



HIDES ASTURIAS
CURSO 'MARKETING DIGITAL PARA CLÍNICAS E HIGIENISTAS DENTALES'



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 nuestra clínica comunica y lo que el cliente ve de nosotros, a veces sin ser conscientes de ello.

_ 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.
- Comprender los fundamentos del marketing digital para ser capaces de validar y vigilar el trabajo desarrollado por profesionales para nuestra clínica.
- Aprender tips aplicables, aplicaciones y procedimientos de trabajo para ser más autosuficientes.

_ MODALIDAD Y DURACIÓN CURSO

- Modalidad virtual: será impartido por Google Meet, con grabación de la sesión para su posterior visionado/ repaso por parte del alumnado.
- 12,5 horas totales, en 5 sesiones: 4 clases de 2 horas de duración y 1 clase de 4:30 horas.
- Horario: de 10h a 12h, sin pausa; excepto la última sesión, que será en horario 9:30h a 14:00h, con descanso.

_ 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 virtuales, 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. 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.

_ PROGRAMA

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

- Estrategia de marketing y el papel de la estrategia digital.
- Los componentes del universo digital en un negocio dental.
- Adaptando el posicionamiento de nuestra clínica o función al ámbito digital.
- Benchmark digital: definiendo y estudiando nuestra competencia.
- *PRÁCTICA: generación de nuestra estrategia digital 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 y organización en Trello.*

(SESIÓN 3): La publicidad digital para una clínica dental.

- Estrategia publicitaria 2.0: tipologías de anuncios y medición.
- Social Ads en Facebook e Instagram: tipologías de anuncios y configuración.
- SEM en Google Ads.
- *PRÁCTICA: creando nuestra cuenta en Meta Ads y definiendo nuestra estrategia publicitaria digital.*

(SESIÓN 4): Estrategias digitales de fidelización y atención al cliente.

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

(SESIÓN 5): Las redes sociales y la conexión con los clientes potenciales de la clínica de forma innovadora.

- Estrategia de contenidos para una clínica dental.
- Acciones y tácticas para Instagram, Tik Tok, Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn.
- Aplicaciones para el trabajo de diseño y operatividad digital.
- *PRÁCTICA: gestión de contenidos en redes sociales con Metricool.*

_ 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).