

# Marketing --- para la salud:

*Estrategias prácticas para atraer más pacientes y posicionar tu consulta en el mundo digital.*



Por **Grey Farías** 

---

**¡Hola! Quiero contarte que:**

Este **mini ebook** está diseñado especialmente para médicos que quieren dejar de depender solo del voz a voz y empezar a atraer pacientes con intención real.

Aquí descubrirás cómo aplicar herramientas simples pero poderosas de marketing digital a tu consulta, sin complicaciones técnicas y con un enfoque 100% humano.

***Aprenderás a conectar, comunicar y convertir... con propósito.***

---

## **Marketing para la salud**

*Estrategias prácticas para atraer más pacientes y posicionar tu consulta en el mundo digital.*



## Capítulo I

### Mito vs. Realidad

Cuando escuchás la palabra *marketing*, es probable que pienses en influencers, ventas forzadas o publicaciones exageradas en redes sociales. Pero el marketing en salud no tiene nada que ver con eso.

Es más bien una combinación de **comunicación estratégica + empatía + visibilidad profesional.**

En pocas palabras: el marketing médico es la herramienta que te permite **llegar a las personas correctas**, con el mensaje correcto, en el momento indicado.



## 📌 ¿Qué es realmente el marketing aplicado a la salud?

Es todo aquello que hace que un paciente te conozca, confíe en vos y decida agendar una consulta.

Marketing es:

- Tu perfil de Instagram cuando alguien lo ve por primera vez y decide seguirte.
- El mensaje que responde un interesado por WhatsApp y lo convierte en paciente.
- Una historia donde cuentas un caso clínico (con respeto y confidencialidad) y alguien se siente identificado.
- Una charla online gratuita donde compartís consejos de prevención.

Marketing también es cómo hablas, cómo muestras tu día a día profesional, cómo aclaras las dudas de tus pacientes incluso antes de que te escriban.

### **Ejemplo real:**

Dra. Claudia, dermatóloga, solía recibir pacientes solo por recomendación. Empezó a compartir contenido sencillo sobre cuidados de la piel, mostrando pequeños fragmentos de su trabajo y respondiendo dudas frecuentes en sus historias. En 3 meses duplicó su agenda, y la mayoría de nuevos pacientes venía de Instagram. Sin bailes, sin publicidad invasiva, solo presencia estratégica.

# Mitos comunes vs. Realidades

## 🚫🧠 Mito 1: “El marketing no es ético en medicina”

✅ Realidad: Mostrar tu trabajo con responsabilidad no es antiético. Es profesional.

No estás prometiendo resultados imposibles ni manipulando emociones, estás educando y generando confianza.

Ejemplo: Una nutricionista que publica contenido sobre alimentación saludable no está vendiendo productos milagrosos; está previniendo enfermedades.

## 🧠 Mito 2: “No tengo tiempo para eso”

✅ Realidad: No tienes que hacerlo todo vos. Hay profesionales (como yo 🧑) que pueden ayudarte a automatizar procesos, crear contenido alineado a tu estilo y gestionar tu comunidad.

Lo importante es tener un sistema que trabaje para vos incluso cuando estás en consulta.

Ejemplo: El Dr. Martín, cardiólogo, delegó la atención de sus mensajes a un setter digital. Pasó de perder pacientes por falta de respuesta a tener una agenda organizada y seguimiento de interesados sin levantar un dedo.

### **Mito 3: “Eso no es para mí, yo no soy influencer”**

✓ Realidad: No tienes que ser influencer, solo tienes que ser visible. Y para eso basta con mostrar lo que haces desde la autenticidad.

Ejemplo: La Dra. Belén, ginecóloga, publica contenido educativo sobre salud femenina una vez por semana. No muestra su vida personal, ni baila, ni usa filtros. Aun así, logró posicionarse como una referente en su comunidad.

