



Cómo conseguir más pacientes privados

Estrategias para convertir a tus pacientes
de aseguradora en pacientes privados



Introducción

Es una tendencia inevitable: **cada vez son más las personas que recurren a la sanidad privada** hartos de la crisis que vive nuestra Seguridad Social.

El deterioro de la atención primaria, la pandemia y las listas de espera infinitas están favoreciendo su crecimiento, incluso en aquellas Comunidades Autónomas donde tradicionalmente la organización pública era motivo de orgullo.

A esta situación le sigue un irremediable **aumento de ofertas por parte de las aseguradoras**, por lo que seguramente una parte importante de tus pacientes acceden ya por esta vía.

Sin embargo, como bien sabes el rendimiento en este tipo de visitas es menor: necesitas trabajar más horas para asegurar un nivel de ingresos aceptable.

Por ello, lo más conveniente es utilizar todas las bazas a nuestro favor para **convertir a los pacientes de aseguradoras en privados**.

En este e-book te enseñamos las principales claves para ayudarte a conseguirlo. **¡Empezamos!**

Índice de contenidos

- 03 La situación actual de la sanidad privada en España: datos y estadísticas
- 06 **[Primera parte] Cómo captar pacientes de aseguradora con Doctoralia**
- 09 **[Segunda parte] Convierte en privados a tus pacientes de aseguradora**
- 15 Otras soluciones de marketing
- 20 **[Tercera parte] Aspectos clave en la experiencia del paciente**
 - 22 La sala de espera
 - 25 La imagen de tu consulta
 - 27 Mejora la comunicación con los pacientes
- 30 **Lleva la experiencia de paciente a otro nivel con Doctoralia**
- 36 **Qué hacer si tienes un exceso de pacientes de aseguradoras**
- 38 Conclusiones

La situación actual de la sanidad privada en España: datos y estadística

En la introducción hemos mencionado ya el **creciente número de ciudadanos que opta por un seguro de salud** para cubrir sus necesidades allá donde la Seguridad Social no llega o, simplemente, llega tarde.

Ahora es momento de ahondar en las cifras.

De acuerdo con un estudio llevado a cabo por ICEA en 2021 (especialistas en informes de este tipo) **la mayoría de las provincias creció ese año en el número de asegurados respecto al 2020***.

El motivo, como es obvio, tuvo que ver con la **pandemia por COVID-19**, que alertó a muchos ciudadanos sobre la necesidad de “curarse en salud”.

Así, en 2021 apenas 3 provincias (Lugo, Cantabria y Vizcaya) presentaban un decrecimiento en el número de asegurados respecto al año anterior, frente a las 50 provincias y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla que componen el total del mapa nacional.

**Ver gráfico 17, pág 24 del estudio*

Por su parte, las provincias con un crecimiento superior a la media nacional eran también mayores en número frente a las que crecían, pero a un ritmo inferior a la media nacional.

Por último, y pese a que **Vizcaya** es una de las 3 provincias en decrecimiento del número de asegurados frente a 2020, a su vez se erige **junto con las cuatro provincias catalanas** (Girona, Barcelona, Tarragona y Lleida), **Islas Baleares, Sevilla, Madrid, Ceuta y Melilla** como una de las provincias que presenta un índice de aseguramiento por encima de la media.

Asimismo, en una nueva edición del informe (['Sanidad privada, aportando valor 2023'](#)) podemos ver que **el año 2022 finalizó con un total de 12.024.000 asegurados de la sanidad privada**, lo que supone un **crecimiento del 4% respecto a las cifras de 2021** y la cifra más elevada desde que empezó a medirse estos parámetros.

