

Super Guía de Marketing Dental | Publicidad para Clínicas Dentales | 100% Actualizada



[marketing para clínicas dentales](#) » **Marketing Dental**

Una **clínica dental** es un negocio necesariamente off line por su naturaleza per sé esto hace totalmente necesario que combinemos las **estrategias online** con lo que tradicionalmente los buenos odontólogos han venido trabajando para lograr un aumento rápido de tus pacientes. Es acá donde el **marketing dental** se combina con el entorno digital generando fantásticos resultados.

Con esto **amortizamos gastos** y comenzamos a **generar el beneficio** o ganancia por el que todos iniciamos un negocio. Descubre en este artículos las más potentes **Estrategias de Marketing para Clínicas dentales**.

Aumenta tus 1ª visitas y mejorar el **cierre de tratamientos** de tu clínica dental. Descubre cómo atraer pacientes a tu Clínica Dental.

Índice

[Super Guía de Marketing Dental | Publicidad para Clínicas Dentales | 100% Actualizada](#)

[Índice](#)

[El entorno de un negocio digital aplicado a clínicas dentales](#)

[Definir una estrategia de marketing dental para tu clínica. El plan de marketing dental](#)

[Uso de un CRM o un programa para clínicas dentales](#)

[Posicionamiento de Nuestra Marca Personal, Comercial o Corporativa](#)

[Neuro-marketing aplicado al Marketing de Odontología](#)

[Recursos con los que puedes lograr ese posicionamiento](#)

[Construcción de relaciones con tus pacientes](#)

[Entonces tenemos básicamente tres atributos a posicionar:](#)

[Posicionamiento local o de zona](#)

[Posicionamiento por dolencia o tratamiento](#)

[Posicionamiento vía marca](#)

[Construcción de Buyer Persona \(Tu paciente ideal\)](#)

[Análisis de buyer Journey y Funnel de Ventas para el Sector Odontológico](#)

[Investigación de Competencia \[Marketing Dental\]](#)

[Veamos algunos ejemplos:](#)

[Página Web para Clínicas Dentales | Todo lo que debes saber](#)

[Otros puntos a desarrollar en tu página web:](#)

[Posicionamiento por Seo Local u Orgánico para clínicas dentales](#)

[Cómo hacer SEO para clínicas dentales](#)

[Posicionamiento Local por vídeos](#)

[Posicionamiento vía SEM | Pago de Publicidad dental Online | Google ADS para tu Clínica Dental](#)

[Algunas puntos importantes para que tus campañas dentales sean exitosas en google ADS:](#)

[Red de Google y RTB](#)

[Publicidad en Facebook e Instagram ADS para Clínicas dentales \[META ADS\]](#)

[Algunos consejos para crear campañas potentes en esta poderosa plataforma:](#)

[Aprende más a crear funnels de conversión en mi curso de remarketing avanzado:](#)

[¿Qué redes sociales debe tener un dentista? | Publicidad dental creativa](#)

[Te explico un poco este tema:](#)

[Un dentista a las malas debe tener estas redes sociales:](#)

[Fotografía y Vídeo marketing para clínicas dentales](#)

[Email Marketing para fidelizar a tus pacientes](#)

[Tipos de Contenidos sugeridos para una clínica odontológica](#)

[Frecuencia de comunicaciones estándar y fechas relevantes](#)

[La clave del éxito => analítica web](#)

[Marketing Off Line](#)

[Técnicas más comunes para destacar y Que tomar en Cuenta](#)

[Inbound marketing para clínicas dentales](#)

[Enlazar el Marketing Off line y el Marketing On line | Omnicanalidad](#)

[Infografía marketing en un consultorio dental](#)

[Publicidad Dental Creativa ¿Growth hacking?](#)

[Marketing dental y gestión en odontología](#)

[Cursos especializados en Marketing Dental](#)

[Preguntas frecuentes de Marketing Dental](#)

[¿Cuándo crear un plan de empresa para mí clínica dental? ¿O es mejor un plan de marketing dental?](#)

[¿Cómo deben ser los anuncios para clínicas dentales?](#)

[No encuentro un nombre para mi clínica dental ¿Cómo buscarlo?](#)

[¿Qué es la DAFO, DOFA, FODA ó SWOT de una Clínica Dental?](#)

[¿Sientes que necesitas ayuda? ¡Elige tu opción!](#)

El entorno de un negocio digital aplicado a clínicas dentales



Web Octagon | Otto Duarte

En esta figura de mi autoría llamada el web octagón vemos todas las áreas que un negocio digital debe atender. Lo ideal es que no descuides ninguna para que tu clínica dental soporte los vaivenes de los algoritmos, plataformas y del negocio como tal.

Definir una estrategia de marketing dental para tu clínica. El plan de marketing dental

Debes por más sencilla que parezca **tener una estrategia** para conseguir nuevos pacientes lo cual según la estadística es lo más costoso en un negocio más adelante encontrarás herramientas para **fidelizar esos pacientes** que ya te han visitado en tu clínica odontológica.

Esto lo puedes lograr creando un **plan de marketing** que te permita organizar todas las estrategias que llevarás y poder valorar en un lapso corto, medio y largo la evolución de tus esfuerzos publicitarios.