#### ✓ **Entonces ¿Por qué hacer marketing?**

Porque tu conocimiento salva, mejora y transforma vidas.

Y el marketing solo se encarga de que más personas lo sepan.

Es hora de dejar atrás el miedo a “vender” y empezar a comunicar con propósito.

Sin exageraciones, sin fórmulas vacías, sin dejar de ser vos.



## Capítulo II

# Tu consulta también es una marca

Muchos profesionales de la salud creen que una “marca” es solo un logo bonito, un eslogan o un nombre pegajoso. Pero en realidad, tu marca es todo lo que otros perciben de vos antes, durante y después de conocerte.

Es lo que alguien piensa cuando escucha tu nombre, lo que transmite tu perfil de Instagram, cómo se sintió un paciente en tu consulta o cómo responde tu asistente a los mensajes.

*En resumen:*

**Marca = Experiencia + Percepción + Confianza.**

## **Vos ya sos una marca** **(aunque no hayas diseñado una)**

La forma en que hablas con tus pacientes, los colores que usas en tus redes, el tono con el que explicas un diagnóstico, tu especialidad, tu historia, hasta tu manera de vestirte...

*Todo eso comunica.*

La diferencia está en si lo haces de manera intencional, dejas que los demás lo interpreten como puedan.

### **¿Por qué es importante trabajar tu marca personal?**

Porque en un entorno cada vez más competitivo, la confianza es tu mejor herramienta de crecimiento. Y la confianza se construye cuando hay claridad, coherencia y conexión.

#### **Ejemplo real:**

El Dr. Julián, traumatólogo, tenía una excelente reputación, pero sus redes estaban descuidadas. Nadie entendía qué hacía exactamente, y muchos confundían su perfil con el de un centro de fisioterapia. Trabajamos en su identidad visual, unificamos el mensaje en todas las plataformas y hoy recibe pacientes que llegan diciendo: "Vi tu Instagram y me inspiró confianza."