El número de asegurados de la sanidad privada creció en un 4% en 2022 con respecto a 2021

Estudio elaborado por ICEA en 2021

Cómo captar pacientes de aseguradora con Doctoralia



Tanto si quieres empezar a recibir pacientes de aseguradora como si ya lo haces **ahora con tu agenda de Doctoralia es posible integrar las reservas de cita de estos portales con nuestro software.**

De esta forma, cuando un paciente de aseguradora quiera citarse contigo podrá hacerlo fácilmente, sin necesidad de abandonar el portal de la aseguradora en cuestión, y **esa cita viajará de forma automática a tu agenda** (la aseguradora únicamente mostrará los huecos que **tú previamente hayas establecido como disponibles**).

A partir de ese momento el nuevo paciente entrará a formar parte de tu listado de contactos, por lo que podrás ponerte en contacto con él siempre que lo necesites.

Cómo activar los módulos de aseguradora

Aquí te mostramos en detalle cómo debes proceder para activar los módulos de aseguradora e integrar las agendas de estas compañías con la tuya para captar más pacientes.

[Ver la guía](#)

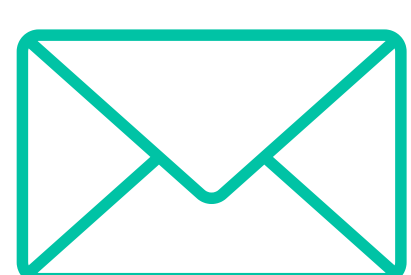
**Convierte a tus
tus pacientes
de aseguradora en
pacientes privados
gracias a Doctoralia**



De acuerdo con los datos que hemos compartido en la introducción, en función de donde vivas te verás más o menos afectado por la llegada de pacientes procedentes de aseguradoras, pero la realidad es que **tu consulta privada depende también de este flujo que, además, puede convertirse en una óptima vía de entrada para nuevos pacientes.**

Gracias a tu agenda de Doctoralia, ahora lo tienes más fácil que nunca para captar a esos pacientes (a través de los módulos de aseguradora), **pero también para fidelizarlos y convertirlos posteriormente en privados.**

A continuación te compartimos varias estrategias para hacerlo.



Las campañas de marketing

Las **campañas de marketing para pacientes** son una funcionalidad gratuita incluida en tu perfil que permite enviar un mensaje a todos aquellos pacientes que tú elijas al mismo tiempo.

Como ya hemos visto, cuando alguien reserva cita contigo a través de la aseguradora este contacto se añade automáticamente a tu agenda de Doctoralia*, por lo que después puedes volver a ponerte en contacto con él para, por ejemplo, informarle sobre tratamientos complementarios y exclusivos de los pacientes privados u ofrecerle algún descuento que despierte su interés por ti.

**Para que el contacto se añada a la agenda de Doctoralia es necesario haber activado en tu cuenta de Doctoralia el módulo correspondiente a la aseguradora.*

Además, también existe la opción de mandar campañas para felicitar a un paciente por una fecha especial u otros eventos importantes: personalizar el trato que ofreces y ponerte en contacto con ellos por razones ajenas a tu consulta mejorarán sin duda su experiencia.

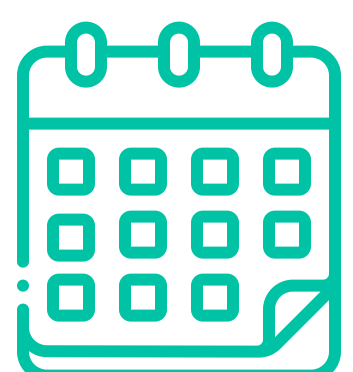
Su funcionamiento es muy sencillo. Solo tienes que entrar a tu cuenta de Doctoralia y seleccionar el icono “**Campañas**” de la barra lateral de la izquierda y posteriormente hacer clic en “Crear campaña”.

Elige el medio a través del cual quieres enviar tu mensaje (email o SMS), escribe el texto y selecciona a los pacientes de tu base de contactos. **¡Listo!**

Cómo enviar una campaña de marketing

Te contamos todo lo que necesitas saber sobre las campañas de marketing y cómo enviar tus campañas paso a paso.

