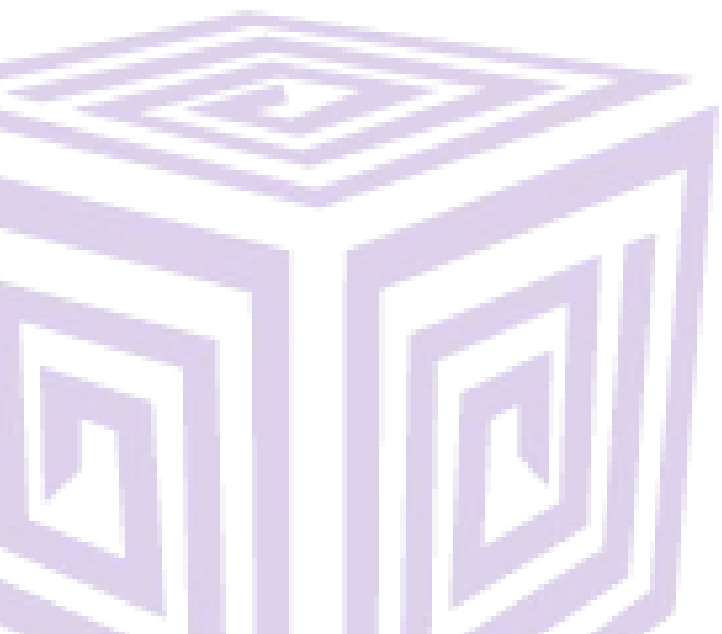




Plan de Marketing

**SECTOR
SALUD**





Introducción

El presente es un plan de marketing preliminar estandarizado para la mayoría de negocios dedicados al rubro de salud.

Marca e Identidad Corporativa

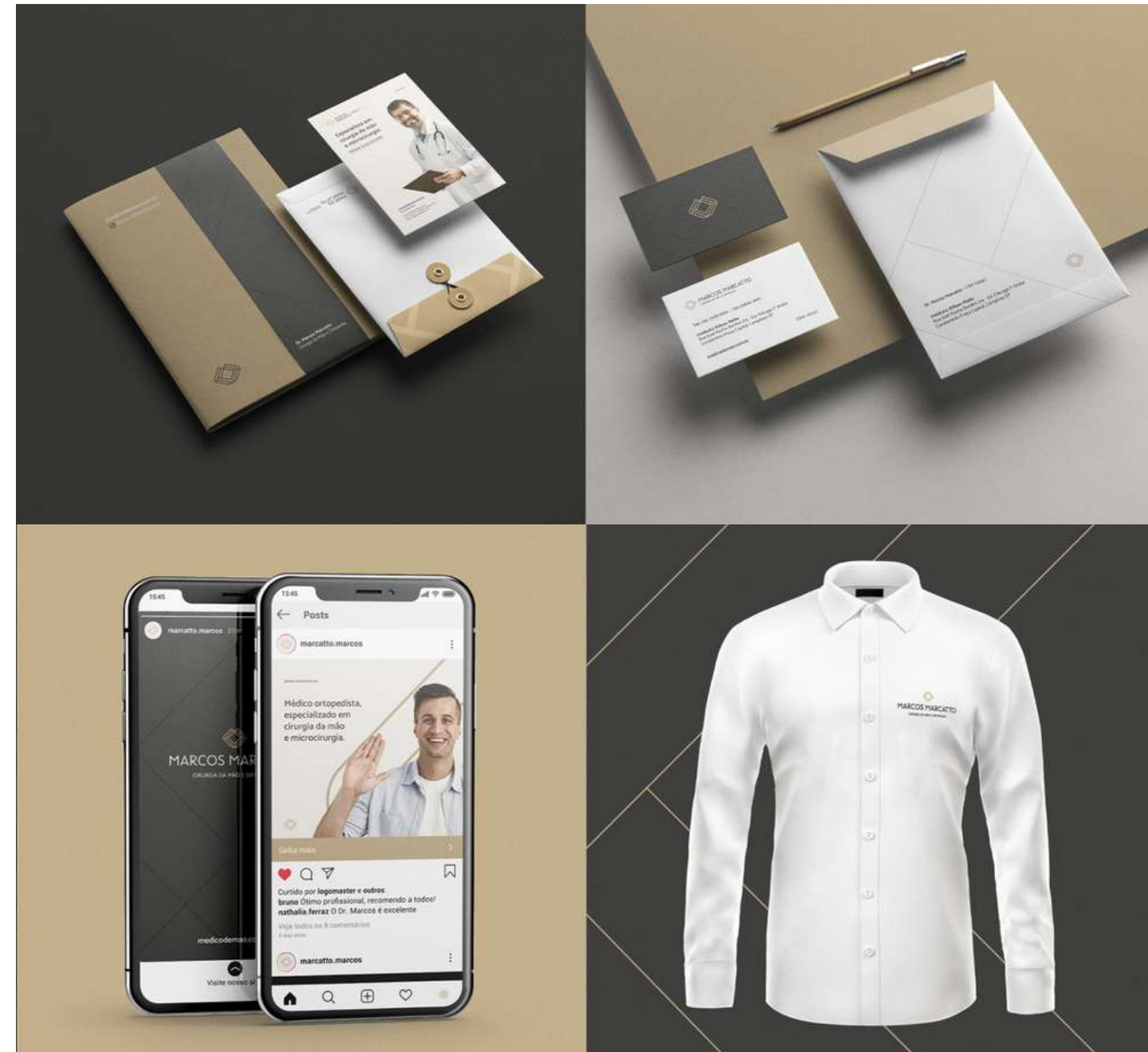
Empezamos por tener un buen logotipo que se **distinga** de cualquier otra empresa de tu rubro y te dé una mirada muy profesional que inspire confianza. Esto quiere decir, olvidarnos de lo cliché que es utilizar la figura de un estetoscopio.

