

COHDCV

CURSO 'MARKETING DIGITAL PARA CLÍNICAS E HIGIENISTAS DENTALES'



Colegio Oficial de
HIGIENISTAS DENTALES
de la Comunidad Valenciana



Curso “Marketing digital para clínicas e higienistas dentales”

El universo digital es hoy en día un medio imprescindible para atraer pacientes y fidelizarlos dentro de una estrategia de marketing de una clínica dental. Una faceta que ha cobrado especial importancia en una pandemia global (y sus consecuencias) que requiere de nuevas relaciones con distancia social y con presupuestos orientados a la eficacia absoluta. El universo de marketing digital proporciona una ventana de posibilidades para conectar con audiencias reales, segmentadas y a un menor coste, así como obtener ventas y convertir a nuestros clientes en prescriptores. Herramientas como las redes sociales, el e-mail marketing, el posicionamiento de la página web de nuestra clínica en buscadores, la atención al cliente con herramientas profesionales o la creación y difusión de contenido permiten, organizadas a través de una estrategia de marketing digital, un abanico de opciones eficaz y al alcance de la mano tanto por parte de clínicas como de higienistas dentales.

En este curso los asistentes aprenderán a sacar partido de las tácticas de marketing digital desde una estrategia eficaz e individualizada, atendiendo a sus objetivos profesionales y los de su organización. En un escenario en el que la valoración del cliente y su prescripción, la credibilidad en base a nuestra imagen digital, y la oportunidad de destacar en un ámbito de búsqueda por parte de nuestro cliente potencial son las claves de la era actual, aprenderemos a darle un sentido coherente a lo que tanto nuestra clínica como nuestra propia marca personal comunican.

_ OBJETIVOS

- Generar una estrategia de marketing y comunicación digital para las clínicas dentales.
- Organizar la atención al cliente digital para las clínicas.
- Usar las tácticas digitales de una forma profesional.
- Generar unos procedimientos de organización y productividad digital para una clínica.
- Medir y analizar los resultados de nuestra estrategia digital.
- Comprender los fundamentos del marketing digital para ser capaces de validar y vigilar el trabajo desarrollado por profesionales para nuestra clínica.

_ DURACIÓN CURSO

- 20 horas totales.
- Fechas: sábados 23 y 30 de enero, y 6 y 13 de febrero de 2021.
- Horario: de 9h a 14h, con pausa de 20 minutos.

_ DIGIRIDO A

- Directivos de clínicas dentales.
- Profesionales higienistas en clínicas o *freelance*.
- Mandos intermedios en clínicas.
- Personal de administración de clínicas dentales.

_ METODOLOGÍA

La metodología se fundamenta en clases presenciales, con el docente explicando los conceptos y la orientación de los temas del programa, y asistiendo in situ al alumnado para que este sea capaz de abordar la parte práctica de manera presencial y profunda. En cada uno de los temas se realizará una práctica concreta, válida tanto para personas que ya cuenten con experiencia en el tema como para aquellos que se inician en el mismo.

_ PRECIO

- Colegiado/Estudiante: 120 €.
- No colegiado: 140€.

_ PROGRAMA

(SESIÓN 1): Estrategia digital y componentes de la presencia online de una clínica.

- Estrategia digital.
- Los componentes del universo digital en un negocio dental.
- Objetivos de la comunicación digital.
- Adaptando el posicionamiento de nuestra clínica o función al ámbito digital.
- Benchmark digital: definiendo y estudiando nuestra competencia.
- Nuestro target: cómo definir, analizar y comprender a nuestro cliente objetivo.
- *PRÁCTICA 1: definiendo nuestro 'buyer persona'.*
- *PRÁCTICA 2: generación de nuestra estrategia básica.*

(SESIÓN 2): La página web de la clínica y su posicionamiento SEO en buscadores.

- Página web: el centro de nuestra presencia digital.
- SEO y la importancia del blogging para una clínica.
- La reputación online y el posicionamiento: ficha de negocio en Google My Business y las tácticas de validación social.
- *PRÁCTICA 1: solicitud/optimización de ficha de Google My Business.*
- *PRÁCTICA 2: estrategia de contenidos para el blog.*

(SESIÓN 3): Las redes sociales y la conexión con los clientes potenciales de la clínica.

- Estrategia de contenidos para una clínica dental.
- Acciones y tácticas para Instagram, Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn.
- Aplicaciones para el trabajo de diseño y operatividad digital.
- *PRÁCTICA 1: definiendo nuestra estrategia de contenidos de redes sociales.*
- *PRÁCTICA 2: herramientas profesionales de gestión de contenidos.*

(SESIÓN 4): La publicidad digital para una clínica dental.

- Estrategias de segmentación para llegar a nuestros clientes potenciales.
- SEM en Google Ads.
- Estrategia publicitaria 2.0: tipologías de anuncios y medición.
- Social Ads en Facebook e Instagram.
- *PRÁCTICA 1: definiendo nuestra estrategia publicitaria digital.*
- *PRÁCTICA 2: creando nuestra cuenta en Facebook Ads.*

(SESIÓN 5): Estrategias digitales de fidelización y atención al cliente.

- E-mail marketing: desarrollo de nuestra estrategia y aplicaciones.
- WhatsApp Marketing for Business.
- SMS Marketing.
- *PRÁCTICA 1: definiendo nuestra estrategia de e-mail marketing y herramientas.*
- *PRÁCTICA 2: apertura/optimización WhatsApp for Business y Mailchimp.*

_ DOCENTE: ÁLEX RUBIO



Álex Rubio es Planificador Estratégico de publicidad e innovación tecnológica, emprendedor y fundador de diversas empresas y eventos, conferenciante, profesor universitario y escritor. Es Head of Planning en la agencia Twelfthundred. Ha trabajado para marcas como Porcelanosa, NH Hoteles, Chocolates Lacasa, Instituto Cervantes, Ford, Microsoft, EMT València, Aspar Team, Editorial Prensa Ibérica, Gobierno de la República Dominicana, Palladium Hotel Group o Ayuntamiento de Castellón, entre otros. Alinea a marcas, empresas y profesionales con sus audiencias cambiantes. Profesor asociado en la Universitat Jaume I en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Conferenciante internacional y TEDx Speaker, desde 2007 ha impartido docencia en más de 400 eventos en universidades, escuelas de negocio, empresas y en numerosas conferencias internacionales en España, Reino Unido, Costa Rica, Venezuela o Colombia, dentro del campo del marketing digital y estrategia publicitaria. También es co-fundador y conferenciante de Adictos Social Media -uno de los eventos pioneros en habla hispana sobre marketing digital-, Brand Associate en la plataforma MapMakers y Ambassador en Hootsuite. Reflexiona e investiga sobre el impacto de la tecnología en el consumidor y en la estrategia publicitaria para acercarse a los consumidores digitales, materia sobre la que escribe en diversos medios de comunicación y en estudios de doctorado. Es co-autor del libro 'Marketing Digital para Dummies' (Editorial For Dummies, Planeta; 2018).