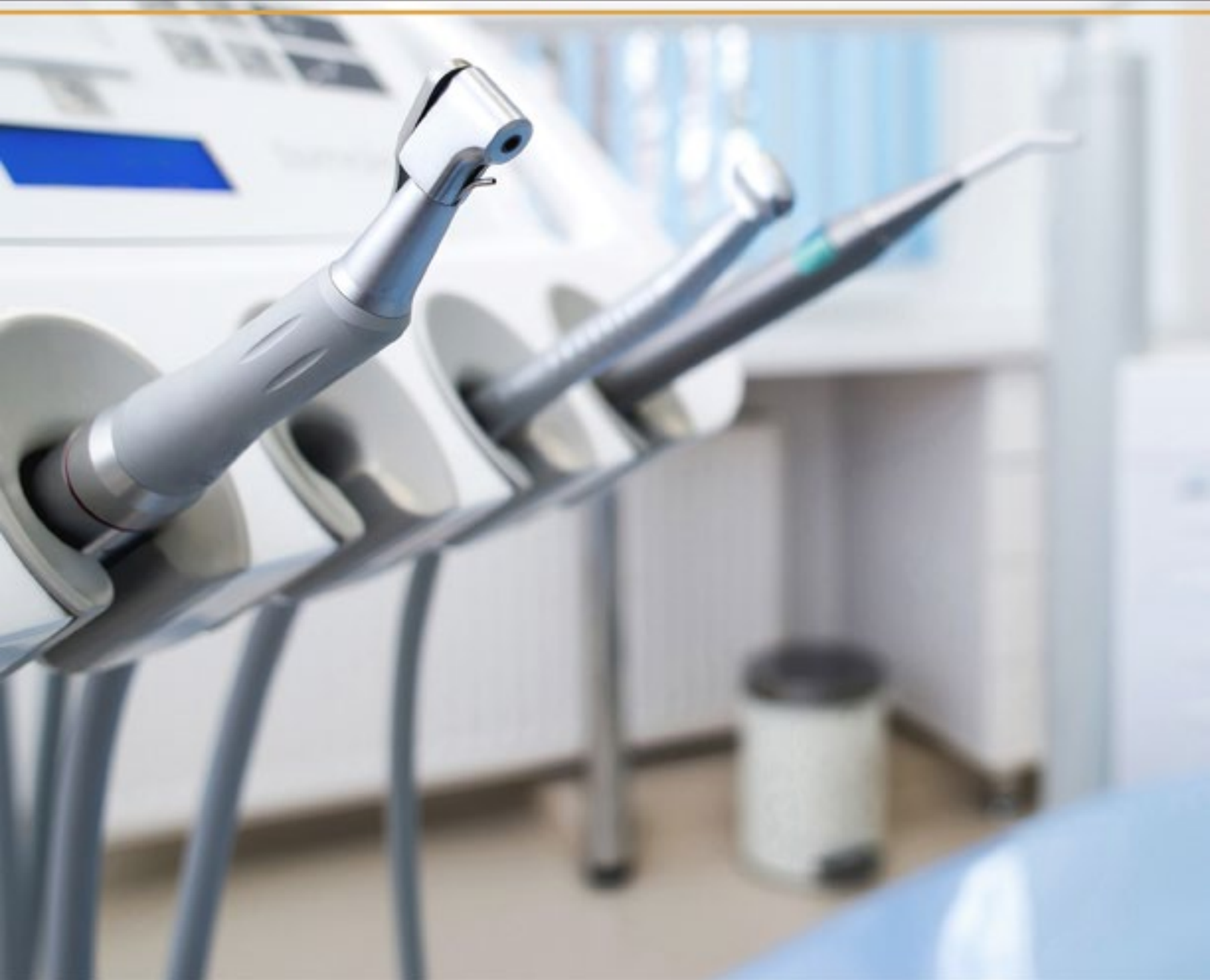


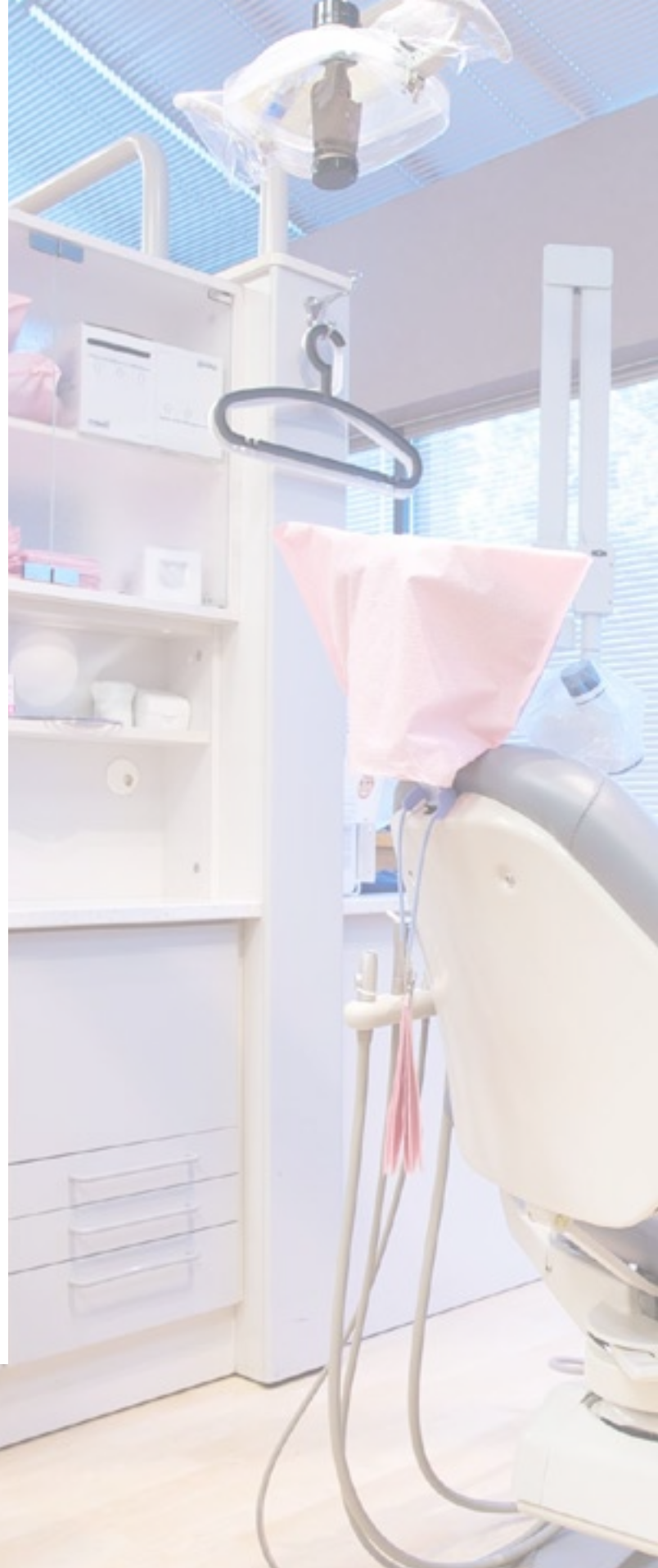
CONSEJOS DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO PARA CLÍNICAS DENTALES

POR: JUAN JOEL JIMÉNEZ PARA LAFEDERACIÓNMX



En cualquier tipo de negocio, **la publicidad es fundamental para lograr una visibilidad y notoriedad**, pero sabías qué en el mundo de negocios sanitarios se deben considerar **aspectos legales para mostrar información real a los usuarios** y esto es bajo la responsabilidad y buenas prácticas del mismo negocio. Por este motivo, muchas empresas clínicas evitan la publicidad de promociones baratas, ya que el costo de las mismas indica a los usuarios que se realizan las actividades con baja calidad y/o el tratamiento es poco eficaz. Y normalmente, así lo es.

En este documento, te ofreceremos varios consejos que puedes comenzar a aplicar ahora en tu clínica dental para lograr la **mayor visibilidad tanto online como offline**.



CONOCE EL SECTOR

A continuación te presentamos unas preguntas que deberías hacerte con el fin de conocer al mercado al que está dirigida tu empresa así como el sector para elaborar el mejor plan de marketing para tu clínica dental:

¿Tu negocio es local o nacional (franquicias)?

Conociendo esto podrás saber el alcance de las acciones de marketing para tu clínica, así como los canales óptimos para llegar a tu público.

¿Quién es tu competencia?

Siempre deberías de observar lo que la competencia está realizando para que puedas tomarlo como referencia e implementarlo con mejoras específicas a tu propia empresa.

¿Estás actualizado en las novedades del sector dental?

Siempre debes estarlo ya que si no, podrías perder las últimas novedades o tendencias en el ramo que pueden ser de suma importancia para tu público objetivo.