Mi sugerencia, si eres una empresa, es usar un logo algo más conceptual e innovador. Puedes jugar sí, con figuras similares del rubro, o también con las iniciales de la empresa o socios. Pero asegúrate de hacer algo diferente y moderno.

Si eres un médico o especialista independiente, pues mi principal sugerencia es realizar un logo tipo firma. Tu firma personal con tu nombre serán tu logotipo.



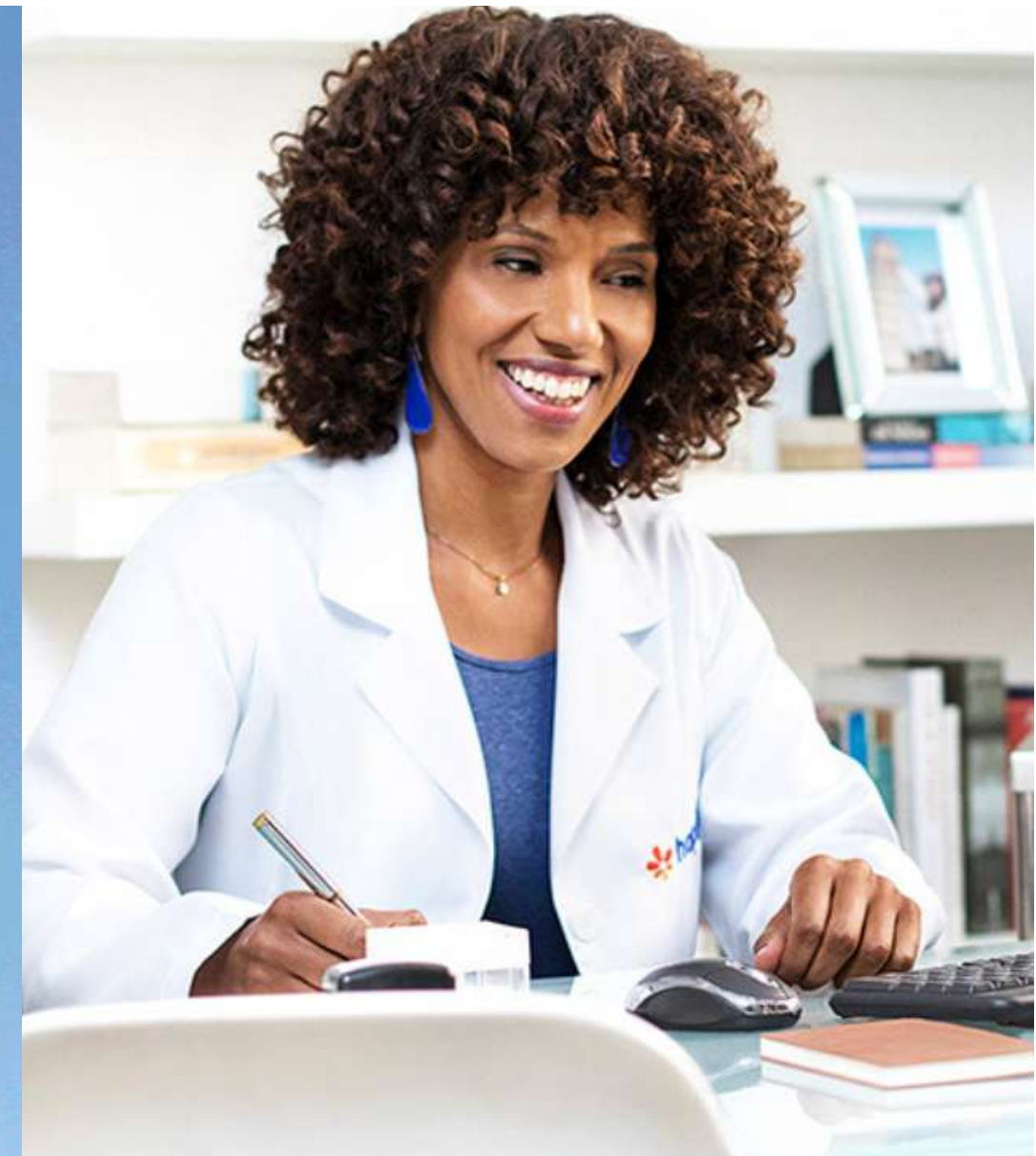
Recuerda conservar la calidad de este logo. Contrata a un profesional en branding que desarrolle tu marca e identidad corporativa para que toda tu papelería, redes sociales, folletería y merchandising tengan una misma línea gráfica.



