

10 claves para
conseguir más

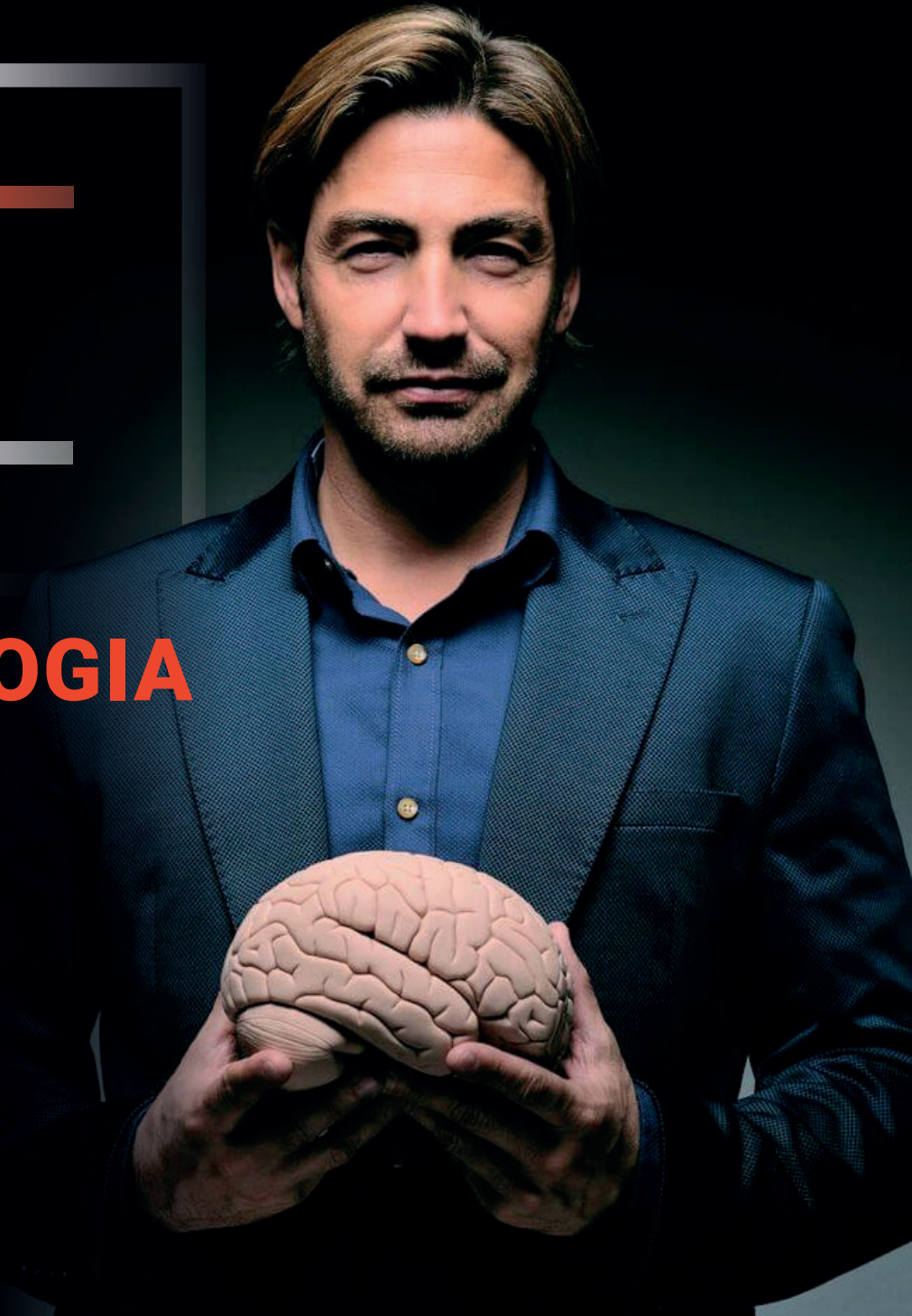
PACIENTES EN PSICOLOGIA

Jonathan García-Allen

Copyright © 2023

Jonathan García-Allen

Todos los derechos Reservados



Si has llegado hasta aquí es porque tienes claro que **necesitas conseguir pacientes para tu consulta** y has buscado apoyo para lograrlo.

Los psicólogos destacamos por querer ayudar a otras personas a mejorar su bienestar, pero ser un gran profesional en nuestro sector y tener las mejores intenciones no garantiza que vayamos a tener la consulta llena.

Igual que yo, seguro que has estudiado mucho durante estos años para convertirte en un gran psicólogo o una gran psicóloga pero es posible que en tus años de universidad no te

hayan formado para **que domines las mejores herramientas para poner en marcha tu negocio ni te brindaron conocimiento para saber cómo ganar visibilidad gracias al marketing digital.**

Cualquier psicólogo que quiera prosperar profesionalmente en el ámbito privado debe poseer conocimiento y competencias para darse a conocer en el mundo digital y llegar a potenciales pacientes, pero por desgracia, son pocos los terapeutas que realmente cuentan con este tesoro y consiguen destacar entre los demás!