[Ver la guía](#)



Bonos o paquetes de sesiones

Los **bonos** son una funcionalidad exclusiva del software de Doctoralia que permiten a especialistas y centros médicos **ofrecer paquetes de varias sesiones a los pacientes** con la posibilidad de añadir también un **descuento**.

Imagina lo siguiente: **eres psicólogo y, como tal, los tratamientos que ofreces habitualmente quedan fuera de la cobertura de las aseguradoras...** ¿Por qué no probar a ofrecer un bono de 10 sesiones a tus pacientes? ¡Quizá ayude a que se decanten por ti! ;)

Si esta opción te resulta interesante y quieres activarlos, basta con que hagas clic en "**Ajustes**" y te deslices por la pantalla hasta encontrar el apartado de "**Aplicaciones adicionales**". Busca donde dice "**Bonos**" y pincha en "**Activar**".

Inmediatamente después aparecerá un **mensaje informativo** sobre esta funcionalidad. Léelo con atención y, si estás de acuerdo en seguir adelante con el proceso, haz clic en "**Activar**".

Desde ese momento, la funcionalidad de **bonos** ya estará activada en tu agenda y automáticamente **aparecerá un nuevo icono en el menú lateral izquierdo** de tu cuenta de Doctoralia.

Cómo ofrecer bonos a tus pacientes

Crea tantos bonos como quieras y configura los servicios, sesiones y descuentos. Los pacientes podrán canjearlos fácilmente.

[Ver la guía](#)

Otras soluciones de marketing digital para conseguir más pacientes privados



Si ya has probado alguna de las soluciones anteriores (campañas, bonos...) probablemente estés al tanto de la importancia del marketing digital en la actualidad.

Sin duda aprender a sacar partido a tu agenda te será de gran ayuda a la hora de captar y fidelizar pacientes, pero quizá con esto no sea suficiente: **recuerda que el paciente de hoy es un paciente 2.0, que lee y se informa sobre ti antes de elegirte como profesional.**

Puede que el seguro no cubra el tratamiento que necesita un paciente, pero **si cuentas con una fuerte presencia en el mundo digital**, de seguro tienes más opciones de ser el elegido: **se trata de que tu nombre deje de ser uno más de entre los del cuadro médico de la aseguradora.**

Sin salir de tu agenda, acostúmbrate a **responder siempre las opiniones de tus pacientes** con esmero y, en la medida en que tengas tiempo, proponte también participar en la sección de “**Pregunta al experto**”.

Cómo participar en 'Pregunta al Experto'

Ayuda a los pacientes a resolver sus dudas. Tu perfil será más visible, aumentarás tu reputación y generarás más confianza en los pacientes.

[Ver la guía](#)

Por otro lado, ¿has pensado alguna vez en darle una vuelta a tus **redes sociales** (si las tienes) o, incluso, en crear un **blog** y añadirlo a tu **página web**?

Si no lo has hecho ya, este puede ser un buen momento:



Presencia en redes sociales

Averigua dónde se encuentran tus pacientes y crea perfiles en esas redes sociales. Comparte con tu público contenido de calidad, que te posicione como referente y que refleje tu valor como profesional.

Además, si lo deseas puedes **vincular tu calendario online a estos perfiles**, lo que puede ayudarte a conseguir nuevas reservas de cita.

Cómo habilitar la reserva en redes sociales

Vincula tu perfil de Doctoralia a tus perfiles sociales y los pacientes podrán reservar cita contigo en pocos clics.

[Ver la guía](#)



Escribir artículos en tu blog

Desde los inicios del marketing digital, un blog siempre ha sido buena idea. Puedes recurrir a páginas como [WordPress](#), con una interfaz sencilla, y dar rienda suelta a tu imaginación: aquí podrás crear piezas de contenido más largas, que inviten a la reflexión y te diferencien del resto.



Crea contenido en vídeo

Existen diferentes plataformas que te permiten crear este tipo de piezas, con **YouTube** como la más importante pero no la única. La tendencia a consumir más vídeos es inevitable: ¡anímate a probar cosas nuevas!

