Cómo atraer más pacientes a tu consulta

Captación, autoridad, venta y control.

Ejemplos reales y primeros pasos para trabajar tu negocio.

Kilian Romero · Marketing para profesionales de la salud mental

Una agenda que te dé más estabilidad

Los cuatro objetivos que vamos a trabajar contigo.

Más pacientes

Dar continuidad a tu actividad y ocupar los huecos que hoy tienes libres.

Un mes más planificado

Organizar tu semana con más previsión y menos incertidumbre.

Personas dispuestas a iniciar terapia

Hablar con personas que entiendan cómo puedes ayudarles y quieran dar el paso.

Que una cancelación pese menos

Contar con más oportunidades cuando aparezcan huecos inesperados.

Los cuatro pilares de tu consulta

Revisa el recorrido completo: desde que te descubren hasta que reservan.

01

Captación

Llegar a personas que buscan tu especialidad y facilitar que te pidan información.

02

Autoridad

Que tu presencia profesional transmita tu especialización y genere confianza.

03

Venta

Acompañar a la persona para que entienda cómo puedes ayudarle y cómo empezar.

04

Control

Saber qué ocurre con cada solicitud, cita y cobro para decidir qué mejorar.

Cada pilar ayuda a que el siguiente funcione mejor.

Qué queremos conseguir con tu captación



Llegar al paciente adecuado

Personas que encajen con tu especialización y estén interesadas en iniciar terapia.



Recibir nuevas solicitudes cada día

Generar un flujo continuo de personas que pidan información sobre tus servicios.



Llenar tu agenda y darle continuidad

Combinar primeras citas de personas interesadas con sesiones de pacientes que ya están en terapia.

Caso real: centro de psicología

Una muestra de captación con anuncios centrados en sus servicios.





29

solicitudes de información

En la primera semana de campaña.

El anuncio genera interés. El siguiente paso es atender cada solicitud y medir cuántas terminan en una cita.

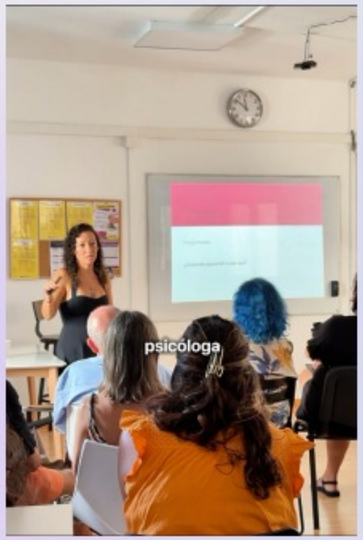
Las solicitudes de información no equivalen a pacientes confirmados.

Caso real: Mentes Brillantes

Captación para eventos de psicología.







4

eventos a la semana

+40

asistentes por evento

Campañas activas con este mismo sistema de captación

Act...	Conjunto de anuncios	Entrega	Acciones	Configuración de atribución	Resultados	Alcance	Frecuencia	Coste por resultado
●	CONJUNTO-JOAN-BCN-LEADS	Activa	1 · 2	7 días después... Todas las conver...	1362 Clientes potenciales (f...	34 245 de un tamaño de audi...	1,63	Por debajo de e... 0,12 € Por cliente potencial (form...
●	CONJUNTO-ANGELICA-BCN-LEADS	Activa	2 recomendaciones	7 días después... Todas las conver...	268 Clientes potenciales (f...	14 898 de un tamaño de audi...	1,66	Por debajo de e... 0,62 € Por cliente potencial (form...

Anuncios reales. Datos de asistencia facilitados por REKREATIVE.

La confianza empieza antes de la llamada

02. Autoridad

Antes de elegirte, te investigan.

«¿Eres la persona adecuada para ayudarme?»



Tus redes



Tu web

Que reconozcan tu especialización y confíen en ti.

Para llegar a la llamada con mayor intención de empezar.

Qué transmite tu web

Una persona busca terapia de pareja. ¿A quién pediría información?

Mensaje genérico



Muchos servicios, poca concreción.

Especialización visible



Especialidad y siguiente paso claros.

Tu experiencia debe entenderse desde el primer vistazo.

Ejemplos ilustrativos de una misma búsqueda.

Qué transmite tu Instagram

El perfil debe mostrar a quién ayudas y qué problemas trabajas.

Perfil genérico

La especialidad queda difusa.





Perfil especializado

Tu especialidad queda clara.

Perfiles ilustrativos. El foco está en el mensaje y la especialización.

Qué vamos a trabajar contigo



Tu perfil

Biografía y destacados que expliquen tu especialidad.



Tu contenido

Contenido educativo, reflexiones y casos anonimizados.



Tu web

Tu especialización, tu experiencia y cómo pedir información.

Que quien te investigue entienda por qué elegirte.

03. Venta: ayudar a dar el primer paso

Una persona interesada necesita claridad para decidir si quiere empezar contigo.

01

Entender su situación

Escucha qué le gustaría trabajar y qué necesita saber para dar el paso. Recoge solo la información necesaria para orientar la conversación.