Fotografías

¿Para qué tener una web o redes sociales si no vas a salir tú mismo con una buena foto profesional? Antes de lanzar tu publicidad es importante tener una buena foto que mostrar a tus clientes, proveedores y seguidores en general.

Si no cuentas con una gran oficina que lucir, pues ponte tu mejor traje y hazte una buena sesión de fotos en un estudio fotográfico para todas tus redes sociales y demás publicidad.



Publicidad Digital

La publicidad digital está dividida en muchas ramas, aquí las más importantes para ti:

- | Web + blog
- | Youtube
- | Facebook(Grupos de Facebook y Fanpage)
- | Google Business
- | Instagram
- | LinkedIn
- | TikTok

Si ya tenemos un buen logo y unas fotazos, es hora de dejar listas nuestras plataformas digitales sociales para crear contenido.

OJO, aún no vamos a crear contenido. Vamos a implementar, organizar y dejar bien pulidos nuestros medios antes. Todo lo que vamos a mencionar es **GRATIS** y lo puedes hacer tú mismo, pero claro, siempre recomendando contratar a un **profesional**.

O | Google Business

Primordial crearse una cuenta en Google Business. Este es el medio publicitario más importante para tu sector debido a que la gran mayoría de personas al sentirse mal **GOOGLEA sobre su afección** o busca el contacto de un profesional de salud. Por ende, es relevante aparecer en el mapa de Google Maps con nuestro local registrado y, para los que no cuenten con local, pueden registrar su domicilio.

Sólo necesitas tener una cuenta de Gmail y seguir estos pasos:

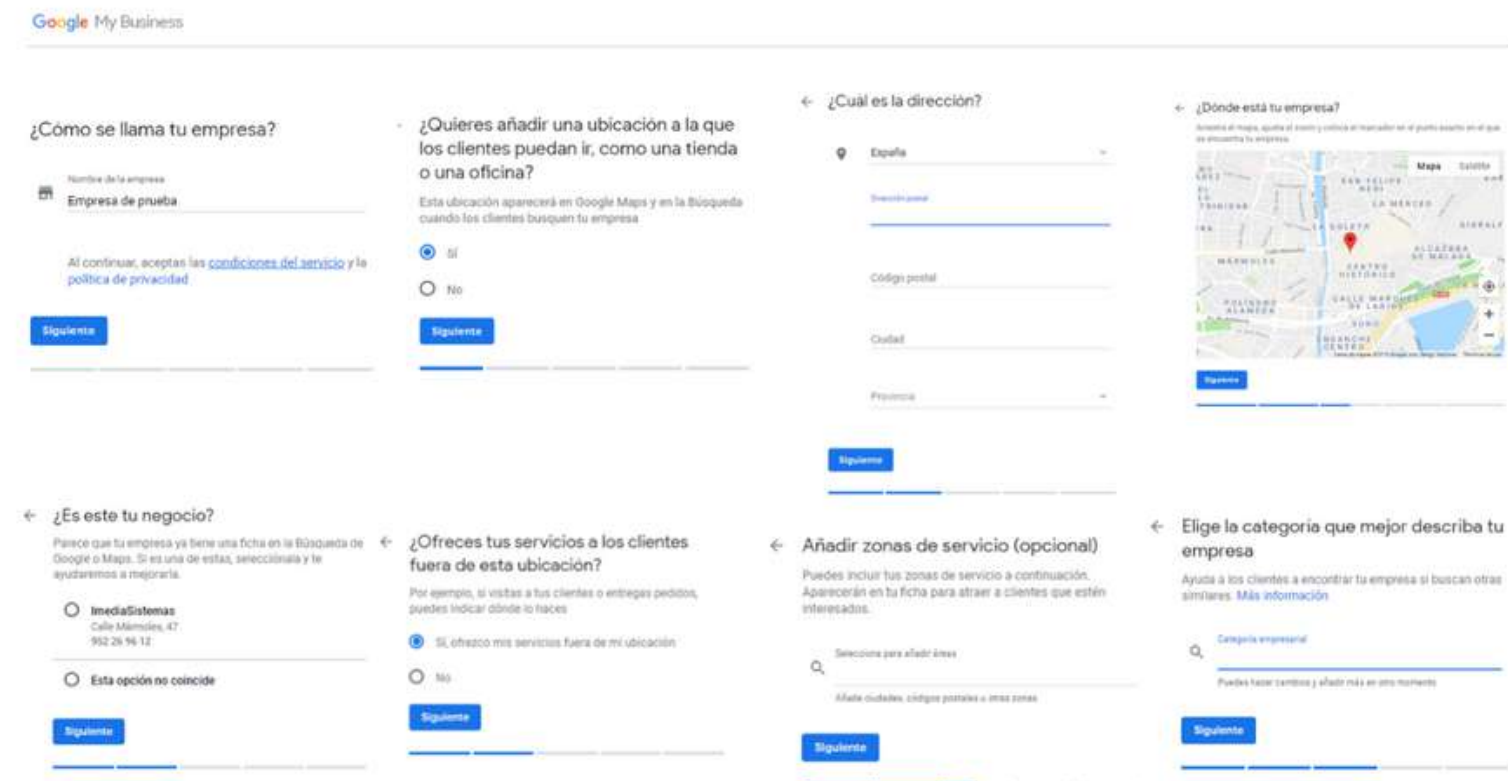
1 | **Accede a Google My Business**

Primero de todo debes acceder a la plataforma de Google My business desde la que podrás crear tu cuenta. Accede a [empezar ahora](#) y rellena la información requerida.

2 | Rellenar la información

Comienza rellenando el formulario en el que deberás introducir el nombre de tu empresa. Se recomienda que incluyas la ubicación real de tu negocio, a la que podrán acudir. Confirma los datos de localización y continúa con el proceso.

Si realizas pedidos fuera de dicha ubicación puedes indicarlo también, de manera que tus clientes puedan disponer de más información útil, aunque no es largo obligatorio de añadir en el momento. En el caso de que la respuesta a dicha pregunta sea sí, deberás añadir dichas localizaciones.



The image shows a multi-step registration form for Google My Business. The steps are as follows:

- Step 1: ¿Cómo se llama tu empresa?** (How do you name your business?) - Includes a text input field for the business name and a "Siguiente" (Next) button.
- Step 2: ¿Quieres añadir una ubicación a la que los clientes puedan ir, como una tienda o una oficina?** (Do you want to add a location where customers can go, like a store or office?) - Includes radio buttons for "Sí" (Yes) and "No" (No), and a "Siguiente" button.
- Step 3: ¿Cuál es la dirección?** (What is the address?) - Includes dropdown menus for "España" (Spain), "Código postal" (Postal code), "Ciudad" (City), and "Provincia" (Province), and a "Siguiente" button.
- Step 4: ¿Dónde está tu empresa?** (Where is your business?) - Includes a map interface with a "Siguiente" button.
- Step 5: ¿Es este tu negocio?** (Is this your business?) - Includes radio buttons for "Sí" (Yes) and "Esta opción no coincide" (This option does not match), and a "Siguiente" button.
- Step 6: ¿Ofreces tus servicios a los clientes fuera de esta ubicación?** (Do you offer your services to customers outside this location?) - Includes radio buttons for "Sí, ofrezco mis servicios fuera de mi ubicación" (Yes, I offer my services outside my location) and "No" (No), and a "Siguiente" button.
- Step 7: Añadir zonas de servicio (opcional)** (Add service areas (optional)) - Includes a search field for "Selecciona para añadir áreas" (Select to add areas) and a "Siguiente" button.
- Step 8: Elige la categoría que mejor describa tu empresa** (Choose the category that best describes your business) - Includes a search field for "Categoría empresarial" (Business category) and a "Siguiente" button.