Aspectos clave en la experiencia del paciente

A la hora de convertir a tus pacientes de aseguradora en privados (¡y recurrentes!) la primera impresión juega también un papel fundamental: en apenas unos segundos tu clientela se hará una idea aproximada de ti y de tu consulta, por lo que debes cuidar hasta el más mínimo detalle.

Así que ya lo sabes: tan importante es **lo amable y competente** que resultes como profesional como **el ambiente en que trabajes**, ya que un fallo en cualquiera de estos aspectos podría arruinar una segunda oportunidad.

Por eso, aquí te dejamos unos cuantos consejos que debes tener en cuenta si quieres hacerlo mejor:



La sala de espera

Quien espera desespera, que dice el refrán. Por eso seguramente **muchos pacientes asocian una sala de espera con un nudo en la garganta o una bola en el estómago.**

Sin embargo, una estancia agradable puede ayudar en gran medida a combatir los nervios previos a la visita. Por tanto, **la sala de espera debe ser ante todo un espacio acogedor**; un lugar donde se cuide hasta el mínimo detalle para hacer que tus pacientes se sientan como en casa.

Si tú también te lo has planteado, pero no sabes cómo hacerlo, **a continuación te dejamos una lista con todos los puntos que debería cubrir esta estancia:**

- ✓ **Los colores.** Lo ideal es optar siempre por colores claros de fondo, como el blanco, que invitan a la relajación y combinarlo con otros colores que “rompan” un poco, como el verde, beige, azul o marrón.
- ✓ **Los olores.** Además del color, puedes echar mano también de la aromaterapia para aportar bienestar. Las esencias concentradas, los aceites puros y los difusores profesionales te resultarán muy útiles en este sentido.
- ✓ **Elementos de entretenimiento.** Harán más amena la espera. Puedes optar por elementos clásicos como las revistas (es importante actualizarlas semanalmente), pero también ser creativo y elegir sudokus o pasatiempos que exijan concentración, alejando así los malos pensamientos de tus pacientes.
- ✓ **Añade alguna planta.** Un toque verde aporta naturalidad al ambiente y hará que tus pacientes se relajen y se sientan en paz.

- ✓ **Cuida la iluminación.** La iluminación debería contribuir a “relajar” a tus pacientes. Opta siempre por luces cálidas que aporten luz suficiente para poder leer, pero sin que sean demasiado intensas.
- ✓ **Agua o bebidas** El estrés y los nervios pueden llegar a generar sequedad bucal de manera temporal, por lo que siempre es buena idea contar con alguna máquina expendedora que proporcione bebidas. Además, si lo deseas puedes incorporar también algún alimento.





La imagen de tu consulta

- ✓ **La limpieza y el orden.** Ambos factores aportarán seguridad a tus pacientes, mostrándoles que su salud y bienestar importan. Pero, además, ten en cuenta que la propagación de patógenos infecciosos puede suponer un grave riesgo para aquellas personas con un sistema inmune debilitado.

Limpieza, desinfección y esterilización resultan fundamentales, por tanto. Empezando por el propio profesional: échale un vistazo a [este artículo](#) que asegura que más de la mitad de los especialistas sanitarios se lavan mal las manos.

✓ **Equipos renovados.** El paso del tiempo y el uso prolongado acabarán desgastando la tapicería de tu mesa de exploración, así que revísala periódicamente para comprobar que esta se encuentre en perfecto estado: sin agujeros, cortes, espuma expuesta o decoloración. Este tipo de detalles, además de contribuir a un espacio libre de bacterias, contribuirán a que tu consulta resulte más atractiva a ojos de tus pacientes.

✓ **Accesibilidad.** Ten en cuenta las diferencias de edad y condición de tus pacientes y adecúa en consecuencia tu mesa de exploración, así como los muebles y accesorios de tu consulta. Ancianos, obesos y embarazadas, así como personas con algún tipo de discapacidad deberían sentirse cómodos en todo momento.