CLAVES PARA CONSEGUIR PACIENTES

Si te sientes identificado con lo que te acabo de decir, has llegado al lugar adecuado.

En este Ebook he recopilado algunos consejos para que puedas conseguir pacientes para tu consulta de Psicología.

Algunos de estos consejos te llevarán más tiempo que otros, pero son esenciales para que puedas dedicarte a lo que te gusta.

¡Vamos a ello!

1. Planifica tu estrategia	<u>4</u>
2. Trabaja tu marca personal	<u>6</u>
3. Define a tu paciente ideal	<u>7</u>
4. Ten una página web	<u>8</u>
5. Haz uso de un blog	<u>10</u>
6. Busca a tus pacientes en el mundo digital	<u>11</u>
7. Invierte dinero en publicidad	<u>12</u>
8. Colabora con otros profesionales	<u>14</u>
9. No tengas miedo a la palabra “vender”	<u>15</u>
10. Ofrece un servicio excelente	<u>16</u>
¿Quieres que te ayude con tu negocio?	<u>17</u>

PLANIFICA TU ESTRATEGIA

El primer punto es quizás uno de los más importantes, y esto es así porque tener claro qué quieres lograr, cuándo y cómo lo quieres conseguir


es esencial para que hagas un uso apropiado de tus recursos y de tu tiempo.

Si lo que quieres es tener más pacientes, es necesario crear un plan de marketing y concretar algunas cuestiones tan importantes

como quién eres tú profesionalmente, cómo es tu paciente ideal y cómo vas a llegar a él.

¿Será con campañas pagadas? ¿Será teniendo un blog? ¿Tendrás a alguien en el equipo que se encargue de ello? Todas estas cuestiones son muy importantes y deben definirse antes de nada.

Puedes elaborar un documento para tenerlo todo registrado y para que te sirva de guía, y no te olvides de tener un calendario y de cumplir los objetivos con las fechas que te propones.

A man with brown hair and glasses, wearing a dark blue suit jacket over a patterned shirt, is leaning forward and reading an open book. He is surrounded by several stacks of books on a dark surface. The background is a plain, light-colored wall. The text is positioned in the upper right quadrant of the image.

Crear un plan de marketing y concretar algunas cuestiones tan importantes como quién eres tú profesionalmente, cómo es tu paciente ideal y cómo vas a llegar a él, es esencial para tener éxito en tu negocio de Psicología.

TRABAJA TU MARCA PERSONAL

Aunque no lo creas, tú eres una marca personal. Siempre estás comunicando y cuando interaccionas con otras personas dejas huella en ellas, dejas una marca. Así que, aunque no te hayas planteado cuál es tu marca personal o profesional, tienes unas cualidades que te distinguen de los demás. Puede que tengas una especialización como terapia de pareja o que impartas talleres de Mindfulness para empresas... O quizás para embarazadas.

Sea lo que sea, debes definir tu marca personal para que las personas que buscan ayuda sepan qué van a encontrar en ti. Ahora bien, tener una marca personal no lo es todo, pues también es necesario saber transmitirla. Esto solo va a ser posible si tienes tu branding claro. Recuerda que tu marca debe ser coherente con tus valores, relevante, que haga sentir algo y confiable.

DEFINE A TU PACIENTE IDEAL

Aunque los pacientes que acuden a consulta tienen algo en común, pues necesitan un psicólogo, no todos acuden por las mismas razones. Este es el motivo por el cual debes definir a tu paciente ideal.

Quizás todavía no tengas claro que existe un paciente o cliente ideal para ti, pero es importante entender que las personas acuden a terapia por motivos muy distintos, por lo que debes definir sus características, hábitos, gustos, lugares que frecuenta, etc., con el objetivo de conocerlo mejor. Por ejemplo, si realizas terapia de pareja, deberás saber cómo se siente una persona que acude a este tipo de terapia: qué edad suele tener, cómo piensa y cuáles son los problemas que le llevan a consulta.

Conocer a tu paciente ideal te va a ayudar a conectar con él y a saber dónde tienes que destinar tus recursos publicitarios, entre otras cosas.

¿Separaciones, mala comunicación, falta de deseo sexual?

¿Por qué?

Pues te lo explicaré con un ejemplo práctico: imagina que las personas que suelen acudir a terapia de pareja tienen entre 35 y 45 años en la mayoría de los casos, y suelen usar una red social en concreto. Pondré de ejemplo, Facebook.

