

# Curso de marketing para especialistas en salud.

Módulo 2. Parte 1/3



# Multiplicando oportunidades

---

## 1. Visibilidad, reputación y opiniones

---

### 1.1 Importancia de la visibilidad y la reputación

---

### 1.2 Cómo tener más visibilidad

---

### 1.3 Cómo mejorar la reputación: la importancia de las opiniones

---



# 1. Relevancia en Internet: visibilidad, reputación y opiniones

## 1.1 La importancia de la visibilidad y la reputación

Estamos ante el escaparate más grande del mundo. Internet está abierto los 365 días del año, los 7 días de la semana y las 24 horas del día. Y lo más importante: la gran mayoría de sus pacientes están ahí.

Por eso usted, como especialista en salud, tiene que estar donde sus pacientes están. Pero con tener presencia en Internet no es suficiente sino que, además, tiene que ser visible para que los usuarios puedan encontrarle, y tiene que despertarles confianza para que le tengan presente cuando necesiten contactar con un médico de su especialidad.

Y para lograrlo, hay dos factores clave que debería tener siempre presentes: la **visibilidad** y la **reputación**.

**Visibilidad: En Internet, lo que no se ve, no existe.**

Uno de cada cuatro usuarios busca diariamente información sobre salud en Internet. La red se ha convertido en un centro de información donde los usuarios acuden para encontrar respuestas a sus dudas y soluciones a sus necesidades. Por tanto es importante que usted, como especialista en salud, consiga tener visibilidad en Internet.

**Pero con tener presencia no es suficiente: tiene que ser visible.**

## Internet

El mayor escaparate del mundo y el lugar **donde están sus pacientes**



Imagine un consultorio en medio del desierto: tiene una gran infraestructura, cuenta con los mejores especialistas y la atención es excelente. Pero, ¿de qué sirve todo eso si nadie sabe que existe?



Consulta en medio del desierto  
=  
Consulta sin visibilidad



Consulta en lugar concurrido  
=  
Consulta con visibilidad

Esa es una de las principales razones por las que es tan importante tener visibilidad online: **para que los pacientes puedan encontrarle, saber más sobre usted como médico y para que le tengan presente si necesitan contactar con un especialista.**

Partamos de la realidad de hoy en día, donde usamos Internet para decidir en qué hotel dormiremos, en qué restaurante cenaremos o qué auto compraremos. Y cada vez más, también, recurrimos a Internet para decidir cuál va a ser nuestro doctor.

Por eso es tan importante ser visible en Internet, para que cuando nos busquen puedan encontrarnos.

Lo mejor de todo es que como especialista, existen diferentes prácticas que puede llevar a cabo para aumentar la visibilidad, como por ejemplo: optimizar su sitio web, crear su ficha en Google My Business, escribir contenido de calidad, realizar publicidad online, participar en las conversaciones de Internet o manteniendo activo su perfil de Doctoralia para que sus pacientes puedan encontrarle. Más adelante, las veremos en detalle.

Visibilidad: En Internet, lo que no se ve no existe

## Los pacientes buscan sobre salud en Internet

1 de cada 4 usuarios busca diariamente información sobre salud en Internet.



Tener visibilidad online hará que los pacientes puedan encontrarle

## Cómo mejorar la reputación online: la importancia de las opiniones

Y si la visibilidad es esencial en Internet, hay otro aspecto que es fundamental una vez que los pacientes le encuentren: la reputación online.

Estamos en la era del paciente, y como especialista no debería descuidar la imagen que tienen los usuarios sobre usted y que manifiestan a través de sus comentarios u opiniones.

En un medio tan frío como Internet, **cuidar su reputación puede convertirse en el trampolín que le lleve a potenciar su consultorio.**

Según un estudio elaborado por Doctoralia, **el 72% de los pacientes se ven influenciados por las opiniones de otros pacientes a la hora de elegir especialista**, con lo cual la percepción que tengan de usted será un factor determinante y hasta decisivo para quiénes estén valorando si acudir a su consulta.



Reputación

## La imagen cuenta

Cuidar su reputación online le permitirá transmitir una **buena imagen** y generar **confianza** y consideración entre los pacientes.

Así como ocurre en la reserva de hoteles o restaurantes, en el sector de la salud **los usuarios suelen guiarse por las opiniones de otros pacientes** antes de elegir un doctor, ya que eso **les aporta confianza y seguridad**.

Por eso es importante que cuide su reputación para que esta sea positiva, ya que de ese modo estará transmitiendo una buena imagen, generará confianza en los demás pacientes y estos le tendrán en cuenta cuando necesiten un doctor de su especialidad.

Ahora, ¿cómo puede mejorar su reputación? Principalmente, **gracias a las opiniones de los pacientes a los que ha atendido**.

Tenga presente que...

- Los pacientes suelen leer varias opiniones antes de confiar en un profesional.
- Las opiniones inspiran confianza en un especialista.
- Los pacientes se decantan por aquellos especialistas con mejor reputación.
- Una buena reputación ayuda a aumentar la visibilidad online.