Mantén una buena comunicación

Una queja habitual entre los pacientes tiene que ver con el trato recibido: en ocasiones los especialistas van con prisa y se centran demasiado en la parte “médica” de la visita, dejando de lado otros aspectos importantes de la práctica profesional, como sus habilidades comunicativas.

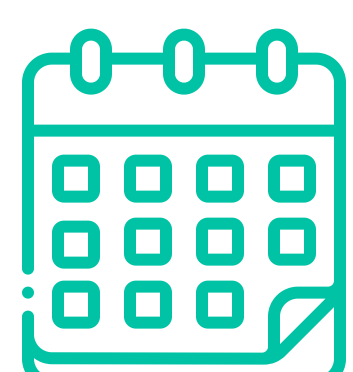
Con la atención cada vez más precaria por parte de la Seguridad Social, “humanizar” la experiencia sanitaria jugará una importante baza a tu favor.

Aquí te dejamos unas cuantas sugerencias que harán que tus pacientes quieran volver a citarse contigo:

- ✓ **Llámalos por su nombre.** Referirse a un paciente por su nombre o apellido hará que se sienta más cómodo contigo; que en ningún momento tenga la sensación de que es el paciente 24A.
- ✓ **Mantén el contacto visual.** Puede que el expediente clínico del paciente sea importante, pero no lo es más que el propio paciente.
- ✓ **Sonríe y saluda .** Recibe a cada paciente con una sonrisa. Si lo que se pretende es ofrecer comodidad a la persona, estos dos factores son muy importantes.
- ✓ **Siéntate.** Mantenerse de pie puede resultar intimidatorio. Muchos pacientes acuden a consulta con un punto de ansiedad, por lo que este pequeño gesto les ayudará a relajarse.
- ✓ **Escucha hasta el final.** Cuando sea tu turno, tómate un momento para respirar y escuchar de nuevo durante los intercambios de información, así podrás confirmar que el paciente está entendiendo todo lo que le dices.

- ✓ **Repite el mensaje hasta que quede claro.** Muy unido al punto anterior, asegúrate de recopilar y repetir al paciente la información más importante antes de finalizar. muy unido al punto anterior, asegúrate de recopilar y repetir al paciente la información más importante antes de finalizar.
- ✓ **Observa si el paciente se encuentra cómodo.** Presta atención a su comportamiento, lenguaje corporal, así como al tono de voz o velocidad al hablar. Un paciente relajado se abrirá más fácilmente, lo que facilitará su diagnóstico.
- ✓ **Transmite la información de manera clara,** cercana y comprensible, huyendo de tecnicismos en la medida de lo posible.
- ✓ **Aprende a dar malas noticias.** Permite que el paciente sea dueño de sus decisiones y abandona el paternalismo de épocas pasadas.
- ✓ **Despídete con cortesía.** Aunque puede resultar difícil si estás muy ocupado, un fallo al final arruinaría la mejor de las visitas.

**Lleva la experiencia
de paciente a otro
nivel con la agenda
de Doctoralia**



La reserva online de cita

Así como recurrimos cada vez más a Internet para realizar compras, reservar habitaciones de hotel o mesas en restaurantes, y consultar opiniones sobre productos y servicios, **cada vez más pacientes prefieren reservar online sus citas médicas** así como **consultar opiniones de otros pacientes** antes de elegir con qué especialista visitarse.

Contrastado el cuadro médico de la aseguradora en cuestión y tu perfil en Internet, poder reservar una visita contigo directamente y de forma online hará que muchos pacientes te elijan frente a otros que se decantan por métodos tradicionales como las llamadas telefónicas.

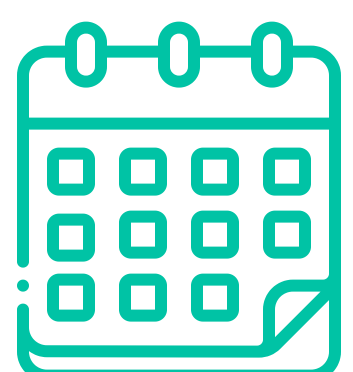
Para activar este servicio basta con que te dirijas a **“Ajustes”**, **“Agendas”** y selecciones la dirección que deseas. Después, en el menú superior, haz clic en **“Reserva online”** para habilitar esta opción.