3 | Crear cuenta de Google My Business


Para continuar con el proceso de crear una cuenta de Google My Business, debes indicar el campo o categoría en la que se encuentra tu negocio, por ejemplo: agencia de modelos.

Para hacer la experiencia de los usuarios más cómoda y hacer posible la mejora del SEO de tu web, tienes la opción de añadir la url de la página de tu negocio. Finalmente realiza el último paso y finaliza el proceso.

← ¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?

Incluye esta información en tu ficha para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo (opcional)

  Número de teléfono de contacto

 URL del sitio web actual

No necesito un sitio web

Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información. [Ver detalles](#)

[Siguiente](#)

← Mantente informado

¿Quieres recibir comunicaciones con recomendaciones y consejos personalizados para mejorar la presencia de tu empresa en Google?

Sí

No

[Siguiente](#)

← Terminar de registrarse y verificar esta empresa

Para gestionar tu ficha, tendrás que verificar la conexión con esta empresa. Al hacerlo, podrás:

- ✓ Permitir que clientes nuevos te encuentren en la Búsqueda de Google y en Google Maps.
- ✓ Promocionar tu empresa con fotos y publicaciones.
- ✓ Hacer un seguimiento de las analíticas de tu empresa para comprender mejor a tus clientes.
- ✓ Responder a las reseñas de tus clientes

[Finalizar](#)

3 | Verificación de nuestra cuenta de Google My Business

¡Ya has conseguido crear una cuenta de Google My Business! Pero aún no has terminado.

Una vez hayas finalizado el proceso de inscripción, recibirás una carta de Google por correo postal que contiene el código con el cual estarás verificando tu cuenta de Google My Business. Una vez introducido, ¡ya puedes empezar a trabajar!



Sugiero añadir tu logotipo, horarios de atención, fotografías tuyas, de tu local, del personal, etc. Mientras más información llenes no solo generas confianza, sino también le das un plus de posicionamiento a tu marca en Google. Mientras más publicaciones tengas con comentarios de otras personas, **Google te irá dando prioridad para aparecer en los primeros lugares.**

