

LA PÁGINA WEB EN LA CLÍNICA DENTAL.

Parte 1. Perfil de paciente y requisitos adecuados de diseño y de accesibilidad a la información.

Qué consideraciones debe tener en cuenta el director de una clínica dental durante el proceso de construcción de la página web

Miguel Fernández Castro*

RESUMEN

Este texto presenta la primera parte del artículo "la página web en la clínica dental" donde se analizan de manera sencilla y didáctica los principales aspectos que el director de la clínica dental debe tener en cuenta para guiar a su diseñador web o agencia multimedia de confianza en el buen desarrollo del proyecto web de la clínica dental.

El artículo propone la participación activa del director de la clínica dental dentro del proceso de creación web. Además, le invita a disfrutar con la búsqueda del diseño y la página web ideal, a establecer un acceso correcto de la información y a tomar el control del día a día conociendo de manera empírica el perfil de paciente más habitual de la clínica.

En la segunda parte de este artículo, se explicará de manera muy accesible el importante tema "velocidad de carga y posicionamiento adecuado en los motores de búsqueda".

ABSTRACT

his text presents the first part of the article "la página web en la clínica dental" where the main aspects that the director of the dental clinic must take into account in order to guide his web designer or trusted multimedia agency in the good development of the web project of the dental clinic are analyzed in a simple and didactic way.

The article proposes the active participation of the director of the dental clinic within the web creation process. In addition, it invites you to enjoy the search for the ideal design and website, to establish a correct access to the information and to take control of the day to day empirically knowing the most common patient profile of the clinic.

In the second part of this article, the important topic "loading speed and adequate positioning in search engines" will be explained in a very accessible way.

* Máster en dirección de proyecto publicitario CEV.
Director de proyecto en G Estudios Multimedia.

La página web juega un papel fundamental dentro de la estrategia de marketing y comunicación de una clínica dental. Es por tanto, responsabilidad del director que esta página cumpla con unos requisitos adecuados de diseño y de accesibilidad a la información, velocidad de carga y posicionamiento adecuado en los motores de búsqueda más utilizados, para alcanzar así los objetivos y que el proyecto web del centro dental sea todo un éxito.

Para desarrollar un proyecto web exitoso el director de la clínica deberá establecer con o sin asesoramiento profesional una serie de objetivos alcanzables en el corto, medio y largo plazo. A continuación se detallan una serie de objetivos muy comunes en este tipo de proyectos:

1. Simplemente tener presencia web, es decir, mostrar nuestros datos de contacto.
2. Mostrar nuestros casos clínicos de éxito.
3. Dar a conocer al prestigioso equipo médico de la clínica.
4. Conseguir un número determinado de primeras visitas en cierto periodo de tiempo
5. Alcanzar una de las primeras cinco posiciones en Google en las búsquedas que realicen aquellos usuarios que busquen una clínica con el perfil de la clínica dentro de: la provincia, ciudad, código postal o calle.
6. Construir un canal de apoyo para las campañas de anuncios en *Google* o en las redes sociales.

Una vez establecidos los objetivos que deseamos alcanzar con nuestro proyecto web, es muy importante segmentar. Segmentar supone analizar nuestra cartera actual de pacientes. Cuantos más parámetros recojamos para posteriormente analizarlos, más fiables y más exactas serán las conclusiones de nuestro estudio. Conocer la edad media, las patologías más comunes, la posición socioeconómica más habitual, nacionalidad y

los sectores laborales de los pacientes es fundamental. Para realizar un proceso de segmentación adecuado y veraz deberíamos realizar una estadística utilizando la base de datos de pacientes. A día de hoy contamos con poderosos sistemas de gestión de pacientes que nos ayudan a conocerlos, pero si por el contrario nuestra clínica dental es de reciente apertura o el programa de gestión de pacientes que estamos utilizando no nos permite exportar estadísticas con los datos más relevantes de nuestros pacientes, quizás sea razonable solicitar a las primeras visitas y pacientes habituales durante un periodo razonable de tiempo por ejemplo, un mes, que respondan a un breve y anónimo cuestionario. De esta manera obtendremos un perfil de paciente.

Según lo expuesto, con el análisis de los datos recogidos podremos elaborar un perfil de paciente y sin duda este conocimiento aportará un valor enorme a nuestra actividad diaria y enriquecerá la de todos los miembros del equipo médico, auxiliar y administrativo de la clínica dental, ya que podremos perfeccionar la comunicación oral que se realiza con cada paciente, tanto del diagnóstico como del plan de tratamiento a seguir, además de identificar nuevas oportunidades.

Para la realización de estos cuestionarios tenemos dos vías. Podemos utilizar el canal tradicional, imprimir el cuestionario en papel con una serie de casillas que el paciente irá marcando a conveniencia o podemos utilizar la vía digital. *Google Forms* es una iniciativa poderosa y gratuita del gigante Google que sin duda deberías conocer.