Ventajas de la reserva online de cita

1 de cada 3 pacientes prefiere reservar online: es fácil, rápido y puede hacerse 24/7. Te contamos cómo y por qué sacarle partido.

[Ver la guía](#)

Además, recuerda que en el área privada de tu perfil tienes disponibles una serie de materiales promocionales para compartir en tu consulta, animando a los pacientes a reservar online sus citas contigo. [Aquí te contamos cómo descargarlos.](#)



Función de 'check in'

La función de "**Solicitar información antes de la visita**" (también conocida como **check in**) incluida en tu suscripción **te permite solicitar al paciente toda aquella información útil de forma adelantada**, como por ejemplo la fecha de nacimiento, el número de aseguradora o su dirección.

De este modo, cuando llegue la fecha de la visita, el profesional ya tendrá toda la información y ambos ahorrarán tiempo, pudiendo dedicarse más de lleno al problema en cuestión.

Para activar esta función haz clic en "Ajustes" y baja con el ratón hasta "Aplicaciones adicionales". Pincha donde se lee "Activar", en el cuadro de "Información antes de la visita".

A continuación verás un mensaje informándote de los detalles de la funcionalidad.

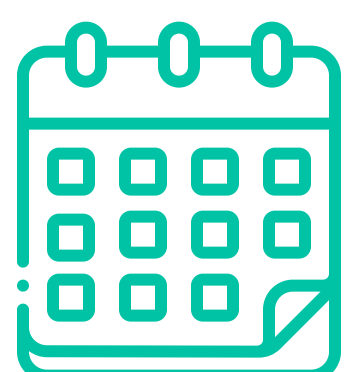
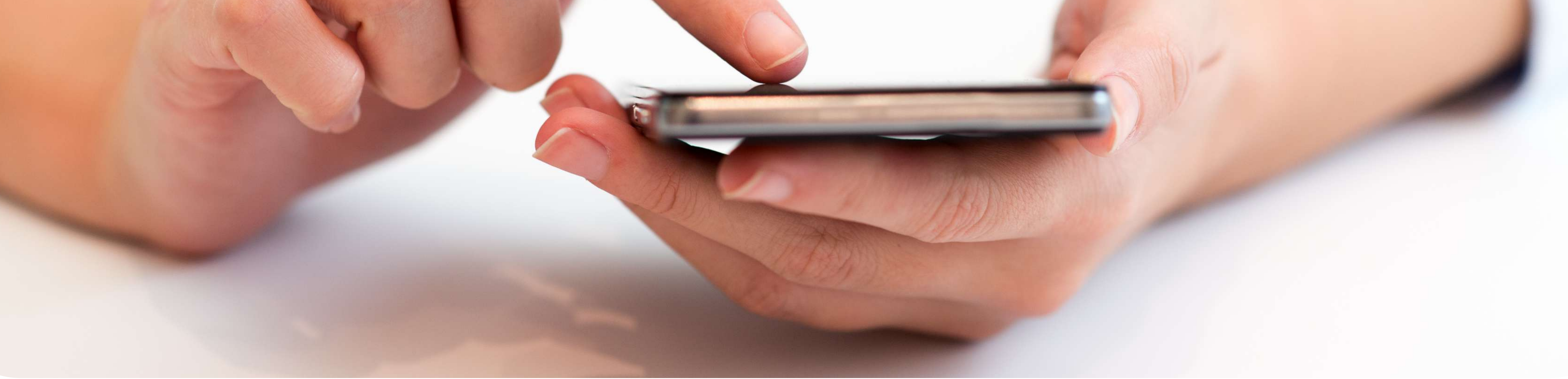
Si estás de acuerdo, haz clic en "Activar" y posteriormente selecciona aquella información que desees solicitar a los pacientes de entre todas las opciones disponibles.