02 Página Web

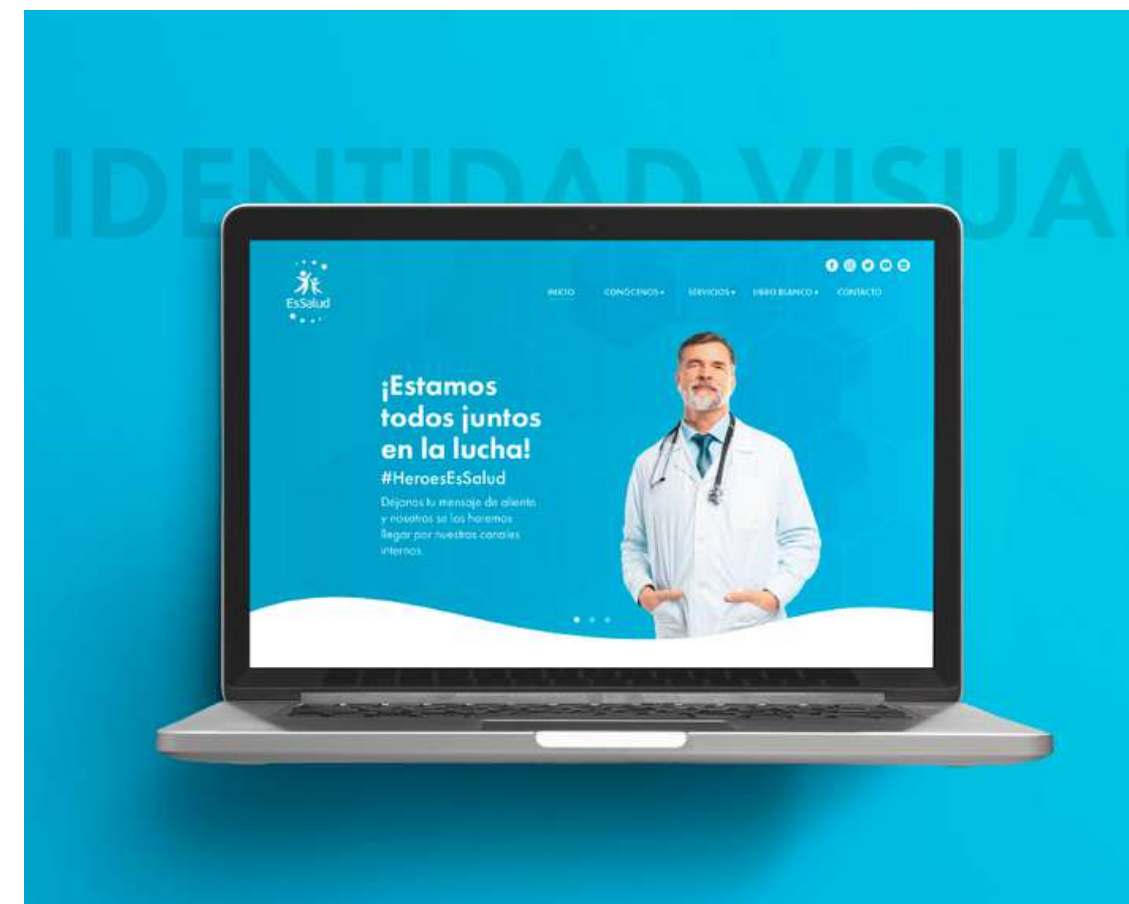
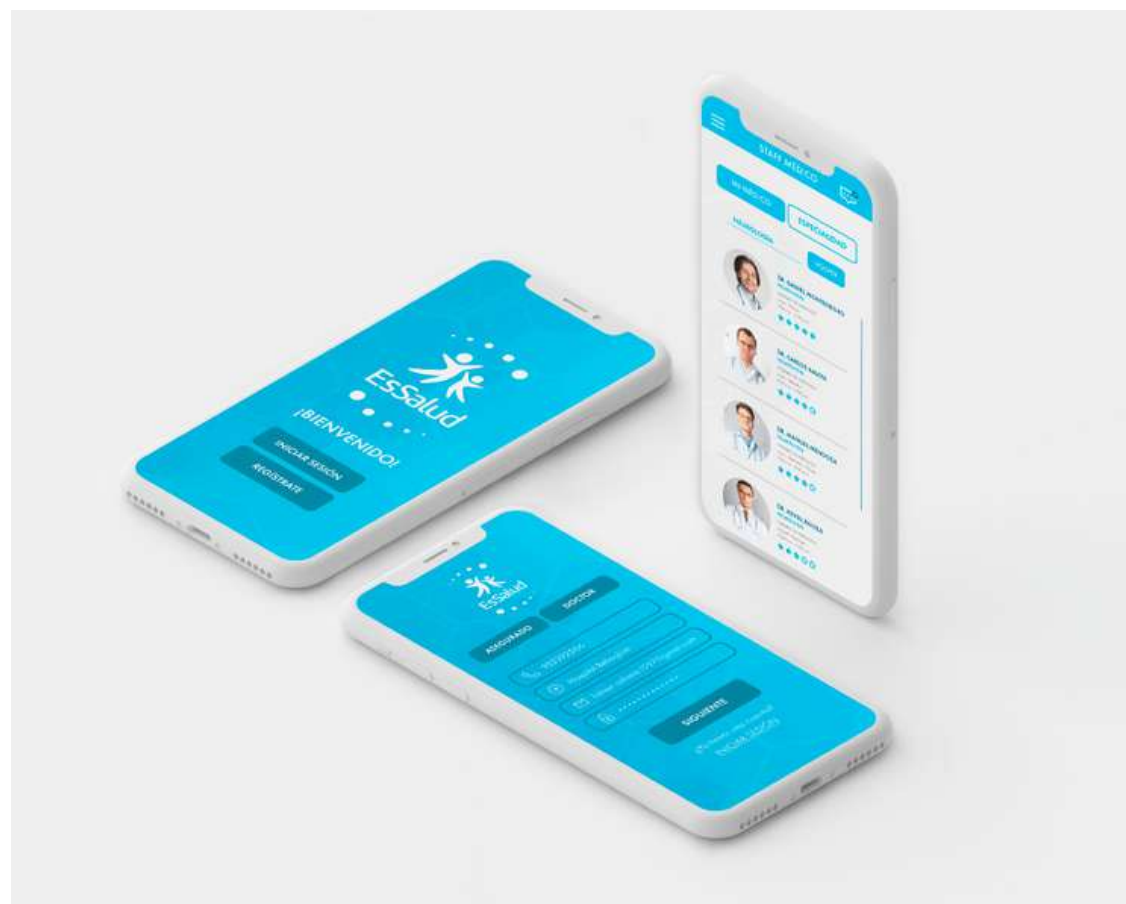
Una buena página web inspira profesionalismo y confianza. Añade información de tus servicios, de tus estudios y experiencia, etc. Además, agrega fotos de ti mismo, de tu staff de profesionales, instalaciones y más.