TU CLIENTE IDEAL

Lo primero que debes hacer, si quieres planificar una campaña de publicidad eficiente para captar clientes, es definir a tu cliente ideal. Así podrás saber **qué motiva a tus clientes a ir a tu clínica en vez de alguna de tu competencia**. Los precios, los servicios, la ubicación del local y el trato recibido son algunos de los aspectos que más se valoran en estos momentos para un negocio.

La calidad y la confianza en el servicio es lo principal en el sector de sanidad.

Para la captación de clientes, es recomendado definir de **cuatro a seis perfiles de clientes potenciales** y así pensar en las diferentes vías por las que puedas llegar éstos con acciones de marketing offline y online enfocadas para cada uno de estos perfiles.

ACCIONES DE **MARKETING** **ONLINE** PARA TU CLÍNICA

Conociendo a tu mercado y teniendo en cuenta tu presupuesto y capacidades podrás generar el plan de marketing para tu clínica dental. Las acciones multicanales que son fáciles de idear, gestionar, medir y controlar son las mejores para tu empresa. A continuación te daremos unos consejos que puedes aplicar para **promocionar y reforzar la imagen de tu clínica dental**.

REDES SOCIALES:

Las redes sociales, como las conocemos hoy en día, **son las herramientas ideales para lograr una mayor presencia en Internet además de ayudarnos a conseguir clientes**. Además se pueden manejar como el canal de comunicación por excelencia entre el profesional de la salud y los pacientes.

Te ofrecemos algunas ideas para promocionar tu clínica dental o centro odontológico en redes sociales:

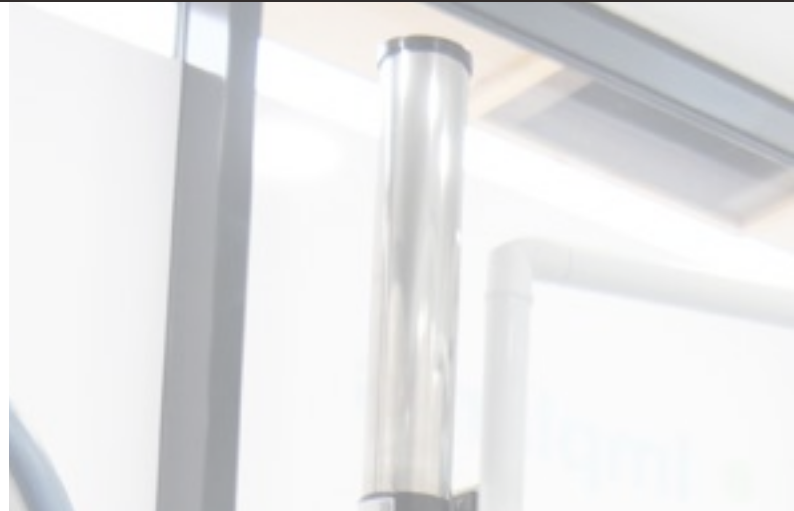
- > Muestra quienes forman **parte del equipo de tu clínica** y así fomentar la confianza de los clientes potenciales.
- > Comparte **los posts que tengas en tu blog y/o sitio web** relevantes a tus clientes.
- > Informa sobre **noticias interesantes** sobre el sector.

WEB:

Aunque en la actualidad, tener una página web parece innecesario, sugerimos tener una aunque sea sencilla. Esto porque nos puede ayudar a **posicionar tu empresa en Google y sus servicios de búsqueda y geolocalización.**

Recomendamos colocar lo siguiente en tu sitio web para lograr la mayor captación de clientes:

- Los profesionales que están en tu equipo.
- Las instalaciones del centro odontológico.
- Los servicios y tratamientos que se ofrecen.
- Un formulario de contacto.
- La ubicación del local o franquicias.
- Un sistema de reserva de citas online.
- Blog para ofrecer consejos y recomendaciones para el cuidado dental, profundizaremos un poco más en el blog a continuación.



BLOG:

Utilizando un blog en tu sitio web puedes ofrecer contenido original y demostrar los conocimientos del rubro a tus clientes ganando **mayor tráfico y visitantes a tu página web** y así incrementando tus probabilidades de obtener más clientes.

Tu blog debe de contener uno o más de estos artículos para lograr sacar lo mejor de esta herramienta:

- > Noticias y tendencias del rubro.
- > Casos de éxito de tu clínica dental.
- > Experiencias o noticias de tu centro odontológico.
- > Premios o distinciones ganadas.
- > Cursos, seminarios o congresos en los que tu clínica ha participado y cómo mejoran la calidad de los servicios prestados.