Saber esto hará que enfoques tus esfuerzos en tener visibilidad en esa red social y no en otra, lo cual seguramente suponga un gran ahorro de tiempo y dinero para ti. Además, conocer a tu paciente ideal te ayudará a hablar su mismo idioma y a conectar con él con mayor rapidez.

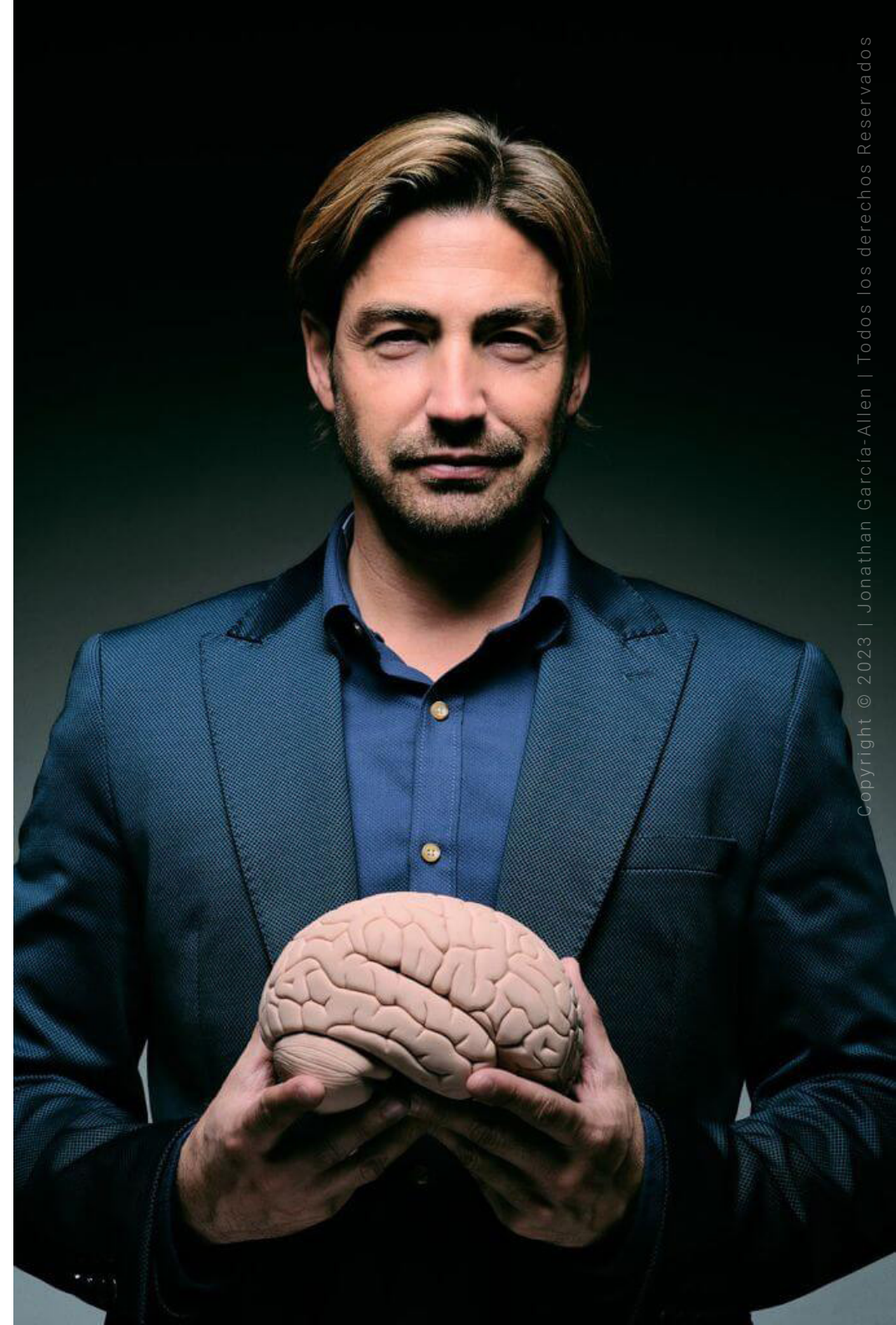
TEN UNA PÁGINA WEB

No tener una página web hoy en día es un delito, pues vivimos en la era de la información digital e internet es el medio de comunicación más importante. Es un requisito indispensable en la actualidad tener una, porque aporta muchos beneficios de cara a generar visibilidad online. Por ejemplo, permite que potenciales pacientes se informen y contacten contigo las 24 horas del día, incluso cuando no estás trabajando. De hecho, es como tener un o una recepcionista disponible siempre que lo necesites.

Ahora bien, ten en cuenta que una web es un espacio de comunicación con potenciales pacientes, por lo que deberás tenerla siempre actualizada.

Si no la cuidas también puede llegar a perjudicarte.