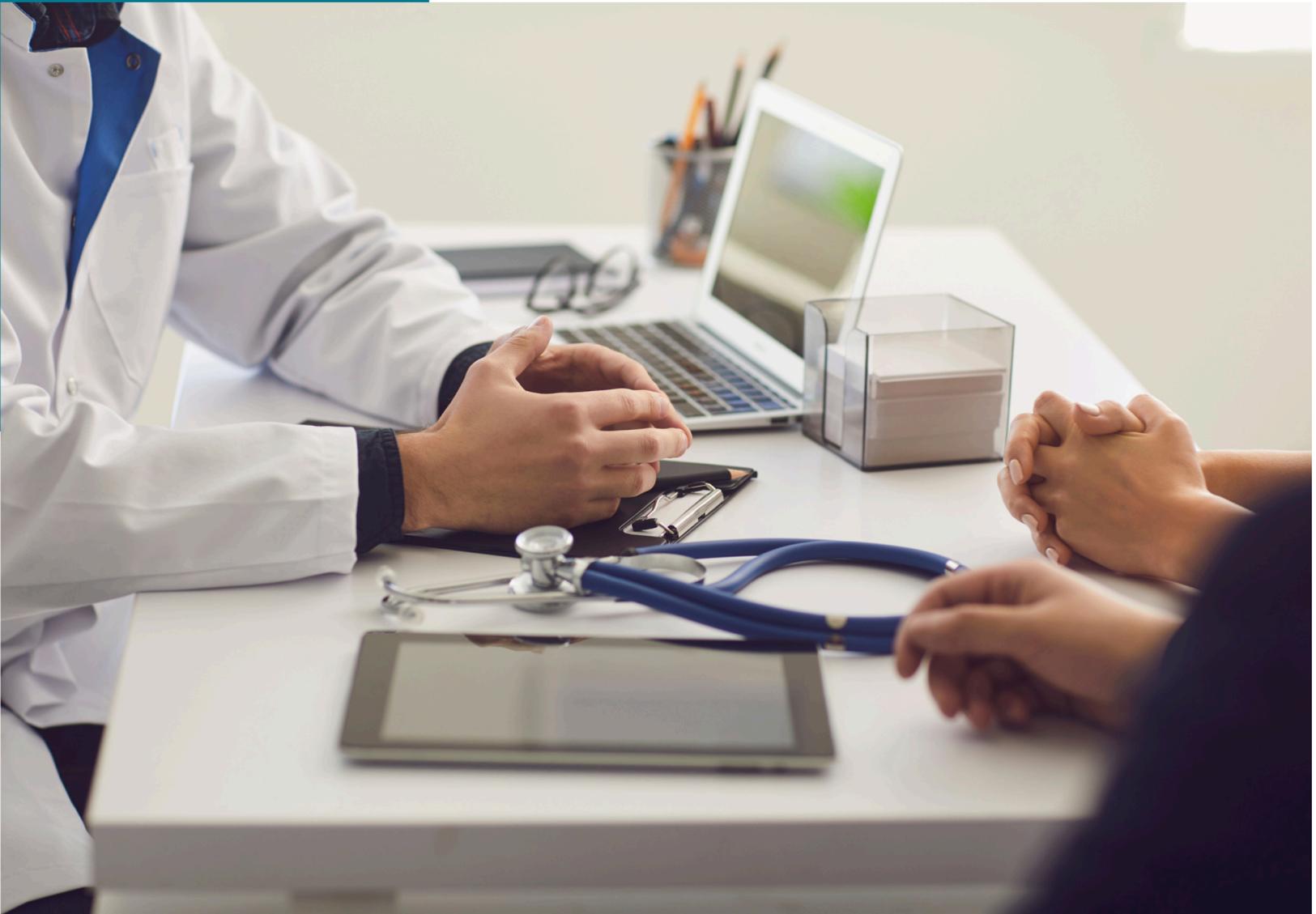


## **Los 4 elementos clave de tu marca como profesional de salud**

- *Mensaje:* ¿Qué quieres que el paciente entienda sobre vos? (Ej. “Te acompaño a sanar tu piel desde un enfoque integral”)
- *Estilo y tono:* ¿Cómo hablas? ¿Sos cercano, técnico, educativo, empático?
- *Imagen visual:* Colores, tipografías, fotos, orden. Todo suma (¡y mucho!). No hace falta que sea súper producido, pero sí claro y profesional.
- *Diferenciación:* ¿Qué te hace único? ¿Qué haces distinto a otros de tu especialidad? Puede ser tu forma de atender, tu perfil humano, tu experiencia previa.

 **La marca no es fama**, puede llegar a serlo, pero en principio la marca es claridad y cuando un paciente encuentra claridad en tu mensaje, siente confianza. Y cuando siente confianza, agenda.

Trabajar tu marca personal no es un lujo: es una herramienta estratégica para crecer con propósito, sin tener que gritar más fuerte, ni competir con nadie.



## Capítulo III

# Tu primer canal: redes sociales bien usadas

Muchos profesionales de la salud le tienen respeto (y a veces miedo) a las redes sociales.

Lo entiendo: no tienes tiempo, no sabes qué decir o te da vergüenza exponerte. Pero la realidad es que las redes son hoy uno de los canales más potentes para atraer pacientes de forma ética, cercana y efectiva.

No se trata de hacer contenido viral, sino de mostrar lo que sabes hacer, con claridad y coherencia.

## ➡ **¿Por qué deberías estar en redes?**

Porque ahí está tu paciente.

Hoy, una gran parte de las personas que buscan un especialista médico primero revisan las redes sociales: quieren ver cómo hablas, qué haces, qué opinan otros pacientes, y si les generas confianza.