Uso de un CRM o un programa para clínicas dentales

Tener un sistema preferiblemente de **CRM** para manejar tus relaciones proveedores y especialmente clientes con esto vas a **organizar y guardar una data vital** para lograr que esta estrategia te ayude a ubicar nuevos pacientes y **mejorar tu enganche con los actuales**.

Posicionamiento de Nuestra Marca Personal, Comercial o Corporativa

A través de estas acciones debes demostrar que vuestra marca o persona; es realmente un **experto en su campo** sea odontología en general o algún especialista como endodoncia ortodoncia u otro.

Esto sienta las bases de confianza que todo consumidor necesita para **generar un mayor interés** y lograr que se materialicen las tan esperadas ventas esto es el génesis de la estrategia básica de **marketing para clínicas dentales**.

En muchas oportunidades el tema de la creación de la marca puede ser un verdadero problema. El crear un nombre para tu consulta o clínica odontológica puede ser todo un reto. Luego viene la discusión de colores, tipografías y finalmente el logo. Te sugiero pasarte por mi [curso de diseño web gratuito](#) para entenderlo mejor:

marketing	18100	0,08	1,34
implantes dentales	14800	0,8	1,98
clinica	14800	0,02	0,61

Estudio de palabras clave SEO marketing para clínica dental

Recursos con los que puedes lograr ese posicionamiento

En este caso la publicidad para **clínicas dentales** por experiencia, la recomendamos con la conexión de publicidad off line + publicidad online. En el mismo orden de ideas, no puedes dejar de combinar **estrategia outbound** junto a estrategias inbound vamos a conversar un poco más sobre este tema.

Construcción de relaciones con tus pacientes

Es ya muy conocido, que el viejo **marketing relacional** jamás perderá vigencia de hecho es la práctica de marketing más antigua en la publicidad.

Un gran ejemplo puede ser ese agente de seguros que te visita te llama en tu cumpleaños, y lo ves un poco más que **sólo al momento de renovar las pólizas**.

Construir relaciones con tus pacientes de tu clínica dental es muy importante esto debería ser una política de empresa incluirlo dentro de la misión, visión y objetivos de la empresa.

En verdad te digo será de un gran valor agregado y seguramente no sólo tendrás fidelidad sino también futuras y **potentes recomendaciones**.

Entonces tenemos básicamente tres atributos a posicionar:

Posicionamiento local o de zona

Por ejemplo **clínica dental en barcelona**, si estás dentro de esta segmentación es una palabra medular que puedes y debes trabajar **vía SEO y SEM**.

Posicionamiento por dolencia o tratamiento

Aplica muy bien para el **inbound** y para el **outbound** con adwords, con esto

Posicionamiento vía marca

Una vez que tu clínica dental ya está en la **mente de tus pacientes** tu marca se posicionará si formas parte de una cadena por ejemplo "clínica dental adhesas"

Construcción de Buyer Persona (Tu paciente ideal)

Un **buyer persona**, es ese **paciente ideal**, tendrás tantos modelos de buyers personas como tu segmentación de clientes puedas tener, por ejemplo:

