

CASO PRÁCTICO

Caso práctico: revisión completa de marca de una clínica de fisioterapia



Paso a paso, así revisamos la marca de un negocio de bienestar: qué miramos, qué encontramos y qué cambiaríamos. Un ejemplo para que lo apliques al tuyo.

UN RECURSO DE DOODLE STUDIO

Caso ilustrativo, construido con situaciones habituales en clínicas de este tipo.

LO QUE ENCONTRARÁS

- El punto de partida y lo que transmitía la marca
- Lo que valoran de verdad sus pacientes
- El mensaje nuevo y por qué funciona
- Los momentos de la verdad y los números a seguir
- El plan de 90 días, listo para copiar

● El punto de partida

Una clínica de fisioterapia de barrio con 3 profesionales, buenas reseñas y la agenda irregular. Casi todos sus pacientes llegan por recomendación y le cuesta atraer pacientes nuevos.

- ☐ Logo antiguo y distinto en cada red
- ☐ Web sin precios ni una forma clara de reservar
- ☐ Reseñas buenas, pero sin responder
- ☐ Un mensaje genérico: «tu salud es lo primero»

● 1. Lo que transmite hoy

Miramos la marca como la vería un paciente nuevo en sus primeros 5 minutos: Google, Instagram, la web y WhatsApp.

- ☐ En Google parece fiable (4,8 estrellas), pero las fotos son de hace años
- ☐ En Instagram no se entiende qué tratan ni para quién
- ☐ La web no dice qué la hace distinta
- ☐ El WhatsApp tarda en contestar y no da opción de reservar

● 2. Lo que valoran sus pacientes

Leímos todas sus reseñas. Lo que más se repite no es la técnica, es el trato: «te explican todo», «sales sabiendo qué hacer en casa».

- ☐ Explicaciones claras
- ☐ Seguimiento después de la sesión
- ☐ Puntualidad

● 3. El mensaje nuevo

De «tu salud es lo primero» a una promesa propia: **«Sales de cada sesión sabiendo qué te pasa y qué hacer»**. Así el paciente sabe qué esperar y por qué elegirla a ella y no a otra clínica.

● 4. Los momentos de la verdad

- ☐ Primer mensaje: respuesta en menos de 1 hora, con enlace para reservar
- ☐ Primera visita: el diagnóstico explicado también por escrito
- ☐ Después: un mensaje a las 48 horas para ver cómo sigue
- ☐ Al alta: pedir la reseña y ofrecer un plan de mantenimiento

● 5. Los números para seguir

- ☐ Pacientes nuevos al mes
- ☐ Porcentaje que vuelve a una segunda sesión
- ☐ Reseñas nuevas al mes
- ☐ Tiempo de respuesta en WhatsApp

● 6. El plan de 90 días

- ☐ Mes 1: mensaje nuevo, fotos actuales y perfil de Google al día
- ☐ Mes 2: web con reservas y respuestas rápidas en WhatsApp
- ☐ Mes 3: seguimiento a las 48 horas y petición de reseñas
- ☐ Cada mes: revisar los 4 números

● Cómo aplicarlo a tu negocio

Haz el mismo recorrido con tu marca: mírala como un cliente nuevo, lee tus reseñas, escribe tu promesa y elige tus números. Si quieres que lo hagamos contigo, agenda una consultoría gratuita en the-doodlestudio.com.

¿Quieres aplicarlo a tu negocio?

Agenda una consultoría gratuita de 30 minutos en the-doodlestudio.com y lo vemos contigo.

the-doodlestudio.com · Marca, estrategia y datos para negocios de bienestar