



am

¿Quieres que Internet trabaje para ti?
Marketing digital para médicos

•HEALTHY LIFE
•INNOVATION

PHARMACY

MEDICINE

HEALTH

TREATMENT

•RESEARCH
•INVENTION
•CREATIVITY
•SOLUTION

CARE

•SOLUTION
•DOCTORS
•INVENTORS

MEDICAL
SCIENCE





Tus pacientes privados buscan cada vez más información médica en Internet... ¿Tienes web propia? ¿Te van a encontrar?

Lo aseguran los informes sobre comportamiento del usuario web respecto a la salud: **Internet se ha convertido en nuestro referente para buscar información sobre síntomas, patologías, tratamientos, médicos y clínicas/centros médicos:** en 2016 (fecha del último estudio) más del 60% de la población española usaba Internet para consultar información sobre salud; un 30 % de usuarios buscaba información sobre salud antes de ir a la consulta y casi un 46% después de la visita médica para confirmar el diagnóstico.

Y como esta tendencia se consolida año tras año, si quieres que Internet trabaje para ti, tienes que actuar.

¿Qué debes hacer?

Debes aparecer en la página de resultados de Google cuando los usuarios busquen información de tratamientos que solucionen sus patologías, sus síntomas...

Utiliza el marketing digital, obtén visibilidad digital y construye tu reputación online.

- **web propia**
- **explica servicios y tratamientos.**
- **llega a tus futuros pacientes privados con tu propuesta de valor.**
- **cuida a tu cartera de pacientes actuales.**

...



Comienza por crear tu propia web.

Necesitas una web como eje central de tu estrategia de marketing digital médico porque, además de dar visibilidad a tu marca profesional, en la web:

- explicarás tus servicios, los tratamientos que ofreces (y dónde tienes la consulta y su horario...)
- cargarás tus propios contenidos (textos, infografías, videos...) de calidad sobre salud que buscan tus futuros pacientes privados.
- los pacientes privados que lleguen desde las redes sociales o las newsletters, tendrán acceso a tus contenidos sobre salud.

Y cuando la tengas publicada, explícalo al Mundo en tu email, en tus tarjetas, en tus ponencias y documentos...

Tu web médica debe tener:

- una arquitectura orientada a Google (facilitando la indexación de contenidos)
- capacidad responsive (adaptable a dispositivos)
- los apartados que necesites:
 - simultanear contenidos libres y protegidos para profesionales sanitarios (entorno privado)
 - registro de suscriptores con autenticación
 - cita online con registro
 - cumplimiento de RGPD
 - opiniones de tus pacientes
 - ...
- y **contenidos de calidad**, actualizados (blog), que utilicen las palabras clave adecuadas y creados para tus pacientes objetivo. **Fundamental.**



Crea tu estrategia de marketing digital médico y decide qué acciones realizar.

¿Sabes que la posición que ocupa tu web en los resultados de búsquedas de Google influye en el número de visitantes que recibe? ¿Cómo te vas presentar a tus clientes actuales y potenciales en las Redes Sociales? ¿Has pensado cómo mantener la relación con tus pacientes actuales?

Responder a preguntas como éstas es parte de **tu estrategia de marketing digital** y debes organizarte:

- definiendo objetivos a alcanzar;
- analizando a tus pacientes privados objetivo y a tu competencia;
- trabajando en tu propuesta de valor que te diferencia de tus colegas;
- fijando un presupuesto a invertir;
- seleccionando qué acciones llevarás a cabo con dicho presupuesto y
- analizando los resultados obtenidos en cada acción antes de volver a comenzar el proceso.

No hay atajos. Conseguir que Internet trabaje para ti requiere esfuerzo.

Herramientas de marketing digital

- **Estrategia Marketing**
- **SEO:** Auditoría SEO; Optimización on-page; Análisis palabras clave; Google Analytics/Search Console
- **SEM:** Auditoría Web / Móvil; Banners; Promociones; Remarketing; Google Adwords; Facebook Ads; LinkedIn Ads; YouTube TrueView Advertising; Anuncios en Apps | Pay Per Install;
- **Inbound Marketing** (marketing de contenidos): Creación contenidos; eMail marketing; Artículos (blogs / revistas); Videos; Infografías;
- **eMailing:** Diseño bases emailing Mailchimp/Sendinblue, etc; Campañas emailing: fidelización.
- **Newsletters:** específicas/periódicas.
- **Redes Sociales:** Creación / gestión perfiles y contenidos; Estrategia 360; Facebook Ads; Twitter Ads; LinkedIn advertising;



¿Cómo lo han hecho otros médicos?

Estos ejemplos acumulan entre decenas de miles y millones de visitas web cada año.

Tienen reputación online, prescriptores entre sus propios colegas de profesión, y comparten contigo la voluntad de explicar en detalle qué pueden aportar con su experiencia profesional y poco tiempo para dedicar a tareas de marketing digital.

¿Cuál es su secreto? Crearon y crean contenidos de calidad para pacientes privados y profesionales de la salud; publican regularmente contenidos nuevos; son activos en redes sociales (Youtube funciona realmente bien); divulgan el conocimiento de las investigaciones que coordinan y a los profesionales que participan ...

Es decir: **trabajan para hacer posible que Internet trabaje para ellos.**

www.traumatologiainfantil.com

Dr. César Galo García Fontecha

www.cirurgiaconservadoraanca.com

Dr. Paulo Amaral Rego

www.cirugiamanoinfantil.com

Dr. Xesco Soldado

www.traumatologiaenmallorca.com

Dr. Jordi Jiménez

Dr. Francesc Rafales



¿Cómo puedes gestionar tu actividad de marketing digital médico en Internet?

Fundamentalmente, tienes **dos opciones**:

- **Lo puedes hacer tú mismo:**
Todas las herramientas se pueden gestionar personalmente sin el apoyo de un profesional.
- **Lo puedes hacer con la ayuda de un profesional:** que diseñe tu plan de marketing, que te ayude a decidir medios/canales a utilizar, que te ayude a tener una web a medida, que adapte/crea contenidos...

No existe una fórmula magistral que simplifique el proceso, sino aprendizaje constante.

Una buena opción pasa por buscar un profesional que te acompañe en el proyecto, creando y aplicando tu plan de marketing digital médico. Si optas por esta variante, implícate en la generación/control/revisión de contenidos y acciones para poder gobernar tu plan.

En Amaseme trabajamos cada día con las necesidades de clientes como tú.

¿Quieres saber cómo podríamos ayudarte a conseguir pacientes privados aplicando técnicas de marketing digital para médicos?

Contacta con nosotros y te informaremos sin compromiso.



marca + comunicación + WEB + eventos

Navas de Tolosa, 363 4º 2ª
08041 Barcelona

m: 648 772 057
salva@amaseme.com

www.amaseme.com

OFICINAS COMERCIALES

MADRID
Plaza Vulcano, 17 9º A
28025 Madrid

PALMA DE MALLORCA
Santa Margalida, 2 A Edificio Perseo, 2º A
07609 Lluçmajor

© Amaseme Branding, S.L.
Inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona en el Tomo 41955,
Folio 79, Hoja B 397025 Inscripción 1.
C.I.F.: B65348450

