



Francesco Zemella

francescozemella.it

GUIDA PRATICA · COMUNICAZIONE DIGITALE MEDICA

Recensioni negative su Google? Ecco cosa fare davvero.

Template, istruzioni passo passo e metodi etici
per proteggere la tua reputazione online.

Il problema: la matematica delle stelle

Hai anni di esperienza, centinaia di pazienti soddisfatti e una reputazione costruita con dedizione. Poi arriva qualcuno che ha aspettato venti minuti in sala d'attesa e ti lascia una stella su Google. E quella stella pesa quanto tutte le altre messe insieme.

Un professionista sanitario che riceve poche recensioni — e la maggior parte dei medici seri ne riceve poche, perché i pazienti soddisfatti tornano a casa e vanno avanti con la loro vita — è strutturalmente vulnerabile al peso statistico di ogni singola valutazione negativa.

Con 8 recensioni totali, due da 1 stella portano la media a circa 3,5. Chiunque ti cerchi vede quel numero prima ancora di leggere cosa c'è scritto. Il danno è già fatto — e non riguarda la qualità clinica, riguarda l'aritmetica.

Questa guida ti accompagna attraverso le azioni concrete che puoi intraprendere: come segnalare le recensioni a Google, come rispondere in pubblico senza commettere errori, come raccogliere recensioni positive in modo etico, e perché chiudere il profilo è quasi sempre la scelta sbagliata.

Segnalare una recensione a Google

Google rimuove una recensione solo se viola le sue policy, non perché sia ingiusta o infondata. Opinioni negative di pazienti reali, anche completamente distorte, rientrano nella categoria 'recensione legittima'. Detto questo, vale sempre la pena tentare: il processo costa poco e in certi casi funziona.

Criteri che Google applica per la rimozione

- **Informazioni false verificabili:** La recensione afferma fatti dimostrabili come falsi (es. orari sbagliati, servizi mai offerti).
- **Violazione della privacy:** Vengono citati dati sensibili del paziente, dettagli clinici o informazioni personali identificative.
- **Contenuto fuori tema:** La recensione non riguarda l'esperienza di cura ma fattori esterni come parcheggio, meteo o terze parti.
- **Conflitto di interesse:** La recensione proviene da un concorrente, un ex dipendente o da qualcuno con un interesse diretto.
- **Linguaggio inappropriato:** Contenuto offensivo, discriminatorio o che viola esplicitamente le norme della community Google.

Come procedere: istruzioni passo passo

1 Accedi al profilo

Vai su Google Business Profile (business.google.com) e accedi con l'account associato al profilo del tuo studio.

2 Trova la recensione

Nella sezione 'Recensioni', individua quella da segnalare. Clicca i tre puntini ■ accanto alla recensione.

3 Seleziona 'Segnala recensione'

Scegli il motivo più pertinente tra quelli proposti. Sii specifico: 'Fuori tema' o 'Conflitto di interessi' sono spesso i più efficaci per recensioni strumentali.

4 Attendi la risposta

Google valuta la segnalazione entro 3–7 giorni lavorativi. Se non ricevi risposta o la richiesta viene rifiutata, procedi al passo successivo.

5 Contatta il supporto diretto

Vai su support.google.com/business → clicca 'Contattaci' → scegli il canale chat o email. Spiega il caso in modo sintetico e documentato.

6 Community Forum (ultima risorsa)

Il Google Business Profile Community Forum è un canale aggiuntivo dove i moderatori Google a volte intervengono direttamente su casi contestati.

Rispondere in pubblico: la mossa che cambia tutto

La risposta pubblica non è per chi ha scritto la recensione. È per tutti gli altri che la leggeranno. Un medico che risponde in modo pacato, professionale e fermo trasmette qualcosa che mille recensioni positive non trasmettono: autorevolezza sotto pressione.

Le regole fondamentali

- **Non citare mai dettagli clinici.** La privacy del paziente è un vincolo assoluto, anche quando il paziente stesso ha scritto cose inesatte. Puoi confermare che le indicazioni erano chiare e complete senza entrare nel merito medico.
- **Non difenderti — posizionati.** C'è differenza tra 'non è vero quello che dice' e 'il nostro approccio alla visita è questo, per questa ragione'. Il secondo comunica professionalità, il primo alimenta la polemica.
- **Sii breve.** Tre o quattro righe bastano. Una risposta lunga sembra un'arringa difensiva. Una risposta misurata comunica sicurezza e controllo.
- **Non rispondere a caldo.** Aspetta almeno 24 ore prima di scrivere la risposta. La chiarezza e il tono professionale non si raggiungono quando si è arrabbiati.

Template di risposta pronti all'uso

I testi seguenti sono adattabili a qualsiasi situazione. Le parti in [parentesi] vanno personalizzate. Mantieni sempre il tono: fermo, istituzionale, mai reattivo.

◆ Template 1 — Aspettative disattese / comunicazione post-visita

Gentile [Nome / paziente],

La ringraziamo per il suo feedback. Ci dispiace che la sua esperienza non abbia corrisposto alle aspettative.

Teniamo a precisare che al termine di ogni visita vengono fornite indicazioni scritte chiare e complete, che costituiscono il riferimento corretto per qualsiasi dubbio successivo. Per questioni che esulano dall'oggetto della visita, è sempre opportuno contattare lo studio per una nuova valutazione.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi necessità clinica attraverso i canali ufficiali dello studio.