POSICIONAMIENTO SEO:

Una vez que tengas construido tu sitio web, es hora de que los usuarios te encuentren y esto se logra con el **posicionamiento SEO orgánico** y con la ayuda de **Google My Business**.

Ya que una clínica dental es un negocio que tiene un espacio físico en el mundo, debes **optimizar tu sitio web con la ubicación física de ésta**, así los motores de búsqueda podrán indicarle a los usuarios que existe una clínica cerca de ellos. Si cuentas con franquicias por todo el país, puedes crear una página individual para cada ciudad **incluyendo el nombre de la ciudad en el título y descripción meta** de cada una de ellas.

También es importante registrar tu clínica en **Google My Business**, así **aparecerás en Google Maps** y se **mostrará cada vez que un cliente potencial busque una clínica dental dentro de su ciudad**. Recuerda que normalmente los usuarios buscan un centro odontológico cuando tienen un malestar, así que si ofreces información veraz y de calidad además de aparecer en las primeras posiciones de los buscadores, seguramente se convertirá en un cliente potencial.

Así mismo, recomendamos incluir **palabras clave de búsqueda en tu sitio web y en los contenidos que vayas publicando**, así podrás ganar posiciones en los resultados de Google fácilmente.

Además, utiliza programas de análisis web, como lo es Google Analytics, para entender cómo llegan los usuarios a tu web, qué hacen dentro de éste e incluso dónde se encuentran los usuarios que consultan tu sitio.

POSICIONAMIENTO SEM

Recuerda que posicionar tu clínica dental para que aparezca entre las primeras búsquedas locales de los usuarios interesados en tus servicios o productos es fundamental. Para esto existen **agencias y servicios especializados como Google Adwords**. Los que te ofrecerán:

1. Palabras clave que también puedes utilizar para el SEO.
2. Configurar una campaña en “Red de Búsqueda”.
3. Crear anuncios llamativos con información relevante.
4. Medir los resultados para establecer puntos de mejora.

Una vez que algún usuario haya dado clic en tu anuncio, **dirígelo a una web rápida, adaptable a cualquier dispositivo y con una estructura sencilla, fácil de entender y con información relevante.**

PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES

En la actualidad, la sencillez de crear una campaña de publicidad digital es uno de los motivos por los que es **ideal, efectiva y económica**. Lo mejor es que no necesitas ser un gran experto en publicidad.

A continuación te presentamos algunas de las **ventajas de la publicidad** en medios digitales:

1. Permite colocar banners en medios de comunicación premium, revistas y de máxima audiencia.
2. Otorga visibilidad y prestigio al publicitarse en los principales medios de comunicación.
3. Permite segmentar geográficamente al público al que deseas promocionar tu clínica dental.
4. Podrás realizar una campaña de retargeting para volver a mostrar anuncios a usuarios que visitaron tu sitio web.
5. Control total del gasto y la inversión.
6. Obtener informes de impacto veraces.

Puedes apoyarte de herramientas como Facebook Ads para segmentar a la perfección y ajustar los anuncios a los clientes para crear viralidad.

ACCIONES DE **MARKETING** **OFFLINE** PARA TU CLÍNICA

No dejes de lado jamás al **marketing offline**, ya que la mayor parte de tus clientes potenciales serán recomendados por otros pacientes. Recuerda siempre que tu clínica dental debe mantener un **aspecto cuidado y con relación a los valores de tu empresa**, así podrás dar una buena impresión a tus clientes potenciales.

- > Cuida siempre la imagen del equipo y la calidad de tus instalaciones. Deben invitarte a entrar al local.
- > Crea un área de espera amplio y acogedor, donde los clientes puedan ser atendidos a cada momento.
- > El diseño de marca debe ser único y fácil de recordar. Un buen branding permanecerá en la memoria de tus clientes potenciales incluso antes de entrar.
- > Tus clientes son tus embajadores. La buena atención a tus clientes permitirá un “boca a boca” positivo e incrementarás tus probabilidades de venta y promoción.



¿QUÉ ESTÁS ESPERANDO?

Comienza ahora a optimizar tu negocio para lograr mayor visibilidad y clientes potenciales.

Pon en práctica estos consejos y lograrás posicionar a tu clínica dental como la mejor.

LA FEDERACIÓN_{mx}