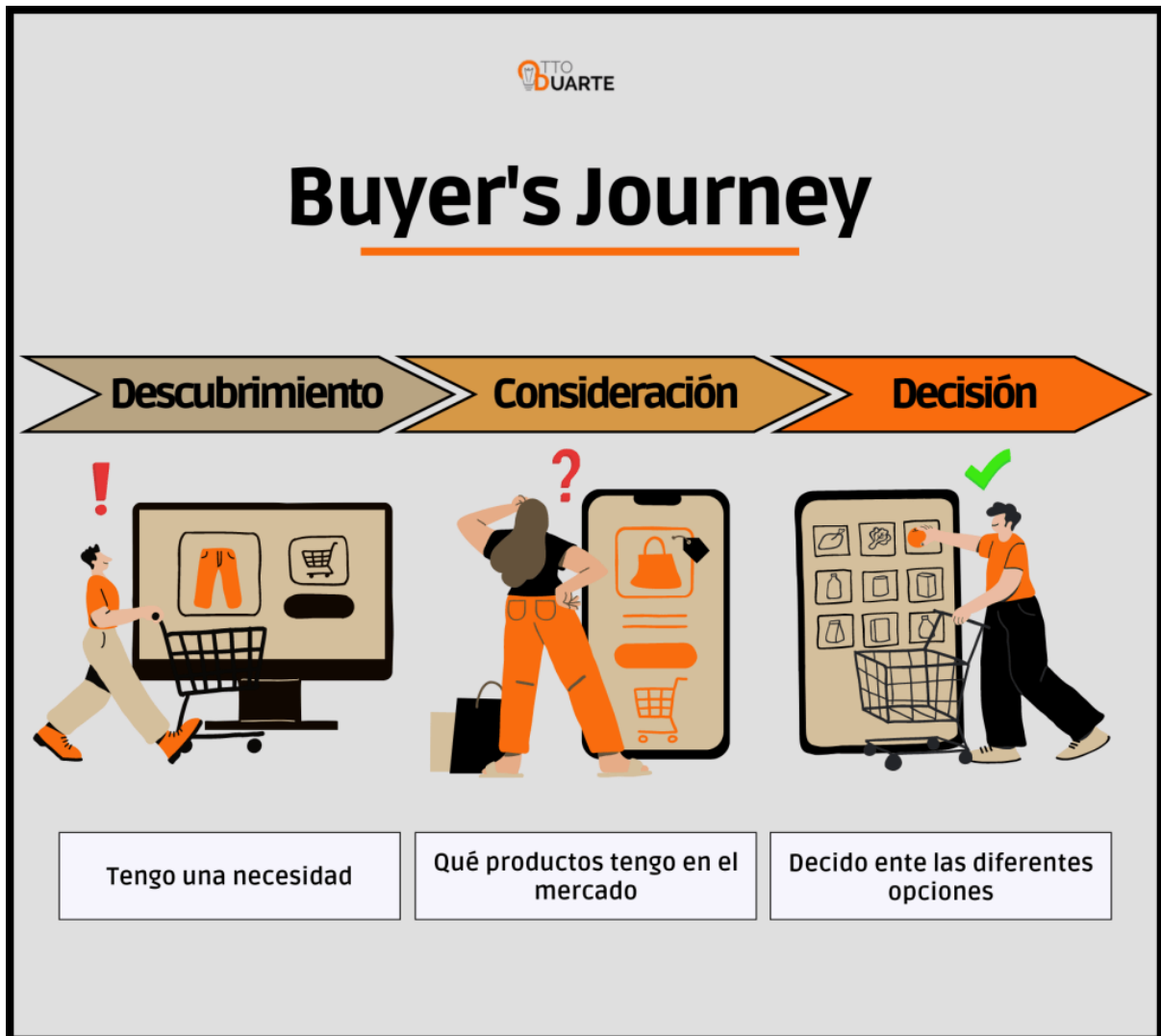
- **Mujer de 15 a 25 años** joven milenial con necesidad de tratamientos para mejorar su estética como ortodoncia, blanqueo dental y chequeos anuales. Segmento social medio alto (padres o familia).
- **Hombre ejecutivo** ingreso medio alto empresario comerciante o empleado de cualificación media alta. Necesidades estéticas, tratamientos y urgencias.

Son algunos de los segmentos que te puedes plantear pero esto va de la mano de aquello que tus **experiencia del negocio dental + asesores de marketing** te dicten para lograr definir ese «paciente ideal!».

Así vamos a generar acciones en base a esa **segmentación para la publicidad de tu clínica dental** tanto on line como off line:

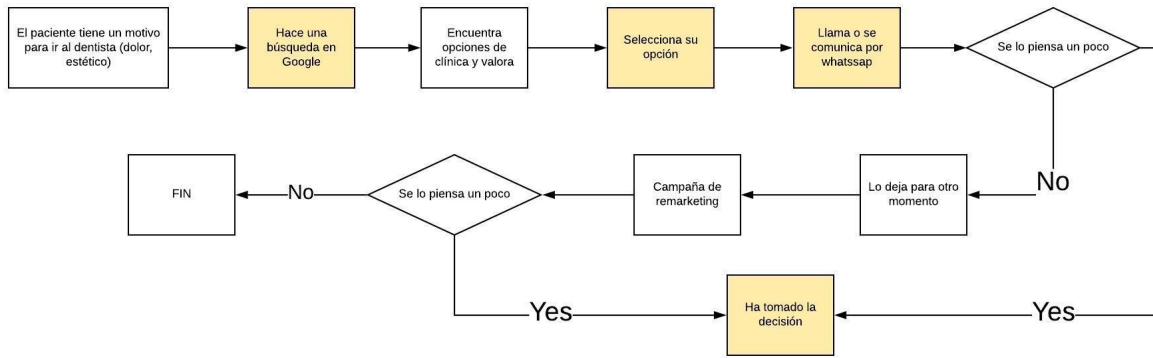
[Descarga tu ficha de buyer persona.](#) 😊

Análisis de **buyer Journey** y **Funnel de Ventas** para el Sector Odontológico



buyers-journey

Puedes ver en este ejemplo como el **camino que recorremos todos** como clientes desde el momento en que se genera un **interés o necesidad** hasta que esta desemboca en la compra. En este caso debemos clarificar las **etapas de nuestro buyer persona** si hacemos una encuesta de unos 30 individuos vamos a tener una cantidad de información muy valiosa. Esto nos ayudará a generar unas **táctica de marketing** muy potente, que realmente se dirija donde tenemos interés, que al final redunde donde nos genere nuevos clientes.