02

Aclarar cómo empezar

Explica si tu forma de trabajar encaja, cómo son las sesiones, la modalidad y el precio. Resuelve sus dudas sin prometer resultados.

03

Facilitar la reserva

Propón un siguiente paso concreto: horario, reserva y confirmación. Si necesita tiempo, acordad si quiere que vuelvas a escribirle.

Por WhatsApp, el siguiente paso puede ser así:

«Si te encaja lo que hemos comentado, ¿revisamos horarios para la primera sesión?»

De la solicitud a una conversación con confianza

Cada paso debe acercar a la persona a entender cómo puedes ayudarle.

01

Solicitud

Pide información sobre tu servicio.

02

Bienvenida

Confirmas la recepción y abres conversación.

03

Cita

Acordáis día y hora y confirmáis la reserva.

04

Valor

Conoce tu enfoque y resuelve dudas.

05

Recordatorio

Recuerda su cita y qué vais a tratar.

06

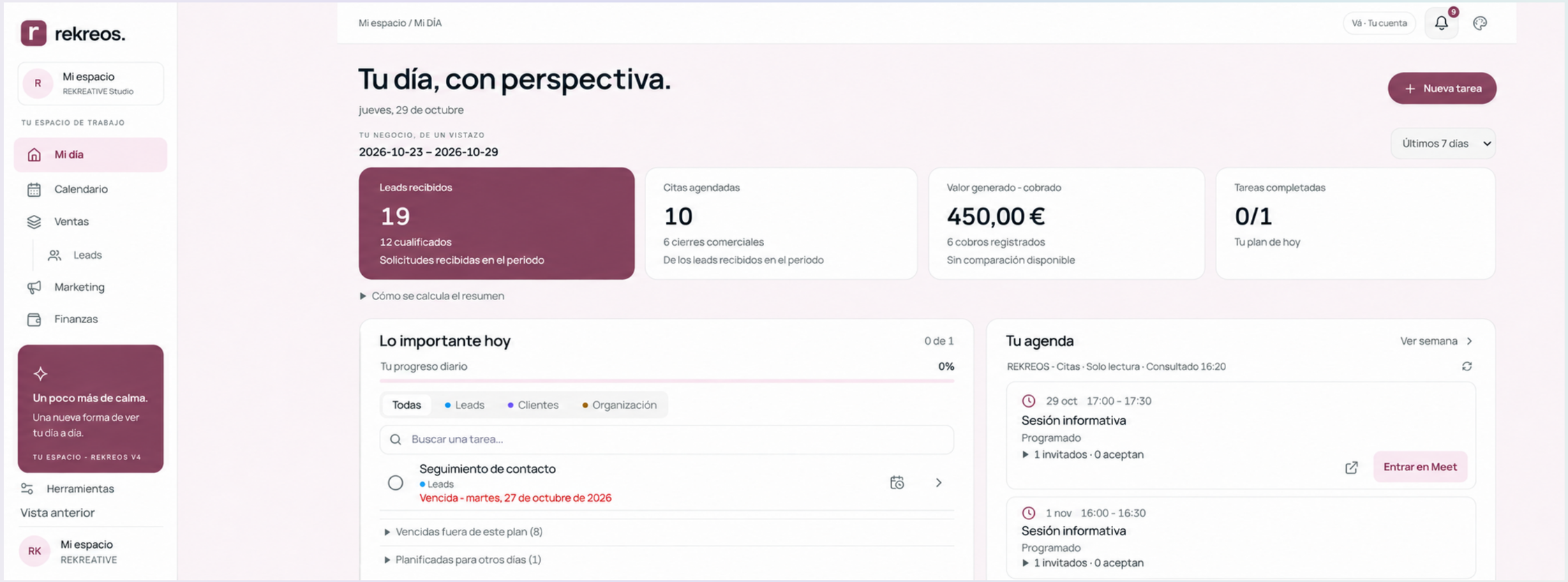
Conversación

Valora contigo si puedes ayudarle.

El objetivo: llegar a la cita con más confianza y claridad para decidir.