Por todo ello, es importante que promueva las opiniones entre sus pacientes mientras les brinda una excelente atención. Piense en lo siguiente: a nadie le importa perder un minuto de su vida en dar una opinión cuando su nivel de satisfacción es alto.

Así que promueva las opiniones entre sus pacientes, pero nunca deje de brindarles la mejor atención.



En este sentido, **es muy importante que como profesional trabaje activamente en su perfil en Doctoralia** y ofrezca a sus pacientes un espacio donde poder expresarse y compartir sus opiniones sobre usted con el resto de los usuarios. Eso le ayudará a mejorar su reputación al mismo tiempo que gana visibilidad.

Por ejemplo, puede invitar a los pacientes después de la visita a dejar una opinión sobre usted en su perfil de Doctoralia. O puede dejar que la agenda Docplanner haga todo el trabajo por usted, y envíe recordatorios personalizados a sus pacientes después de cada visita invitándoles a dejar su opinión, comentar cómo fue el trato y compartir con los demás usuarios su experiencia en la consulta.

Y aunque las opiniones juegan un papel esencial en la imagen que transmite, existen otras acciones que pueden ayudarle a tener una buena reputación:

**1. Sea transparente:** eso ayudará a que los usuarios tengan más confianza en usted.

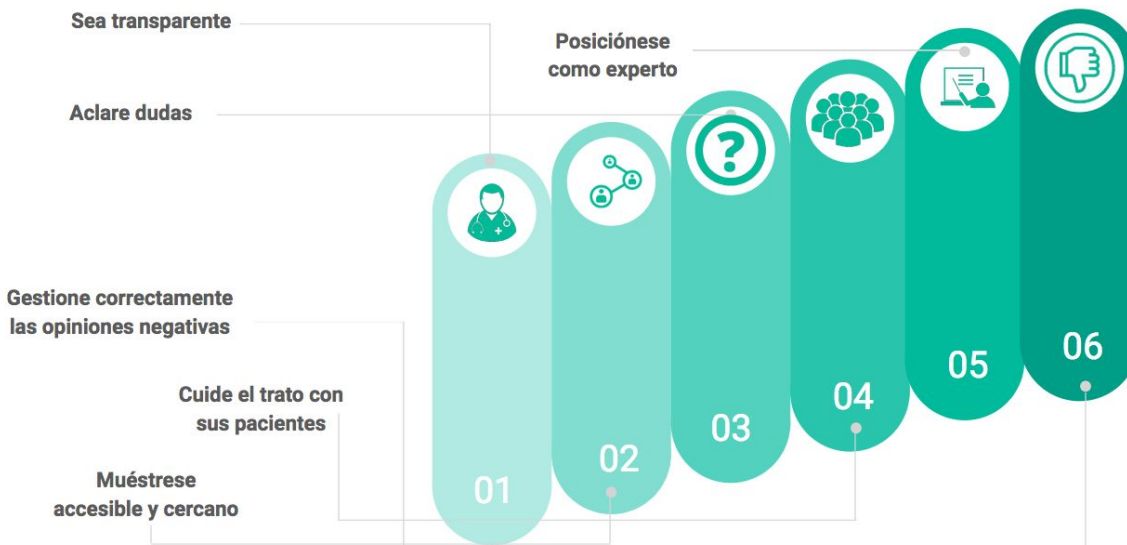
**2. Muéstrese accesible y cercano:** a los pacientes les gusta interactuar con los especialistas, y confían más cuando sienten cercanía.

**3. Aclare dudas:** intente responder lo antes posible y de manera eficaz a los comentarios, mensajes o preguntas que le envíen los usuarios. Valorarán su atención y se sentirán agradecidos.

**4. Cuide al máximo el trato con sus pacientes:** sea educado, escuche lo que le están explicando e intente ofrecerles una buena experiencia durante la visita.

**5. Posiciónese como experto:** comparta información de valor con los usuarios, consejos de salud, destaque los beneficios de llevar una vida saludable... De ese modo, los pacientes le tendrán en cuenta porque usted les habrá ayudado a encontrar respuestas.

**6. Gestione correctamente las opiniones negativas:** tener un perfil únicamente con buenas valoraciones es positivo, pero si en alguna ocasión usted recibe alguna opinión negativa no lo tome como una derrota: aprenda de ella y úsela a su favor.



Póngase siempre en la piel de los pacientes y piense qué les ha llevado a esa situación para poder gestionar correctamente cada opinión.

Y sobre todo, tenga presente que una opinión negativa no solo no afectará a su reputación, sino que puede convertirla en un factor positivo si la gestiona adecuadamente. Por ejemplo, respondiendo de manera educada al paciente e invitándole a acudir nuevamente a su consulta. Pero nunca dando el silencio por respuesta, ya que eso puede ser contraproducente.

Otros canales para especialistas:



---

Si quiere contactar con nosotros, escríbanos a  
[marketing@doctoralia.com](mailto:marketing@doctoralia.com)