

4 Objetivos que debe cumplir tu Blog de Salud

Objetivo 1 “Captación de Pacientes”

Para trabajar este objetivo desde tu blog de salud es muy importante tener claras las palabras clave por las que deseas posicionarte.

Para llevarlo a cabo tendrás que implementar varias técnicas de marketing digital de forma simultánea.

Desde tu blog la más importante es el **SEO onpage** en tus textos para que estén bien optimizados en los buscadores.

El **SEO Local** también lo tendrás que trabajar y para ello te sugiero que tu presencia online esté bien definida, tengas dada de alta tu clínica física en los mapas de buscadores como *Google Maps* o *Bing Maps*.

Si tus contenidos están bien optimizados y tu página cumple con los estándares de calidad mínimos **que debe tener una web**, tu blog de salud puede ser una verdadera autopista para la llegada de nuevos pacientes a tu consulta presencial.

Objetivo 2 “Informar y Educar al paciente”

¿Cuántas veces repites las mismas respuestas a las mismas preguntas en tu consulta?

Estoy seguro que te ocurre a menudo y en muchas ocasiones por falta de tiempo o por las características propias del paciente no puedes dar una explicación como a ti te gustaría del tema en cuestión.

Desde tu **blog de salud** puedes dar un plus de calidad en este aspecto haciéndolo una **guía de referencia**.

◆ *Estructura de contenidos*

Te sugiero que prepares diferentes listas para organizar toda la información sobre la que vas a escribir:

- Temas más recurrentes de tu consulta
- Sus derivaciones, síntomas, complicaciones, enfermedades relacionadas...
- Medicamentos más habituales que se recetan para cada caso

- Consejos de cuidados a seguir para cada una de las enfermedades
- Temas principales de tu especialidad
- Tu pasión, tus valores, tu forma de sentir la medicina, la salud...

Con esta estructura vas a conseguir una guía de contenidos de tremendo valor para tus pacientes.

◆ *Difusión de contenidos*

Puedes preparar una **lista física en papel** con los enlaces del blog que hayas seleccionado para entregar en consulta.

Para los **e-Pacientes** puedes incluso **crear un código QR** que les lleve a una página del blog tipo directorio para que puedan acceder desde su smartphone.

También podrías crear una **aplicación móvil (App)** como herramienta de consulta. Son algunas **ideas transmedia** para innovar en **e-Salud**.

Así estarás informando de manera precisa al paciente sobre sus dolencias, estarás llevando tráfico a tu web y darás imagen de modernidad reforzando tu reputación.

Objetivo 3 “Ganar Reputación Online”

Si los contenidos de tu blog son de utilidad para los pacientes ellos mismos te van a servir de altavoces en las plataformas digitales.

La información de **calidad se comparte** y el mejor escenario son las **redes sociales**.

◆ *Es primordial que pongas fácil en tu blog la forma de hacerlo:*

- Los botones para compartir deben ser atractivos, claros y estar bien visibles
- No olvides dar la opción de compartir por email, guardar el contenido o imprimir
- La mejor ubicación es al final de cada post

◆ *No olvides la sección de comentarios:*

- Es recomendable que estén abiertos a la participación
- Deja claras las normas de utilización
- Define qué tipo de uso vas a dar por tu parte
- Deja claro que no es una consulta online porque no es el medio adecuado para hablar de salud
- Agradece las publicaciones siempre que te sea posible

Objetivo 4 “Conseguir Suscriptores en tu Blog de Salud”

Las visitas que llegan a un blog son direcciones IP anónimas.

En la gran mayoría de los casos son visitas que no regresarán. No hay forma de saber quién está detrás de esa navegación.

Por ese mismo motivo es de vital importancia tener implementado un **sistema de captación de suscriptores**.

La **información más valiosa** que tiene un internauta es su **email**.

Si tienes tu **plataforma optimizada** para que tus visitas dejen su dirección de email de forma voluntaria y natural estarás creando una base sólida para tu **negocio online**.

Pero tus visitantes no te van a dejar su email voluntariamente, tienes que ofrecer algo a cambio.

En el lenguaje marketiniano es lo que se denomina un “*Lead Magnet*”.

Un **lead magnet** es un regalo de valor que se entrega a cambio de la captación de un email.

No es necesario que sea un eBook de 100 páginas pero sí **es imprescindible que sea de valor** para tus pacientes.

◆ *Algunas ideas:*

- Puede ser una guía de consejos muy especializados
- Un bono descuento para tu consulta presencial

- Una 1ª consulta online por email gratuita
- Nadie mejor que tú para saber lo que puedes aportar a tus pacientes

Gracias a las herramientas existentes para la gestión estratégica en **email marketing** podrás hacer crecer tu lista de suscriptores y crear una sólida relación con ellos.

MailChimp es la herramienta que yo mismo utilizo y recomiendo a mis clientes.

Es fácil de usar, intuitiva, tiene muchas funcionalidades y es gratuita hasta 2.000 suscriptores. Te invito a probarla pulsando en la imagen.



◆ *A través del email podrás:*

- Mantener informados a tus suscriptores de las actividades en las que participes ya sean eventos, congresos...
- Informar de nuevos servicios en tu consulta o clínica
- Recordar que pueden utilizar tu consulta online si ya la tienes implementada
- Enviar todas las publicaciones del blog en forma de newsletter

En definitiva, **crear comunidad** y establecer **vínculos** con tus pacientes a través de tu **blog de salud** con todas las ventajas que te he explicado en el post.

¿Ya tienes tu blog en marcha? ¿Qué te han parecido las ideas? Me encantará conocer tu opinión y si necesitas ayuda en cualquier aspecto relacionado con el mundo online recuerda que estoy aquí para ayudarte!