modelo de Buyer Journey clínica dental

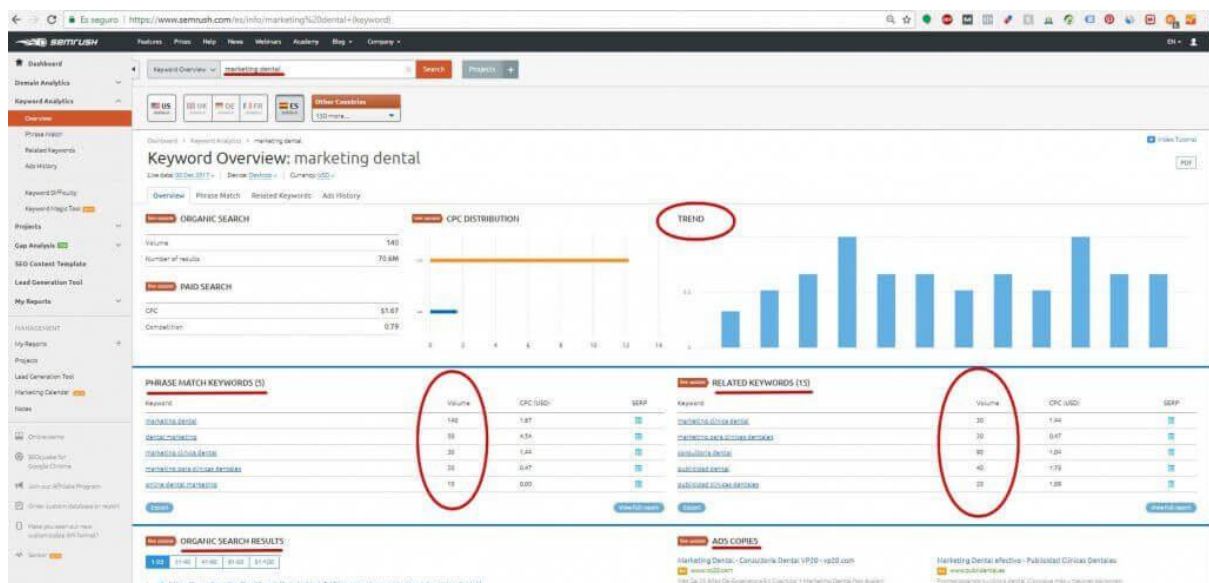
Investigación de Competencia [Marketing Dental]

En la actualidad y si bien existen leyes protectivas de la privacidad debemos tener en cuenta que el Internet es un **medio público**, por lo que tanto nuestro sitio web como el de los **competidores** está a la orden para ser analizado.

Existen **herramientas** como semrush, adwords keyword planner y otras, que nos permiten **saber las palabras clave** de nuestros competidores (tanto orgánicos como de pago) y tener una idea genérica de sus estrategias.

Es importante destacar, que esto **no es lo sencillo que parece** de hecho acá entra lo importante de contar con personal o proveedores de servicios de **marketing para clínicas dentales** e instituciones de salud.

Veamos algunos ejemplos:



Palabras clave SEO marketing dental I

Página Web para Clínicas Dentales | Todo lo que debes saber

Es muy importante **crear un sitio web** que ya tenga planificado o por lo menos esté desarrollado para ser útil a medio plazo.

La **arquitectura web** es muy importante supongamos que **entras a una casa**.

Encuentras los **cuartos donde está la sala** la nevera en un cuarto y cosas que te desorientan y no te dan una experiencia cierta no sabes cómo interpretarlo y en consecuencia **te vas frustrado**.

Es importante que la estructura sitemap y organización sea **coherente**.

Te invitamos a **ver nuestro artículo** sobre silos web eso te dará una visión de cómo organizar su sitio web para hacerse amigable con los crawlers o buscadores.

Debes **garantizar que tu visitante online** se sienta lo suficientemente cómodo para solicitar una cita o hacer un contacto.

Allí radica la importancia de crear un **diseño atractivo funcional y actualizado** que sea 100% responsive. Es decir que se vea perfectamente en los dispositivos móviles.

Otros puntos a desarrollar en tu página web:

- **Presentar fotos y videos** de la clínica y del equipo de trabajo
- Mostrar nuevos tratamientos servicios y productos que se ofrezcan
- Ofrecer recomendaciones, **consejos**, descargas de documentos.
- Tener un **blog** donde se ofrezcan contenidos de gran valor al usuario y los cuales servirán para un eventual posicionamiento.

Posicionamiento por Seo Local u Orgánico para clínicas dentales

El SEO es un **conjunto de técnicas** que tienen como principal objetivo lograr rankear unas determinadas keywords en los buscadores.