También, es importante contar con un blog de artículos; estos nos ayuden a posicionarnos en Google.



Obligatorio contar con una página web moderna, que se pueda ver muy bien en cualquier dispositivo. Es importante contratar un buen profesional para armar una buena web por fuera y dentro, así te permitirá posicionarte correctamente en Google.

PUBLICIDAD DIGITAL



03 Redes Sociales

PUBLICIDAD DIGITAL



Asegúrate de contar con un buen diseño para estas plataformas. Una buena foto de perfil y portada, la información correctamente llenada, fotos de ti, de tu equipo, videos explicativos, etc.

Es importante que tus redes sociales se vean muy profesionales, que sigan una sola línea gráfica, y sobre todo que, cuando invites a otras personas a seguirte, estas encuentren buen contenido tuyo que las motive a quedarse.



Una vez que tienes tus redes sociales bien implementadas es hora de pensar en crear contenido de valor. ¿A qué me refiero? A que no publiques por publicar. Publica algo que tú verías, algo que seguirías, compartirías.

¿Qué es lo que mejor sabes hacer? ¿Qué problemas resuelve tu servicio?

Habla de eso. Crea videos profesionales donde salgas hablando tú y/o tu equipo. Puedes subir esos videos a YouTube, Facebook y otras plataformas, y luego, puedes cortar lo más importante y crear videos cortos para redes sociales más rápidas como Instagram y TikTok.

3 Consejos ganadores:

- Constancia (01 vez a día mínimo).
- Material audiovisual (01 video a la semana).
- Sé profesional, usa una buena línea gráfica, sé moderno, y atiende rápido cualquier consulta o comentario.

ADS

PUBLICIDAD DIGITAL

Pandora
MARKETING & PUBLICIDAD



Con respecto a los anuncios de Facebook Ads u anuncios en otros medios digitales como Instagram o TikTok. Sugiero dejar un anuncio corriendo por 01 a 12 meses. Este anuncio debe de resolver un problema específico a una audiencia en particular, por ejemplo:

¿Problemas para dormir?

Habla con nuestros especialistas. Estos anuncios ayudarán a recopilar una base de contactos para darle seguimiento.

Publicidad Tradicional



Vivimos en un mundo digital, sí. Pero eso no significa que dejemos de lado la publicidad tradicional. Sobre todo si la mayor parte de nuestro **público es local**. Radio, televisión, periódicos, revistas, eventos, etc. Todos son medios válidos para lanzar nuestra publicidad, pero claro, todo depende de nuestro presupuesto.

Es importante definir **un solo mensaje** para toda la publicidad que realices. No iremos a la radio a decir “somos la empresa con mejor tecnología” y luego en la revista colocar “la empresa con los mejores profesionales del Perú”. Es importante sesgarnos a un solo mensaje sólido y repetirlo constantemente.

Planificación

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

1 | Definición de mí mismo y mi producto.

¿Quién soy?, ¿Qué vendo?, ¿Qué hago mejor que nadie?

2 | Mi público objetivo.

¿Quién deseo que tome mis servicios? ¿Dónde los ubico geográficamente? ¿Qué lugares frecuentan? ¿Qué medios visualizan?

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

3 | **Mi competencia**

¿Qué está haciendo mi competencia? ¿Qué ofrecen y a qué precio? ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué están haciendo publicitariamente? ¿Qué puedo imitar? ¿Qué puedo hacer mejor?