04. Tu consulta, bajo control

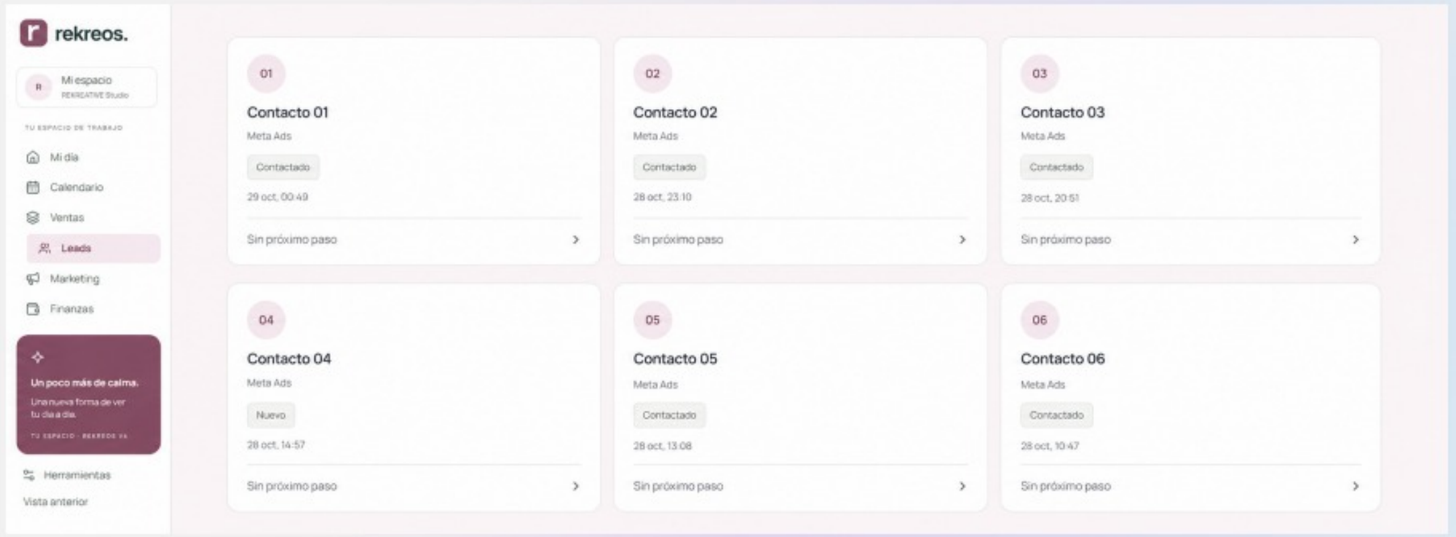
Solicitudes, agenda y resultados en una sola vista.

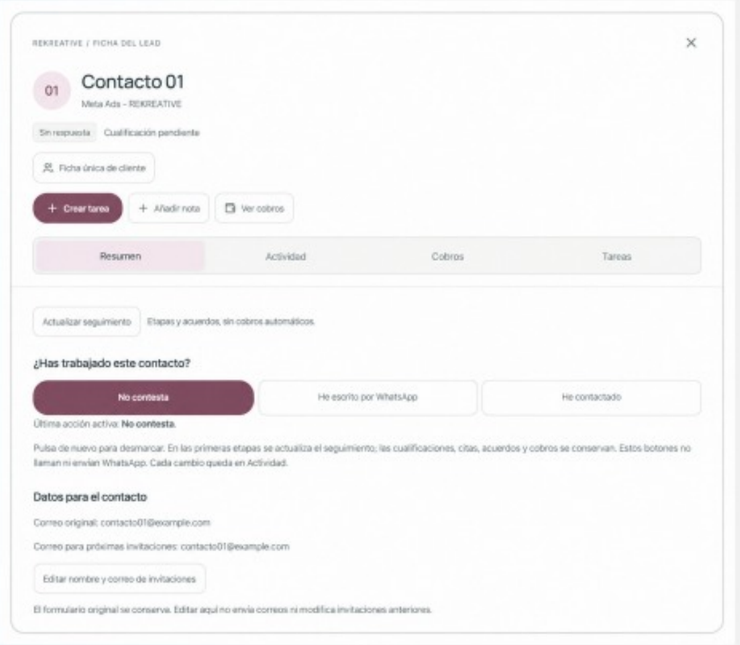


Ejemplo de una consulta en REKREOS. Datos de demostración.

Cada solicitud tiene un siguiente paso

Tu base de contactos y el seguimiento de cada conversación.





Tus contactos, organizados

Consulta su estado y decide qué hacer después: contactar, agendar o hacer seguimiento.

Ficha de contacto

Capturas de la interfaz con contactos de ejemplo.

Tus primeros pasos

Una acción concreta para cada pilar. Empieza por el que más necesitas mejorar.

01

Captación

Define a quién quieres llegar.

Elige un servicio y un perfil de paciente. Explica qué ayuda ofreces y cuál es el siguiente paso para pedir información.

02

Autoridad

Revisa lo que encuentran sobre ti.

Mira tu Instagram y tu web. ¿Se entiende tu especialización, tu forma de trabajar y cómo contactar contigo?

03

Venta

Aclara cómo empezar contigo.

Revisa tu respuesta de bienvenida. Explica el siguiente paso y prepara cómo presentarás las sesiones, el precio y la reserva.

04

Control

Registra cada oportunidad.

Anota el origen, el estado y la próxima acción. Revisa cuántas personas contactan, reservan, asisten e inician terapia.

La mejora se comprueba con datos de tu propia consulta.

Aplica la guía a tu consulta

Convierte estas ideas en tres prioridades adaptadas a tu situación.

Captación

Qué está limitando la llegada de nuevas solicitudes.

Autoridad

Qué encuentran las personas cuando te investigan.

Venta

Qué necesita la persona para decidir y reservar.

Control

Qué sabes de cada solicitud y de los resultados.

Revisamos estas cuatro áreas en tu auditoría gratuita.

Te llevas tres prioridades concretas para mejorar tu consulta.

rekreativestudio.com