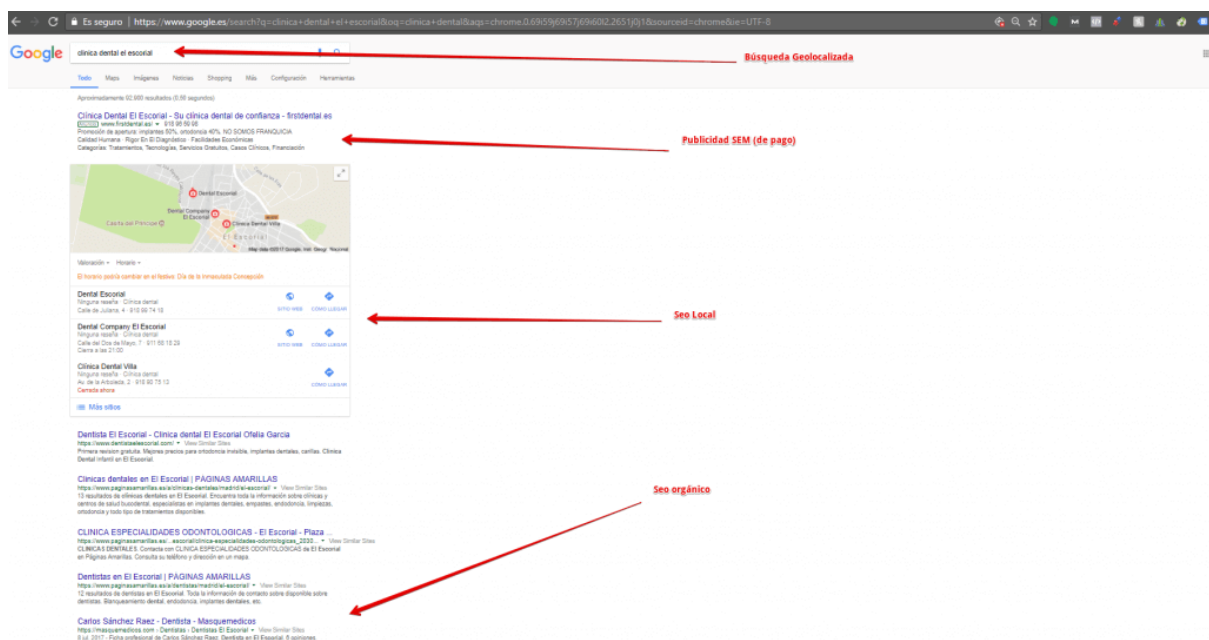
Generalmente es **Google** y lo que se haga en este redundará en buen posicionamiento para Bing, Yahoo, etc.

Para una clínica dental, recomendamos generalmente dos vías para el **SEO para dentistas**.

Cómo hacer SEO para clínicas dentales

Esto se hace a través de varias técnicas, lo inicial es trabajar con **Google My Business**, puedes ver un poco más de esta metodología en nuestro [artículo de seo local](#).

Lo más relevante para tí como empresario o gerente de una clínica de odontología, es que los buscadores privilegian las búsquedas locales, es decir, si buscas **geolocalizado** en el escorial, tendrás algo como esto: Es por esto que el trabajo de seo local para la web de tu clínica odontológica **deja de ser una opción y pasa a ser una necesidad**.



Posicionamiento Local por vídeos

YouTube y Facebook le están dando una importancia muy alta al posicionamiento de los vídeos estos tienen una estrategia para ubicarse en la **primera posición**.

También es posible geolocalizarles si dejamos en claro que no con la certeza del **Seo local**, pero si con un margen razonable de trabajo.

Los vídeos son una manera amena, rápida y sencilla de buscar pacientes.

Posicionamiento vía SEM | Pago de Publicidad dental Online | Google ADS para tu Clínica Dental



Search engine marketing para clínicas odontológicas SEM.

El **SEO es muy noble** pero **toma tiempo** no tiene una variable fija, y en la actualidad todo tiene competencia por lo que un trabajo de mínimo 6 meses. Esto contando con que lo harás de manera altamente diligente diaria y con **alto conocimiento de SEO** y de hacer eso deberíamos ser colegas.

El tiempo que ocupa el **marketing online es de alta dedicación** y no te dará tiempo para la noble profesión de la odontología. El SEM Search Engine Marketing marketing de buscadores es básicamente **pagar para tener visibilidad** en un medio específico si lo manejas bien puede tener resultados casi inmediatos.

Algunas puntos importantes para que tus campañas dentales sean exitosas en google ADS:

- Palabras clave geolocalizadas: es el nivel más básico para el sector dental. «Clinica dental madrid».
- Palabras clave de «tribu»: «dentista para peruanos» «clinica dental belgas»
- Palabras clave «precio»: Los «pains» más fuertes para la publicidad dental son precio y dolor físico. En ese sentido, palabras como: «implantes dentales precio» «cuanto cuesta el invisalign»

- Misspelling: Google se cargó la ortografía y buena escritura. Controla bien las concordancias amplias para que puedan entrar consultas como «invisaline cuant costa»
- Idiomas: Si estás en España por ejemplo, la campañas en Catalán, Valenciano, Gallego o Euskera son puntos interesantes a valorar. En USA es obligatorio hacerlas en inglés y español.
- Listas de palabras clave negativas:
 - Competidores: ¡Elimínales! es una pérdida de pasta horrenda.
 - Tribus que no atiendas.
 - Geografía fuera de tu alcance.
 - Otras especialidades: te sorprenderán las cosas que salen con clínica. Por ejemplo «clínica de alargamiento de ...»
 - Y más.