¿Cómo puedo realizar un cuestionario digital exitoso? Parecería razonable preparar al menos dos discretos carteles para su colocación tanto en la sala de espera, como en la recepción de la clínica dental con un código QR - Quick Response code o código de respuesta rápida que dirigiese al usuario directamente al formulario en cuestión. Si además, queremos ir más allá y garantizar que la muestra de pacientes recogida tiene el tamaño ideal para extraer conclusiones acertadas, deberíamos realizar un correcto diseño del cartel con un título, el código en cuestión, un agradecimiento —muchas gracias— e indicar el carácter anónimo del cuestionario, además de ofrecer un humilde y útil obsequio personalizado con la imagen de la clínica como: una muestra de dentífrico, flúor y cepillo dental de viaje.

¿Cuál es la vía más indicada para realizar este estudio y conocer el perfil de mis pacientes? Sin ninguna duda recomendaremos utilizar ambos canales. La vía híbrida sería la más indicada, ya que de esta manera brindamos

diferentes opciones para concluir con éxito la recogida de datos anónimos.

Los datos son muy poderosos y el correcto análisis de los mismos es la única vía para tomar las mejores decisiones. Con el estudio del perfil de paciente de la clínica la sensación psicológica de orden y de control está asegurada.

El director de la clínica ya está entonces preparado para pasar al siguiente nivel. Establecer un diseño y una estructura web adecuada que facilite la comunicación clínica-paciente.

¿Cuál es la mejor manera de establecer un diseño y estructura de la información adecuada para la página web de la clínica dental? El diseño y la estructura de una página web correcta debe realizarlo un profesional web cualificado, pero el director de la clínica alcanzará el éxito en su proyecto web solo si es capaz de transmitir sus ideas de manera adecuada al profesional contratado.

Para ello no hay mejor manera que bucear en la red y estudiar como lo están haciendo las clínicas de referencia que comparten un perfil de paciente similar al de la clínica dental con un nuevo proyecto web a desarrollar. ¡Seamos ambiciosos! Estaría bien analizar las páginas de las clínicas dentales de referencia de nuestro país, pero también las norteamericanas, latinas, italianas, inglesas y alemanas.

¿Qué criterios debe seguir el estudio y la selección de páginas web de referencia? Como hemos citado en los párrafos anteriores, nuestro perfil de paciente definirá muy bien los parámetros que nuestra página web debe cumplir. Poniendo un ejemplo en el que solo atendemos a los datos de edad recogidos, sabemos que no tendrá las mismas exigencias de diseño y estructura, la página web de una clínica que desarrolla su principal actividad en la odontopediatría que una clínica con un público joven e independiente o que una clínica con un perfil de paciente jubilado.

Por norma general, existen una serie de pautas universales que nos indicarán si el diseño de una página web clínica, con la que compartimos un perfil de paciente, podría funcionar para nuestro centro o clínica dental.

1. La página de inicio debe ser muy atractiva y debe cargar rápidamente toda la información. ¿Utilizan imágenes y/o clips de vídeo? ¿Qué información escrita presenta? ¿Por qué creo que es atractiva?
2. ¿Presenta esta página web otras secciones o subpáginas? ¿De qué manera se presentan? La mayoría de las páginas web muestran las secciones de: clínica, equipo, tratamientos y contacto. Pero hay muchas otras que también deciden publicar: especialidades, casos clínicos, publicaciones, blog, etcétera.

3. ¿Existe una coherencia de diseño y estilo entre la página de inicio y las demás subpáginas?
4. ¿Qué opciones adicionales ofrecen estas páginas web? Otros idiomas, diferentes canales para contactar y pedir cita, redes sociales, empresas colaboradoras, certificaciones, contacto directo con cada especialista, etcétera.
5. Pasada una semana ¿Sigo recordando esta/s página/s? ¿Por qué me ha/n llamado tanto la atención?

Este puede ser un proceso muy didáctico y divertido tanto para un profano en diseño web como para el profesional encargado de desarrollar este importante proyecto.

Por último, el encargado de haber realizado esa búsqueda de páginas web de referencia debería elaborar un listado con las cinco principales páginas web que han llamado su atención y otra lista con la respuesta a las preguntas propuestas anteriormente.

Con toda esta información: perfil de paciente, páginas web de referencia y pautas de diseño web preferido, el director de la clínica motivará al diseñador web contratado proporcionándole un punto de partida excelente para poder realizar un trabajo de calidad, ahorrando costes a la clínica, disminuyendo el tiempo de trabajo y suprimiendo futuras revisiones incómodas del trabajo realizado por el profesional web.