

## CLAVES PARA LA CONFECCION DE UNA PÁGINA WEB

Cuando hablamos de marketing online la herramienta estrella es sin duda la Web corporativa. Todas las empresas, en primer lugar la multinacionales, y más tarde hasta las pequeñas empresas han creado una página web que pretende ser el escaparate de su empresa, al mundo digital de internet.

En un principio, la creación de la página web solo pretendía ofrecer una imagen corporativa de la empresa, un portal para darse a conocer. A medida que el comercio online ha crecido, ha pasado a ser una herramienta “activa de venta, de proyección y de negocio”.

Si analizamos la presencia e importancia de la página web en el mundo de la odontología, podríamos afirmar que nos encontramos en el primer nivel de esta evolución. Es decir, tan solo consultas muy potentes poseen un portal digital (y no todas lo tienen), y la mayoría de consultas medianas y pequeñas no tienen web, ni creen ver ninguna utilidad en tenerla.

De hecho, múltiples compañeros que si han dado el salto digital, y han realizado una página web, me comentan que ha sido una de sus peores inversiones, pues no han apreciado que la web haya aportado un flujo de pacientes mayor.

Intentemos analizar las claves de la confección de una página web para que nos genere pacientes.



El proceso de elaboración de una página web que normalmente siguen gran cantidad de compañeros se reduce a contactar con un diseñador grafico o un informático (en ocasiones con escasas referencias). El proceso de elaboración se limita a una entrevista entre el diseñador y el odontólogo donde el profesional le enseña trabajos anteriores y el odontólogo le muestra las páginas de otros compañeros. A partir de aquí, y con alguna otra toma de contacto, se supone que en el transcurso de dos o tres meses tendremos una página web, quizás de diseño muy cuidado, que enseñaremos a todos nuestros amigos. Acto seguido esperaremos que esta página que nos ha generado un gasto considerable sea capaz de atraer a nuevos pacientes. Esta claro que esta no es la fórmula que pueda llevar nuestra página web al éxito.

Antes de iniciar el proyecto de la realización de una página web debemos valorar una serie de conceptos para poder guiar nuestro diseñador, y conseguir los resultados esperados de esta arma de marketing.

En primer lugar debemos buscar el público objetivo al que dirigimos nuestra web, pues esto influirá en el diseño de la web y en el mensaje que queremos transmitir en nuestra web. Si tenemos una consulta pequeña en un barrio o un pueblo, no tendrá tanta importancia que nos encuentren en los buscadores, y nuestra web puede estar encaminada a distinguirnos de los

demás o a dar a conocer aspectos de nuestra consulta que nos dan mayor calidad. Si por el contrario nuestra aspiración es captar pacientes de una gran ciudad o incluso nacionales es fundamental que, este bien posicionada en buscadores (google, Yahoo, Bing,...etc.) y debemos elaborar un web fácilmente indexable, y adaptable a los “gustos” de las arañas de los buscadores. En este segundo caso debemos ser conscientes que debemos prescindir de elementos de diseño espectaculares (que los buscadores no indexan) como presentaciones flash, y dar más importancia al contenido. Por el contrario, si no pretendemos posicionarnos en buscadores podemos confeccionar una web con un diseño más trabajado y más “ligera de contenido”, pero que quizás de un mensaje más conceptual.

Otro elemento clave es reflexionar, a partir de que hemos definido este target objetivo, cual es la imagen de consulta que debemos y queremos transmitir, y que elementos debemos destacar. Si nuestra consulta es pequeña podemos destacar el trato cuidado y personalizado, por el contrario si contamos con un equipo muy numeroso podemos dar especial importancia a los tratamientos multidisciplinarios y de mayor complejidad. En otras consultas, donde están muy personalizadas al director de la clínica, la página web se centrará en destacar su currículum, o artículos, o la garantía de sus tratamientos. En consultas donde se ha realizado un esfuerzo en mejorar sus instalaciones es destacar la comodidad, la tecnología,...etc.