Cordialmente,

[Nome del medico / Studio medico]

◆ Template 2 — Attesa in sala / durata percepita della visita

Gentile [Nome / paziente],

Prendiamo atto del suo commento e ci scusiamo per l'attesa che ha dovuto sostenere. Occasionalmente, la presenza di casi clinici complessi può causare ritardi non programmati: è una situazione che gestiamo con la massima attenzione verso tutti i pazienti.

Riguardo alla durata della visita: il tempo dedicato a ogni paziente è quello clinicamente necessario per una valutazione accurata, indipendentemente dalla durata dell'attesa precedente. La qualità della valutazione non si misura in minuti.

Restiamo a disposizione per qualsiasi chiarimento.

Cordialmente,
[Nome del medico / Studio medico]

◆ Template 3 — Diagnosi contestata / invio ad altri specialisti

Gentile [Nome / paziente],

La ringraziamo per aver condiviso la sua esperienza. La visita è stata condotta con la massima accuratezza diagnostica disponibile e le conclusioni cliniche sono state comunicate con chiarezza nel referto.

Quando la sintomatologia richiede un percorso diagnostico più ampio, è prassi corretta indirizzare il paziente agli specialisti più indicati: non si tratta di una lacuna, ma di un approccio responsabile alla cura.

Siamo a disposizione per qualsiasi approfondimento attraverso i canali dello studio.

Cordialmente,
[Nome del medico / Studio medico]

Raccogliere recensioni positive in modo etico

La soluzione strutturale al problema delle recensioni negative non è la segnalazione a Google: è aumentare il numero di recensioni positive fino a rendere le negative statisticamente irrilevanti. Con quindici recensioni da cinque stelle, due da una stella smettono di essere un problema — diventano quello che sono: eccezioni.

C'è una differenza sostanziale tra chiedere recensioni e facilitarle. La prima è una forzatura che stride con la relazione terapeutica. La seconda è semplicemente un'informazione: il paziente che vuole lasciare una recensione sa dove farlo.

Metodi passivi: discreti ed efficaci

1 Biglietto QR al termine della visita

Un piccolo cartoncino stampato con un QR code diretto al profilo Google e il testo: 'Se la visita ti è stata utile, una recensione aiuta altri pazienti a trovarmi.' Nessuna pressione, nessun obbligo — solo un'opportunità per chi lo desidera.

2 Cartello discreto in sala d'attesa

Un formato A5 o A6, posizionato alla reception, con lo stesso messaggio e il QR code. Il paziente lo vede nell'unico momento in cui ha tempo libero: l'attesa.

3 Riga nella comunicazione post-visita

Se il tuo gestionale invia una mail o un messaggio di follow-up dopo la visita, aggiungi una riga finale: 'Se sei soddisfatto della visita, puoi lasciare una recensione su Google a questo link.' Semplice, non invasivo, efficace.

4 Firma mail dello studio

Una riga nella firma standard delle email dello studio con il link al profilo Google raggiunge tutti i pazienti che hanno contatti scritti con lo studio.

Come generare il QR code (gratis, in 2 minuti)

1. Cerca su Google il nome del tuo studio e apri il pannello Google Business Profile. 2. Clicca su 'Ottieni altre recensioni' — Google ti fornisce direttamente un link breve che porta alla scheda di recensione. 3. Incolla quel link su qr.io o qrcode-monkey.com (gratuiti) per generare il QR code. Scaricalo in formato PNG o SVG ad alta risoluzione per la stampa.

Chiudere il profilo Google: quasi mai la scelta giusta

È la reazione comprensibile di chi è arrabbiato e si sente trattato in modo ingiusto. Ma nella quasi totalità dei casi è una scelta controproducente, per due ragioni concrete.

Prima ragione: un profilo assente genera diffidenza. Oggi i pazienti cercano il medico online prima di prenotare, e non trovare nulla crea un vuoto che l'immaginazione riempie in peggio. Un professionista senza profilo Google sembra — a torto — meno accessibile, meno trasparente, meno verificabile.

Seconda ragione: chiudere il profilo non cancella le recensioni esistenti. Restano indicizzate su Google, visibili a chiunque cerchi il tuo nome, senza che tu possa risponderle o contestarle. È la situazione peggiore: danno d'immagine senza possibilità di replica.

Il profilo aperto, gestito con intelligenza e alimentato da recensioni positive, è sempre preferibile. La gestione attiva è la risposta al problema, non l'assenza.

Checklist: cosa fare adesso

Questa settimana

- Segnala entrambe le recensioni problematiche a Google (sezione 'Segnala recensione')
- Scrivi e pubblica la risposta pubblica usando i template di questa guida
- Genera il QR code del profilo Google (istruzioni a pagina 4)

Entro il mese

- Stampa il biglietto QR da consegnare a fine visita
- Aggiungi il link recensioni nella firma mail dello studio
- Se hai un gestionale con follow-up automatici, aggiungi il link alle comunicazioni post-visita

Nel medio periodo

- Monitora il profilo Google almeno ogni 2 settimane
- Rispondi a tutte le recensioni, anche quelle positive (3-5 parole bastano)
- Obiettivo: raggiungere almeno 15 recensioni per rendere le negative statisticamente irrilevanti

Questa guida è stata realizzata da **Francesco Zemella**, consulente di comunicazione digitale specializzato in professionisti sanitari. Per una consulenza personalizzata visita **francescozemella.it**