### **Ejemplo real:**

La Dra. Lucía, psiquiatra, empezó a compartir videos cortos explicando mitos sobre salud mental. No mostraba su cara, solo usaba su voz y presentaciones sencillas. Al tercer mes, ya recibía consultas de pacientes que le decían: “Me animé a escribirte porque te vi explicar justo lo que me pasa.”

✅ Lo que sí tienes que hacer

- Elegí una red principal
- Instagram, Facebook o TikTok. No hace falta estar en todas. Elegí la que más se alinee con vos y con tus pacientes ideales.
- Muestra tu lado profesional, sin perder calidez
- Puedes mostrar tu día en consultorio, responder dudas frecuentes, explicar tratamientos o simplemente dar tips de prevención. No tienes que compartir tu vida privada.

## ➡ **¿Por qué deberías estar en redes?**

Porque ahí está tu paciente.

Hoy, una gran parte de las personas que buscan un especialista médico primero revisan las redes sociales: quieren ver cómo hablas, qué haces, qué opinan otros pacientes, y si les generas confianza.

### **Ejemplo real:**

La Dra. Lucía, psiquiatra, empezó a compartir videos cortos explicando mitos sobre salud mental. No mostraba su cara, solo usaba su voz y presentaciones sencillas. Al tercer mes, ya recibía consultas de pacientes que le decían: “Me animé a escribirte porque te vi explicar justo lo que me pasa.”

✅ Lo que sí tienes que hacer

- Elegí una red principal
- Instagram, Facebook o TikTok. No hace falta estar en todas. Elegí la que más se alinee con vos y con tus pacientes ideales.
- Muestra tu lado profesional, sin perder calidez
- Puedes mostrar tu día en consultorio, responder dudas frecuentes, explicar tratamientos o simplemente dar tips de prevención. No tienes que compartir tu vida privada.

- Usá lenguaje claro, olvidate del tecnicismo. Tus seguidores no son médicos, son personas que quieren entender si podés ayudarles. Hablales fácil, sin infantilizar.
- Mostrá tu rostro (cuando puedas), las cuentas con mayor conexión son las que tienen una cara visible. No se trata de “exponerte”, sino de generar cercanía.
- Sé constante (no perfecta), no hace falta publicar todos los días. Pero sí mantener un ritmo que te mantenga visible y activo.

## ✗ Lo que puedes evitar

- Subir flyers genéricos de “Atiendo en tal lugar” sin contexto ni valor.
- Usar imágenes tomadas de Google sin permiso ni estética.
- Prometer resultados irreales (puede afectar tu credibilidad).
- Copiar lo que hacen otros sin adaptar a tu estilo.

## Redes no son un show, son una extensión de tu consulta

Piénsalo así: tu perfil en redes es como la antesala de tu consultorio. Si alguien se siente cómodo ahí, probablemente agende.



## Capítulo IV

# Pacientes hay, pero hay que saber llegar a ellos

Tener presencia en redes es un gran primer paso, pero no es suficiente.

Publicar, recibir likes y tener seguidores no garantiza una agenda llena. Para que alguien te conozca y se convierta en paciente, hay un proceso intermedio que muchos médicos pasan por alto.

Ese proceso se llama embudo de conversión (pero tranquilo, que no te voy a hablar en marketingés).

## **El recorrido del paciente, paso a paso**

- Descubre tu perfil en Instagram
- Ve un contenido que le habla justo a su problema
- Te sigue, empieza a ver tus historias y publicaciones
- Se siente identificado y piensa: “Esto es lo que necesito”
- Te escribe por WhatsApp o DM con una duda
- Recibe una respuesta clara, cálida y rápida
- Agenda una consulta
- Tiene una buena experiencia → te recomienda o vuelve

 **Cada paso es una oportunidad... o una pérdida.**

Ahí es donde entra la importancia de tener estrategia + atención efectiva.

 **¿Dónde se pierde la mayoría?**

Muchos médicos publican contenido, pero no responden los mensajes a tiempo, o lo hacen con respuestas frías y automáticas.