Esta información debe condicionar la realización de la página web, y hemos de ser capaces de transmitirla a nuestro diseñador. Por eso repetimos la elección del diseñador es fundamental, debemos escoger profesionales de reconocida experiencia, especialmente en el campo médico u odontológico. Un diseñador que ya haya realizado otros trabajos similares nos va a facilitar mucho el trabajo, pero hemos de ser conscientes que precisa de un trabajo y un esfuerzo conjunto por parte de ambos. La colaboración del odontólogo es fundamental, porque aunque el diseñador de la web tenga experiencia y calidad gráfica, solo cada uno de nosotros conoce las peculiaridades de nuestra consulta, y debemos ser capaces de plasmarlas en nuestra web. La página web es la ventana que nosotros abrimos a nuestros pacientes presentes y futuros de nuestra consulta, y por tanto debemos esforzarnos en darle calidad y personalidad propia.

Otro de los papeles de la página web es romper la barrera que el paciente tiene por primera vez que acude a nuestra consulta. Los apartados donde mostramos nuestras instalaciones, además de tener un sentido de difusión, aportan al paciente un sentido de seguridad al conocer dónde va a ser tratado, cual es la sala de espera, lugar de ubicación,...etc. De la misma forma, conocerá a través de la pagina web al profesional que va a tratarlos, además de transmitirles seguridad, permite a los pacientes conocernos antes que ellos a nosotros, lo que le da una mayor sensación de tranquilidad. Si queremos sacar el máximo rendimiento a nuestras instalaciones, como dar una buena imagen de todo el personal, tanto auxiliar como



facultativo, es obligado contar con un fotógrafo profesional, que debe ser guiado para que obtenga el material necesario que ilustre nuestra web, y poder contar con material gráfico que ilustre las peculiaridades que queremos destacar de nuestra consulta. Acompañar cada una de las fotos de los componentes del equipo con una frase, ayuda a dar personalidad a la foto, y acercarnos a nuestros futuros pacientes.

La web debe ser una página en continuo cambio y movimiento. Todos sabemos que nuestra consulta tiene una dinámica de personal, y que nuestros tratamientos cambian, de forma que incorporamos nuevos tratamientos, y desechamos otros de forma periódica. Las arañas de los buscadores valoran mucho el hecho que nuestra web (y en especial nuestra página principal) incorpore nuevos contenidos, y posiciona mejor aquellas web dinámicas frente a las que no sufren variaciones con el tiempo. Si nosotros contamos con conocimientos a nivel de usuario de informática, o tenemos personal que puede asumir este papel, debemos escoger con nuestro diseñador un sistema de programación que nos permita a nosotros editar contenidos y



hacer modificaciones. Si no queremos asumir este papel, cada vez que queramos cambiar algún contenido, deberemos contar con la colaboración activa del diseñador, lo que implicara un sistema sobretodo poco dinámico, y a la vez mucho más caro.

Una vez finalizado el trabajo, si hemos escogido un buen diseñador, nos hemos implicado en la confección de la web, dotándola de personalidad propia, hemos incorporado material gráfico de calidad, tendremos una página web competitiva, que puede proporcionarnos gran cantidad de pacientes. Pero aquí es donde la mayoría de profesionales odontológicos se equivocan, pues por muy potente que sea nuestra web corporativa, puede convertirse en un instrumento inútil, en un caro escaparate de nuestra consulta si no realizamos la promoción de nuestra web.

Para ello en el próximo artículo repasaremos los mecanismos que tenemos para promocionar nuestra web, conseguir que sea rentable y convertirla en una potente arma de captación de nuevos pacientes. Repasaremos conceptos como el “blending marketing”, que factores hay que tener en cuenta a la hora de escoger el nombre de nuestro portal, estrategias para anuncios en Adwords,..etc. Todo ello para llevar a nuestra web al llamado circulo prodigioso.