Red de Google y RTB

Tienes varias opciones que puedes utilizar para trabajar el marketing de tu clínica odontológica:

- **Adwords de búsqueda:** Anuncios donde puedes publicitar tu web, con un rango de éxito muy alto, motivado a que son búsquedas en etapas de consideración y decisión de tu cliente.
- **Red de Display:** Exhibe tu anuncio en aquellos sitios web de la red de google que permitan publicidad, segmentada a lo que realmente necesitas.
- **You Tube:** Diseña un video de calidad y publica un anuncio en la red de vídeo, hay distintos formatos que te pueden generar contactos muy interesantes.
- **Remarketing:** ¿has visto esa publicidad que te persigue?, eso es remarketing o retargeting, consiste que dar mensajes a los visitantes de tu web, puedes acondicionarlos para aquellos clientes que ya han convertido, los que no te han contactado, etc.

- **RTB:** Real time bidding, es una forma de hacer publicidad en internet, altamente segmentado y buscando potenciar tu marketing on line. Es una manera muy interesante y certera de hacer publicidad, puedes conocer un poco más en nuestra guía de RTB.
- He creado una gran [Guía de Publicidad en Internet](#) a través de Google ADS.
- Que es la [publicidad RTB o real time bidding](#)
- Es prudente que te suscribas a la [gaceta dental](#) donde siempre hay artículos e información interesante para tí.

Publicidad en Facebook e Instagram ADS para Clínicas dentales [META ADS]

META gana mucho con las personas que no saben hacer los anuncios.

También es cierto que se debe probar mucho, anuncios, textos, precios, segmentación de públicos. Es allí cuando aplicas la "**ultra segmentación de facebook**" con la que puedes llegar a personas que están interesadas en lo que puedes ofrecer.

Funciona muy bien con técnicas inbound. De hecho puedes haber llegado a este artículo por esa vía 😊

Algunos consejos para crear campañas potentes en esta poderosa plataforma:

Supuesto: Deseas vender tratamientos de blanqueamiento dental. Vamos a buscar personas que necesiten ese tipo de tratamientos y tengan las probabilidad de tener los dientes en un estado poco agradable. Efectivamente es un ejemplo muy cortito, sin embargo puedes ver algunas opciones que tienes para combinar personas con probabilidades, en este ejemplo es valorable:

- Geolocalizar la campaña a una zona específica (en promedio máximo a 5 km de tu consulta dental).
- Seleccionar las edades objetivas. No lo hice en este ejemplo pero es prudente crear campañas por generaciones (millenials, generación X, etc), [aprende más en este artículo](#).
- Hemos buscado personas que tienen acontecimientos vitales en los que necesiten tener una estética dental óptima como recién comprometidos, nuevo trabajo y divorciados (esta última suele ser muy efectiva).
- Aunque no acoté la segmentación acá, verás que añadí personas que tenían intereses en comidas y bebidas que pueden manchar los dientes.

Esto lo puedes aplicar con todos los tratamientos de tu clínica dental. No pierdas más tiempo y crea tus anuncios para dentistas con creatividades atractivas y segmentaciones que te puedan llevar a conversiones altamente rentables.

Aprende más a crear funnels de conversión en mi curso de remarketing avanzado:



Curso Funnel de conversión

@ottomarketer

¿Qué redes sociales debe tener un dentista? |

Publicidad dental creativa

Te explico un poco este tema:

Las redes sociales funcionan con 2 profesionales, aunque puede ser que ambas estén siendo desarrolladas por la misma. Esos perfiles son:

1. Community manager: es el o la profesional que se encarga de gestionar contenido de valor para tu comunidad, es el perfil más conocido en social media y para una clínica dental es absolutamente vital.
2. Social media strategist: esta persona crea la estrategia para los anuncios en redes sociales. Esto es todo un tema que deberías dejar en mano de un profesional.

Te sugiero asignar presupuesto tanto al community manager como al social media strategist para que tengas un alcance potente de tu marca a tu público objetivo o buyer persona.

Un dentista a las malas debe tener estas redes sociales:

- **Facebook:** De momento (Junio 2020) es la red social preferida en España por la población de generación X y baby boomers. Es decir los tratamientos de implantes y estética dental van allí. Si estás en latinoamérica facebook es tan importante como instagram.
- **Instagram:** La red social amada por los millenials, su capacidad maravillosa para transmitir la información a través de la imagen la hace única. No puedes dejar pasar esa oportunidad.
- **Youtube:** Siempre insisto a mis clientes a participar activamente en la generación de contenido a través del vídeo. Youtube está consumiendo buena parte de las consultas informacionales y seguro que te puede ser muy útil.
- **Otras redes sociales:** tic tok, whatsapp, pinterest son redes sociales con cientos de oportunidades esperando por tí.

Fotografía y Vídeo marketing para clínicas dentales



El 65% de los usuarios que han visto un vídeo de una marca son más proclives a la conversión. El vídeo ofrece una experiencia inmersiva que conecta al paciente con tu servicio odontológico o tratamiento, esto te dará un poder de negociación muy grande frente al low cost. Puedes grabar **vídeos profesionales** de cada tratamiento para tus páginas y crear mucho **contenido informal** de vídeo con tu móvil.

Eso hará feliz a tus pacientes y sin duda a tí

El contenido de vídeo y fotografía para el sector dental tiene básicamente 2 vertientes:

1. Vídeo y fotografía corporativo: En este caso es importante que el contenido sea grabado, editado y montado en las plataformas por profesionales.
2. Vídeo y fotografía del día a día, in moment: Este contenido debe ser lo más natural posible. Alguna edición chula en instagram, stories o reels sin perder nunca lo espontáneo.