Otros generan interés, pero no saben guiar al paciente hasta la agenda. Aquí es donde entra el rol del setter digital.

## ¿Qué hace un setter digital? (en cristiano)

Un setter es la persona que atiende los mensajes entrantes de forma estratégica y personalizada, guiando a los potenciales pacientes desde la duda hasta la cita agendada.

Es como tener una persona de confianza que habla en tu nombre, responde dudas, da seguimiento y hace que no se te escape ninguna oportunidad.

### **Ejemplo real:**

El Dr. Rodrigo, endocrinólogo, recibía entre 10 y 20 mensajes semanales por Instagram, pero solo 2 o 3 terminaban en consulta. Después de implementar un sistema con setter digital, más del 70% de los interesados confirmaban cita.

¿La clave? Respuesta inmediata, tono humano, y seguimiento.

### ¿Qué tareas puede cubrir un setter digital?

- Responder consultas en WhatsApp, Instagram o correo
- Resolver dudas comunes de forma profesional
- Guiar al paciente hasta la agenda o sistema de turnos
- Dar seguimiento a quienes escribieron pero no confirmaron
- Identificar oportunidades para escalar (cursos, eventos, charlas)



## Capítulo V

# Marketing humano: la clave para crecer con propósito

Hablemos claro: no se trata solo de llenar una agenda.

Se trata de crecer sin perder la esencia. De comunicar sin dejar de ser profesional. De expandir tu impacto, sin sentir que te estás “vendiendo”.

Eso es el marketing humano y es, en definitiva, el corazón de todo este enfoque.

## 🌱 ¿Qué es el marketing humano?

Es una forma de comunicar desde la empatía, la claridad y el respeto.

Es una forma de comunicar desde la empatía, la claridad y el respeto. Es dejar de hablarle al “cliente ideal” y empezar a hablarle a la persona real que necesita tu ayuda.

Es mostrar tu experiencia sin soberbia, y tu calidez sin miedo a parecer vulnerable.

El marketing humano no busca impresionar, busca conectar.

## **Ejemplos reales de marketing con propósito**

- La pediatra que crea contenido para orientar a padres primerizos y evitar la desinformación en redes.
- El odontólogo que explica tratamientos con palabras simples y calma miedos comunes.
- La ginecóloga que comparte historias reales de sus pacientes (con su permiso), para visibilizar temas de salud que aún son tabú.
- El médico general que organiza un webinar gratuito para hablar sobre prevención en comunidades rurales.

Todos estos profesionales están haciendo marketing. Pero lo hacen con propósito, con valores, y con impacto.

### **¿Y qué pasa cuando comunicas desde ese lugar?**

- ✓ Te diferencias, sin necesidad de competir
- ✓ Atraes pacientes alineados a tu forma de trabajar
- ✓ Te sientes cómodo con tu presencia digital
- ✓ Creas una comunidad que confía en ti
- ✓ Te vuelves referente en tu especialidad, de manera orgánica



## En resumen

- El marketing para profesionales de la salud no es un accesorio.
- Es una herramienta poderosa que, bien utilizada, puede ayudarte a crecer con estrategia, con orden y, sobre todo, con autenticidad.
- No se trata de “convencer” a nadie.
- Se trata de mostrar lo que hacés, cómo lo hacés, y por qué lo haces.

Para que más personas puedan encontrar la ayuda que necesitan, en vos.

## ¿Y ahora qué sigue?

- Si llegaste hasta acá, ya diste el primer paso.
- El siguiente es dejar de intentar hacerlo todo vos solo/a, y apoyarte en quienes podemos ayudarte a construir una estrategia clara, humana y efectiva.
- Eso es lo que hago. Eso es lo que puedo hacer con vos.
- Te acompaño a crear un sistema de marketing que respete tu profesión, tu tiempo y tu estilo.

👉 ¿Quieres comenzar? Hablemos. Estoy a un mensaje de distancia.