

Cómo conseguir los primeros pacientes para tu clínica

Guía definitiva para atraer pacientes de la forma más rápida con ideas accionables para fidelizarlos.



Introducción

Sobre este informe

A lo largo de estas páginas, exploraremos cómo definir tu perfil de paciente, crear una presencia online sólida, mejorar tu visibilidad en los motores de búsqueda, utilizar el correo electrónico y las redes sociales de manera efectiva, gestionar opiniones y recomendaciones, así como crear una estrategia de marketing que adaptada a tus necesidades.

Este ebook está diseñado para ayudarte, tanto como si estás comenzando en tu clínica o como si buscas expandir tu base de datos y llegar a más pacientes.

¡Empieza a leer para descubrir cómo atraerlos!

1. Definición de tu perfil de paciente

Cómo determinar el perfil ideal de tu paciente

A la hora de determinar el perfil ideal de los pacientes que deseas atraer a tu centro médico, resulta fundamental realizar un análisis detallado de tu práctica y el entorno en el que operas.

Aquí hay algunos pasos clave que puedes seguir:

- **Revisión de la base de pacientes existente**

Analiza la demografía y las características comunes de tus pacientes actuales: ¿quiénes son? ¿qué edad tienen? ¿cuál es su situación socioeconómica? ¿qué servicios médicos suelen requerir?

- **Investigación de mercado**

Realiza investigaciones adicionales para comprender mejor el mercado en el que te encuentras. Esto puede incluir el análisis de datos demográficos y de salud a nivel local o regional, así como la identificación de tendencias emergentes en la atención médica.

- **Encuestas y entrevistas**

Considera la posibilidad de realizar encuestas o entrevistas a tus pacientes para obtener información directa sobre sus necesidades, preferencias y expectativas en relación con la atención médica.

- **Análisis de la competencia**

Observa lo que están haciendo otros profesionales médicos en tu área y cómo están posicionando sus servicios. Esto puede proporcionarte ideas sobre cómo diferenciarte y atraer a un segmento específico de pacientes.



Una vez que hayas recopilado esta información, tendrás la información necesaria para crear un perfil detallado de tu paciente ideal. Incluyendo aspectos como edad, género, ubicación, estado de salud, intereses y preocupaciones principales.

Ejemplo práctico

Imagina que eres un dermatólogo especializado en el tratamiento del acné. Después de identificar que tu paciente ideal es un adolescente buscando soluciones efectivas para el acné, podrás adaptar tu enfoque de marketing para destacar tus servicios específicos para este grupo demográfico.

Crear contenido en redes sociales que aborde las preocupaciones comunes de los adolescentes también te ayudará. Sobre todo si se enfocan en temáticas que les interesen, acompañado de historias de éxito de otros pacientes jóvenes que han experimentado mejoras significativas en su piel después de recibir tratamiento contigo.



Identificación de las necesidades y expectativas de tu paciente

Una vez que hayas definido el perfil de tu paciente ideal, toca comprender sus necesidades y expectativas en relación con la atención médica. Algunos aspectos a considerar incluyen:

- **Problemas de salud comunes**

Identifica los problemas de salud más frecuentes entre tu público objetivo y cómo puedes abordarlos de manera efectiva en tu consulta.

- **Expectativas de servicio**

¿Qué esperan tus pacientes en términos de atención médica? Esto puede incluir aspectos como la accesibilidad, la comodidad, la comunicación y la calidad del cuidado.

- **Preocupaciones y desafíos**

Comprende las preocupaciones a las que se enfrentan tus pacientes, ya que te ayudará a adaptar tu enfoque y comunicación de manera efectiva.

- **Preferencias de comunicación:** ¿Cómo prefieren tus pacientes comunicarse contigo? Algunos pueden preferir el contacto telefónico, mientras que otros pueden estar más cómodos con el correo electrónico o las redes sociales.

Al comprender las necesidades y expectativas de tus pacientes, podrás adaptar tus servicios y estrategias de marketing de manera más efectiva para satisfacerlas.



Cómo adaptar tu marketing a tu perfil de paciente

Es hora de adaptar tu estrategia de marketing para llegar a la audiencia que te interesa de manera efectiva.

Al adaptar tu estrategia de marketing a tu perfil de paciente, aumentarás la probabilidad de atraer y retener a los pacientes que son más adecuados para tu consulta médica.

- **Cuida los mensajes y el tono de voz**

Utiliza un lenguaje y tono que resuene con tu público objetivo. Habla en términos que comprendan y enfócate en los beneficios que tus servicios pueden ofrecerles.