4 | **Objetivos y medición**

¿Qué objetivos deseo para el siguiente año?

Aquí es importante hacer un análisis. Si no contamos con información previa, es relevante empezar a medir ya mismo. Por ejemplo: El mes pasado tuve 10 clientes, este mes 15 personas me escribieron al whatsapp por mi página web, 20 personas me llamaron a mi teléfono por Google Maps.

Si no medimos, no podemos trazar objetivos reales. No importa que contratemos a la mejor agencia publicitaria del mundo. Si no medimos nuestros resultados, no tiene caso.

Aquí un ejemplo de medidores que deberías revisar:

- Registro de prospectos mensual por medio publicitario.
- Registro de consultas médicas o pacientes (en caso las brindes).
- Registro de seguimiento – realización de encuesta: ¿Por qué compró con nosotros o decidió no comprar?
- Registro de venta de productos mensual por cantidad y valor.
- Análisis de estadísticas de medios digitales (seguidores, alcance, interacción).

Mediciones reales, objetivos reales.

¿Estás listo para empezar?

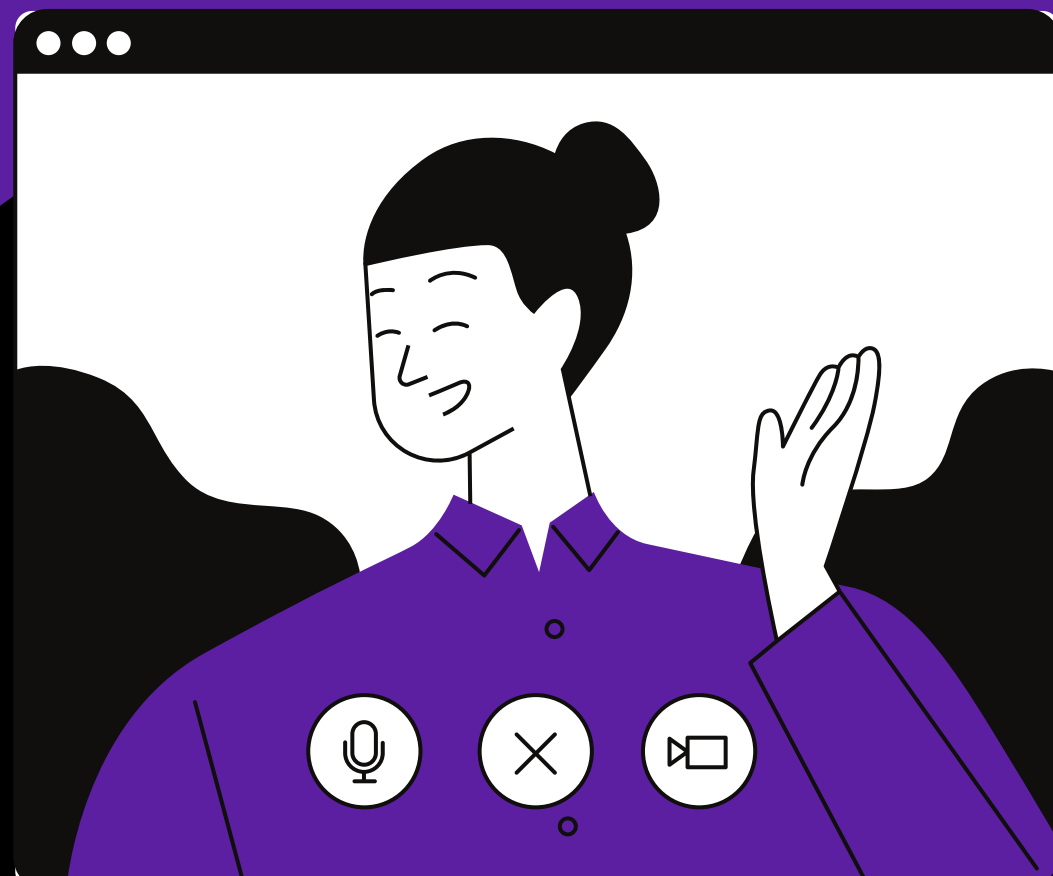
Contáctanos para una asesoría especial dedicada a tu negocio.

TELÉFONO

+51 993 856 531

CORREO

info@pandoramarketing.net



pandora
MARKETING & PUBLICIDAD