Email Marketing para fidelizar a tus pacientes



Otra forma muy efectiva de comunicarnos con nuestros pacientes o suscriptores es a través del **envío de boletines**.

Esta técnica gratuita permite, entre otras funcionalidades, enviar nuestras novedades (noticias, artículos, informes, fotos, vídeos, etcétera).

Nuestras promociones (ofertas, descuentos, concursos o sorteos) y **nuestra publicidad** a través de imágenes o vídeos.

Estos contenidos enviados con la **frecuencia adecuada** harán que tus clientes estén **atentos a tu marca**

Tte recuerden y **cuando se origine una necesidad** sobre lo que tu ofreces puedas recibir un posible contacto de un cliente.

Tipos de Contenidos sugeridos para una clínica odontológica



- Tour virtual por tu clínica
- Consejos e información útil
- Nuevos servicios o productos
- Ofertas y promociones
- Financiación y descuentos
- Promociones en clínicas dentales.

Frecuencia de comunicaciones estándar y fechas relevantes

Una vez que has logrado el contacto. Sean personas que acudieron a tu servicio de odontología o aquellos que ya contactaron pero no son pacientes todavía:

recuerda enviar **mensaje segmentados para cada buyer persona.**

No deberías dar el mismo mensaje "siempre" a los clientes que ya han disfrutado de tu servicio **Vs** a los que no.

Aunque es claro que en muchas oportunidades si suceda.

Fechas como cumpleaños, y eventos especiales que te puedas enterar, son importantes de recalcar a la hora de una llamada, hijos, sexo, pareja, etc.

La clave del éxito => analítica web

Medir: Algo fenomenal del **marketing digital** es la capacidad de medir todas nuestras acciones tienen dimensiones cualitativas y cuantitativas muy potentes que te **ayudarán a medir resultados.**

Podrás analizar áreas de mejora, detener acciones que no son productivas y lo más importante **hacerte las preguntas correctas.**

Hablemos de **Google analytics** que es la herramienta más general. con esta herramienta, y **conocimientos básicos de la ESO o escuela secundaria** puedes determinar cuestiones como:

- Interés por tu sitio web (duración de sesión)
- Cuanto les agradó tu sitio al llegar (% de rebote)
- Efectividad de tus campañas (% conversión por campañas SEM)

Marketing Off Line



Llegamos a un punto muy importante.

Si bien todo va hacia el online no es una cuestión de “**renunciar al off line**” de hecho es muy importante seguir motivando **acciones que puedan generar conversiones o motiven** la permanencia de tu cliente en la consulta.

Técnicas más comunes para destacar y Que tomar en Cuenta

Debemos destacar que hay estándares generales para el **marketing de tu clínica dental**.

Sin embargo, lo fabuloso y potente del marketing es usar la **imaginación, creatividad y estrategia** para idear algo realmente productivo para tu negocio.

- Folletos informativos, con infografías e información útil
- Ambientación agradable y aséptica
- Anuncios informativos y útiles.
- Excelente fachada
- Branding bien diseñado y estructurado
- Accesos a consultorios y espacios bien diseñados
- Líneas curvas, trata de suprimir las esquinas (mobiliario)
- Flyers o geomarketing

Inbound marketing para clínicas dentales

El inbound marketing es una técnica o tesis que defiende la captación de clientes altamente cualificados de manera amigable, es decir sin marketing intrusivo. Debo aclararte que este marketing no es la panacea que tratan de vender. Sin duda aplicar el inbound marketing para un consultorio dental es una buena idea pero no «endiosarlo». Esta es un complemento muy poderoso al marketing tradicional o outbound marketing.

El inbound marketing tiene sus principales aliados en el posicionamiento SEO, redes sociales y otras fuentes de tráfico no intrusivas. En el lado anverso tenemos el outbound con estra

Enlazar el Marketing Off line y el Marketing On line | Omnicanalidad

Está muy de **moda la omnicanalidad** y más que un trending definitivamente ha llegado para quedarse.

Por ejemplo, aquel cliente que ve calzado online, y lo pruebo y compro off line.

Es importante que **utilices inteligentemente** todos los medios posibles para lograr que tu **clínica dental**, esté presente en buena parte de los medios que tu buyer persona ha consultado y tengas la oportunidad de **lograr nuevos pacientes a un costo altamente rentable**.

Infografía marketing en un consultorio dental

IDEAS DE MARKETING PARA CLÍNICAS DENTALES

@ottomarketer

INDBOUND MARKETING

Genera contenido en tu blog, redes sociales y video. Esto hará que las personas se conecten de manera más cercana con tu clínica y ganes su confianza sin conocerles aún...



UTILIZA EL PODER DE GOOGLE ADS

Crea estrategias de campañas en google ads para lograr que tus pacientes te vean cuando salgan de la fase informativa y evolucionen hacia el proceso de valoración y decisión.

INCORPORA ATENCIÓN DE CHAT

No dejes de implementar estrategias de chat marketing a través de whatsapp, web y redes sociales para que tus pacientes obtengan respuesta aunque no estés.