- **Posíciónate en plataformas de marketing**

Elige las que sean más relevantes para tu público objetivo. Por ejemplo, si estás tratando con una población más joven, es posible que desees enfocarte en las redes sociales y la publicidad online.

- **Personalización de la comunicación**

Considera la posibilidad de personalizar tus mensajes y ofertas para adaptarse a las necesidades de tus pacientes. Puedes enviar correos electrónicos que aborden temas de salud específicos que sean relevantes para tus pacientes.

- **Crea contenido que sea relevante**

Crea contenido que sea útil para tus pacientes ideales. Esto puede incluir publicaciones en el blog, videos educativos, infografías... Todo diseñado para abordar sus necesidades y preocupaciones.

Además de adaptar tu mensaje y estrategia de marketing según tu perfil de paciente ideal, considera cómo herramientas como Doctoralia pueden complementar tus esfuerzos al ofrecer una experiencia más conveniente y satisfactoria para tus pacientes.

[Ver más](#)



9. Ventajas de crear un perfil para tu clínica en Doctoralia



Doctoralia ofrece una serie de beneficios tanto para especialistas y clínicas que están comenzando como para aquellos negocios que buscan mejorar resultados.

¿Conoces las ventajas de crear [un perfil para centros médicos](#) en Doctoralia?

- **Servicio completo para profesionales con clínicas privadas**

Doctoralia proporciona un servicio integral para especialistas y administradores de centros: englobando desde la gestión de citas hasta la comunicación con los pacientes, reseñas y pagos.

- **Agiliza la organización de citas**

Doctoralia combina un flujo de tráfico constante con un herramienta de reservas disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana, agilizando la toma de decisión por parte del paciente y reforzando la captación de nuevas consultas.

- **Mejora la comunicación con los pacientes**

Doctoralia mejora la comunicación con pacientes a través de recordatorios de citas automáticos, un chat especialista-paciente y campañas de marketing por correo electrónico y SMS.

- **Aumenta la visibilidad y reputación online**

Tener un perfil en Doctoralia te ayuda a construir tu reputación al poder recibir y responder dudas de pacientes interesados en tus servicios o con algun malestar o dolencia que necesita ser atendida. Demuestra profesionalidad y experiencia al responder y guiar de manera correcta a las personas que interaccionan con tu perfil.

- **Ahorra tiempo en tareas administrativas**

Con la programación de citas y la posibilidad de personalizar tu agenda desde distintos dispositivos, ahorrarás hasta 10 horas de papeleo a la semana, permitiéndote centrarte en la atención al paciente.

- **Mejora la experiencia del paciente**

Facilita que los pacientes encuentren la información necesaria sobre tu clínica en un solo lugar, lo que les permite reservar citas en pocos clics. Además, con funciones como el check-in online y las campañas de comunicación, la plataforma ayuda a reducir el absentismo y mejorar la experiencia general del paciente.

- **Aumenta la reputación online**

Al automatizar la recogida de opiniones de tus pacientes y supervisarlas desde un único lugar, Doctoralia te ayuda a aumentar tu reputación online hasta el doble de rápido, sin dedicar más esfuerzo.

Ejemplo práctico

Supongamos que eres un psiquiatra que busca aumentar la visibilidad online de tu clínica para atraer más pacientes. Te registras en Doctoralia y completas tu perfil con información detallada sobre tus servicios, experiencia y horarios. Además, aprovechas las funciones de cita online y consultas por videollamada que ofrece para facilitar el acceso de los pacientes a tus servicios, especialmente aquellos que prefieren la conveniencia de las consultas virtuales.

Como resultado, empiezas a recibir más solicitudes de cita y a ganar nuevos pacientes que encontraron tu perfil a través de Doctoralia, lo que contribuye al crecimiento de tu consulta y a una mejor atención para tus pacientes.



¿Quieres mejores resultados?



Ahorra tiempo, atrae y fideliza pacientes y rentabiliza tu centro médico con el **portal médico nº1 en España.**

+4 millones

de pacientes visitan la plataforma mensualmente

+1,3 millones

de reservas de cita de pacientes por mes

65 %

reducción del ausentismo y cancelaciones en clínicas

+10 horas

de papeleo ahorradas por semana

Doctoralia **automatiza y simplifica tus tareas, dándote más tiempo** para centrarte en tus pacientes y en el crecimiento de tu negocio.

¡Descubre todo lo que podemos hacer por tu centro médico!

[Descubrir](#)

