La checklist dei 90 giorni

26

Ogni riga, scritta, non in testa

Ogni riga è un pezzo che alla fine del trimestre deve esistere. Se hai spuntato tutto, hai un business con sei anelli: non perfetti, ma esistenti. Da lì si migliora un anello alla volta, con i numeri in mano.

Inizio _____

Fine (settimana 13) _____

Numeri — ANELLO 6

- [ ] Incasso, pazienti nuovi e tornati degli ultimi 12 mesi su un foglio
- [ ] Valore medio paziente calcolato
- [ ] Test dei 6 anelli fatto (settimana 1) e rifatto (settimana 13)
- [ ] Bio, sito e contenuti passati dalla tabella dei confini (settimana 1)
- [ ] Ore vere segnate per 13 settimane
- [ ] 30 minuti sugli 8 KPI ogni ultimo venerdì del mese
- [ ] Dashboard degli 8 KPI compilata per il trimestre e letta per anello

Mercato e posizionamento — ANELLO 1

- [ ] Mappa dei pain compilata
- [ ] Tre finestre valutate, una scelta con punteggio scritto
- [ ] Dieci conversazioni fatte (se parti da zero)
- [ ] Frase di posizionamento e bio in quattro righe
- [ ] Bio, sito e scheda Google allineati

Business model e servizio — ANELLO 2

- [ ] Scheda del percorso core e del percorso premium, con "cosa non include"
- [ ] Foglio obiettivi: scontrino minimo e prezzo minimo per servizio, celle rosse risolte
- [ ] Scala di valori con tre prezzi relativi
- [ ] Preventivo in una pagina con rate e "se interrompi"
- [ ] Accordi con le strutture rifatti sui numeri e messi per iscritto

Marketing — ANELLO 3

- [ ] Funnel disegnato, lead magnet pronto
- [ ] Le 2-3 email dopo il download scritte
- [ ] Modulo di prequalifica con budget a scaglioni, collegato alla prenotazione
- [ ] Quattro settimane di piano editoriale TOFU-MOFU-BOFU, almeno otto contenuti pubblicati
- [ ] Tre lettere di presentazione inviate, scheda Google completata
- [ ] Piano passaparola scritto

Vendita — ANELLO 4

- [ ] Copione delle 5 fasi e proposta in 60 secondi, provati ad alta voce
- [ ] Risposte alle quattro obiezioni e messaggi di follow-up scritti
- [ ] Almeno tre consulenze fatte (o simulate) con modulo, un percorso proposto, riepilogo entro 24 ore

Retention e rinnovi — ANELLO 5

- [ ] Mappa dei primi 30 giorni e messaggi di onboarding
- [ ] Proposta di passaggio all'annuale pronta per il terzo mese
- [ ] Messaggio di fine percorso con proposta di mantenimento

Anello che cede oggi _____

Anello che cede dopo 90 giorni _____

La checklist dei 90 giorni

26

Le tredici settimane in una tabella

L'ordine è quello degli anelli, con due eccezioni: i numeri partono dalla settimana 1 e tornano ogni ultimo venerdì del mese; se il Test dei 6 anelli ti dice che un anello regge già, salta le sue settimane e usa il tempo per quello che cede. Servono due-tre ore a settimana nelle prime sei, poi meno (ESEMPIO due sere da un'ora e mezza).

SETT.	ANELLO	OBIETTIVO DELLA SETTIMANA	CAPITOLI	DAL / AL	FATTO
1	Numeri (partenza)	**I numeri di partenza**	6, 1, 9, 2, 11		☐
2	Mercato e posizionamento	**La finestra**	3, 4		☐
3	Mercato e posizionamento	**Lo specialista**	4, 5		☐
4	Business model e servizio	**Core e premium · 30' sugli 8 KPI**	7, 22		☐
5	Business model e servizio	**Prezzi**	9, 8		☐
6	Business model e servizio	**Preventivo e accordi**	8, 10		☐
7	Marketing	**Il funnel**	12, 17		☐
8	Marketing	**Il piano editoriale · 30' sugli 8 KPI**	13, 11		☐
9	Marketing	**Rete e passaparola**	15, 16, 14		☐
10	Vendita	**La consulenza**	18, 19		☐
11	Vendita	**Le prime consulenze vere**	18, 19		☐
12	Retention e rinnovi	**Il paziente dentro il percorso**	20, 21		☐
13	Numeri (bilancio)	**La prima dashboard · 30' sugli 8 KPI**	22, 1, 23		☐

Ore vere: da segnare ogni giorno, per tutte le 13 settimane. Senza i tuoi dati non puoi scegliere niente.

Non partire dalla settimana 8 perché "mi servono pazienti subito": un marketing forte sopra un servizio debole moltiplica il debole.

I PROSSIMI 90 GIORNI PARTONO DALL'ANELLO

NOTE DEL TRIMESTRE