NO DESCUIDES A TUS PACIENTES EVANGELIZADORES

A través de email marketing, redes sociales o tu CRM, ofrece un premio por ocasiones especiales o algún incentivo a la recomendación.

"HAGAS LO QUE HAGAS, HAZLO TAN BIEN PARA QUE VUELVAN Y ADEMÁS TRAIGAN A SUS AMIGOS" WALT DISNEY.

Descubre más en www.ottoduarte.com

Publicidad Dental Creativa ¿Growth hacking?

Seguro que has aprendido un montón de marketing para clínicas dentales. ¡Enhorabuena!

Ahora el reto es combinar las estrategias. Vamos al tema dental: Un paciente arriba a tu clínica con un claro caso de mala oclusión que necesita ortodoncia.

Sin embargo al examinar al paciente detectas una gingivitis avanzada, esto merece que tu especialista en periodoncia entre al tablero de juego y haga el tratamiento que permita la ortodoncia, es decir, no puedes trabajar en una boca enferma.

Dentro del tema digital, **no es suficiente** hacer por ejemplo anuncios para clínicas dentales en google ads. Esto a corto plazo funciona, pero a medio plazo el impacto en tu CPA (coste por adquisición) por paciente será preocupante. Por ello te sugiero **combinar estrategias** de Branding dental (marca) y acciones PUSH (google ads). Esto hace que tu potencial paciente te vea como una marca sólida y pueda que convierta más rápido o a la hora de convertir compre el tratamiento más completo y no ser vaya por lo barato y malo, aunque pueda pagar lo mejor.

En el mundo digital a esto lo llamamos «Growth hacking». Supone la creación de planes, estrategias y acciones de marketing y tecnología para promocionar de manera efectiva nuestra clínica dental, con una publicidad que nos conectará de manera más cercana y efectiva con nuestros pacientes.

Si te paras un momento a pensar. No es lo mismo comprar a una marca que te suene, que un anuncio que vez por primera vez.

Marketing dental y gestión en odontología

Algo que siempre debemos tomar en cuenta es que nuestros pacientes llegarán a nuestra clínica con una impresión grata de nuestra web o campañas publicitarias. Es muy importante que valores la posibilidad de **optimizar al máximo la atención al paciente**, tus protocolos de clínica y tener a tu recurso humano altamente motivado. Esto garantizará junto a un **marketing dental** formidable el triunfo de tu clínica dental.

Conocer más sobre mi [servicio de marketing para clínicas dentales](#)

Cursos especializados en Marketing Dental



Un curso Integral 360° sobre la aplicación práctica y metodológica del marketing dental
¡No te lo pierdas!

[Saber más](#)

Preguntas frecuentes de Marketing Dental

¿Cuándo crear un plan de empresa para mí clínica dental?

¿O es mejor un plan de marketing dental?

Siempre es necesario crear un plan de negocio o empresa para tu clínica odontológica. Para ello hay cientos de instituciones que en gobiernos o instituciones privadas te pueden ayudar. Por su parte el plan de marketing es una herramienta que depende del plan de negocio para especificar cómo hacerlo. En YouTube tienes mi [curso de plan de marketing digital](#) completo.

¿Cómo deben ser los anuncios para clínicas dentales?

La verdad depende de la plataforma. En Google ADS>Búsqueda, son textos. Deben crearse con el **método AIDA** y validar a través de las métricas su óptimo desempeño.

En Redes sociales u otras plataformas donde se puedan usar creatividades, te sugiero seguir con el **método AIDA**, pero también crear anuncios que salgan de lo común y conecten con tu **buyer persona**.

No encuentro un nombre para mi clínica dental ¿Cómo buscarlo?

Es un tema interesante. Te sugiero no buscarlo pensando directamente, crea tu marca a través de un proceso creativo llamado el manual de identidad de marca.

Es el proceso que usan los diseñadores profesionales para crear marcas. Básicamente piden a su cliente definir la misión, visión y **objetivos de la clínica dental** (hay muchos vídeos y documentación en internet para hacerlo). Posterior desarrollan el namming (nombre) las fuentes, paleta de colores y finalmente el logo.

Algunas sugerencias son los apellidos de los dentistas fundadores, la calle o el sitio donde está ubicada o algún sustantivo que conecte con el gentilicio local. En este **vídeo** tienes más información.

¿Qué es la DAFO, DOFA, FODA ó SWOT de una Clínica Dental?

Es una matriz tan sencilla como poderosa para diagnosticar la situación inicial de un negocio, definiendo su situación interna: debilidades y fortalezas y su situación externa: oportunidades y amenazas. Con esto hacemos una suerte de AIKIDO gerencial y logramos mejorar nuestros puntos fuertes, conocer nuestras áreas de mejora para trabajar en ellas y reconocer los factores externos que nos ayudarán a crecer o nos pueden suponer un reto. **Vídeo tutorial de DOFA**. Esto generalmente es parte de un estudio de mercado para clínicas dentales.

¿Sientes que necesitas ayuda? ¡Elige tu opción!



¡Muchísimas gracias!