Una vez hayas terminado, haz clic en el botón "Finalizar" situado en la parte inferior derecha de la pantalla. ¡Eso es todo!

Cómo utilizar la función de 'check in'

Habilita esta opción y solicita a los pacientes antes de la visita toda aquella información necesaria para optimizar el tiempo en la consulta.

[Ver la guía](#)



Los 'mensajes privados' (chat)

Los mensajes privados son una funcionalidad exclusiva de tu perfil que permite que los pacientes puedan contactar contigo de manera directa con la finalidad de resolver dudas sobre tus servicios y así poder concertar citas, **especialmente primeras visitas**. ¿Te imaginas la impresión que causará en ellos esta posibilidad?

Cómo utilizar la función de chat

Habilita esta opción para estar más presente en la vida de tus pacientes.

[Ver la guía](#)

Qué hacer si tienes un exceso de pacientes de aseguradoras

Aunque hemos venido hablando en este ebook sobre la importancia de las aseguradoras como vía de entrada para nuevos pacientes, **puede llegar un momento en que tu agenda se “sature”** con este tipo de usuarios donde el margen económico por visita es inferior.

Por eso, lo recomendable en estas situaciones es que **te animes a dejar alguna de las aseguradoras** (por ejemplo, la que peores condiciones te ofrece) para ir liberando poco a poco huecos en tu calendario que puedas ir rellenando con pacientes privados que te aprecian verdaderamente como profesional.

Entendemos que dar este paso puede causarte cierto temor, ya que lo cierto es que no todo el mundo estará dispuesto a pagar el precio real de la visita y, en este sentido, tus ingresos podrían verse algo afectados, pero verás que a la larga merece la pena: **tendrás más tiempo para atender a tus pacientes**, mejorando así su experiencia, y ganarás en calidad de vida, al disponer también de **más horas para ti**.

Este [video de Youtube](#) te explica en más detalle cómo hacerlo: ¡échale un vistazo si este es tu caso!

Conclusiones

Las aseguradoras son una excelente vía de entrada para captar nuevos pacientes, **pero fidelizar y captar a ese flujo entrante depende de ti al 100%**: gracias a tu agenda, ahora lo tienes más fácil que nunca.

Recuerda que el paciente actual **es un paciente 2.0**, que se informa antes de reservar cita contigo, **por lo que recomendamos que trabajes tu reputación online** con todas las herramientas que tengas a tu disposición: respondiendo a opiniones, participando en la sección de “Pregunta al experto” o creando contenido de calidad para tus redes sociales, por ejemplo.

Trabajar tu presencia en Internet es el paso previo para dejar de ser uno más en la lista que propone el cuadro médico, **pero tras la primera consulta se trata de convertir a ese paciente de aseguradora en privado**, de modo que la vuestra sea una relación con futuro.

En este sentido, **una buena primera impresión es esencial**: no te olvides de **cuidar todos los detalles en tu sala de espera y consulta, y revisa también el trato** que brindas a tus pacientes, pues ya hemos visto que esto es una de las cosas que más valoran en la sanidad privada.

Posteriormente, **desde la agenda proponemos varias herramientas que te ayudarán a relacionarte con tu lista de contactos**, incluidos estos pacientes: recuerda que desde el momento en que se citaron contigo a través del portal de la aseguradora, su nombre quedó vinculado a tu agenda, de modo que puedes relacionarte con ellos de forma masiva a través de las campañas, por ejemplo.

En cualquier caso, **sabemos que el fin último de todo especialista es que el 100% de sus contactos sean privados**, por lo que si llega un momento en que tu calendario se satura, quizá sea hora de dar un paso más y anular tu acuerdo con alguna de las aseguradoras: puede que tus ingresos se resientan un poco al principio, pero seguro que a la larga merece la pena ;) ¡Mucha suerte!