“... ten en cuenta que una web es un espacio de comunicación con potenciales pacientes ... ”



HAZ USO DE UN BLOG

Quiere decir esto que tener una página web te va a traer pacientes de manera automática? Evidentemente, no. Luego hay que hacer que esta página tenga alcance y llegue a otras personas, ya sea a través de redes sociales, anuncios de pago, posicionamiento SEO (eso que vemos en Google cuando buscamos algo por internet). Un blog es una buena opción para comunicar lo que haces a tus potenciales pacientes, además es una estrategia gratuita.

Tener un blog en tu página web te permite conectar con aquellas personas que te necesitan. Imagina que un individuo con ansiedad acude a tu web en busca de psicólogo, pero su inseguridad no le deja decidir si contratar a un profesional de la Psicología o seguir ocultando su problema.

En tu web descubre un fantástico artículo llamado "¿Qué hacer cuando sufro ansiedad?" y se decide a leerlo.

En él encuentra información muy útil sobre lo que le ocurre, y al sentirse identificado con tu texto, le generas tal confianza que te acaba llamando para agendar una sesión de terapia.

Gracias a lo que has transmitido en el artículo te has posicionado como un experto en el sector, y tu potencial paciente ya sabe que puedes ayudarlo.

Pues bien, este ejemplo es más frecuente de lo que imaginas si haces las cosas bien, y por ello debes de tener un blog en tu web.

BUSCA A TUS PACIENTES EN EL MUNDO DIGITAL

Como ya he dicho, internet es el medio de comunicación por excelencia en la actualidad, incluso más importante que la televisión.

Y si bien tener una página web es necesario y también tener un blog, es indispensable que lo conozcan personas que no se encuentren en tu entorno cercano. Internet es un excelente escaparate para darte a conocer y contactar con personas que están lejos de ti.

Quizás aún piensas que el boca a boca es la forma más efectiva para llegar a nuevos pacientes, pero no lo es. El boca a boca es lento porque para que alguien te recomiende antes ha de probar tu servicio durante un tiempo. Si tienes la suerte de que le has gustado, quizás hable de ti a sus conocidos.

¿Cuántas semanas (o años) puedes tardar en tener la agenda llena de esta manera?

Si quieres tener más pacientes debes de llegar a gente nueva, gente que no necesariamente te vas a cruzar en la calle. Y tener presencia en el mundo digital es la mejor forma de hacerlo. ¿Cómo puedes lograrlo?

Hay muchas formas de conseguirlo: posicionarte en Google, inscribirte en directorios de profesionales, difundir tu contenido de valor por redes sociales e incluso escribir artículos para webs que son referencia en el sector.

Cualquier estrategia digital como las mencionadas con anterioridad son válidas, y mejores resultados obtendrás si utilizas varias de ellas.

INVIERTE DINERO EN PUBLICIDAD

Eres un gran profesional porque has recibido mucha formación para serlo y porque la Psicología te apasiona. ¿No es así? Reconócelo, disfrutas ayudando a los demás y aplicando lo que has aprendido.

Y si has llegado hasta aquí, puedo intuir que es porque deseas dar a conocer tu excelente trabajo. Si esa es tu intención, el medio para lograrlo es la publicidad. Déjame decirte que hoy en día no necesitas ser un experto en ese campo para hacer crecer tu negocio, difundirlo y ganar notoriedad en tu especialidad.

Si bien es positivo tener nociones sobre cómo conseguir pacientes y cómo usar el marketing digital para tu beneficio, esta tarea puedes derivarla a otros profesionales con el objetivo de dejarte tiempo para lo que realmente te importa, que es hacer terapia.

Gastarse dinero en marketing es una inversión y tiene un retorno, y a medida que tu negocio crezca, tendrás más dinero para invertir y, por tanto, para generar un mayor retorno. Tras un periodo de testeo seguro que tarde o temprano aprenderás dónde es mejor hacer una inversión publicitaria.



Recuerda que no solo debes ser bueno y profesional en tu trabajo, sino también hay que ser un profesional difundiendo y dándolo a conocer. No hagas como muchos que, a pesar de ser grandes profesionales, nunca llegan a demostrar su valía porque no se toman en serio algo tan importante como es llegar a los demás y comunicarles sus cualidades profesionales.

COLABORA CON OTROS PROFESIONALES

Si algo ha propiciado el crecimiento de internet, es que cualquier persona puede hacerse un hueco en el mundo digital como un referente profesional y ganar visibilidad sin una gran inversión económica. Y no ocurre como antaño, donde solo las grandes empresas podían anunciarse en medios de comunicación como la televisión.

Hoy en día puedes difundir tu trabajo gratuitamente si colaboras con otros profesionales. Por ejemplo,

escribiendo Guest Posts para otras webs o participando en programas de radio, hablando sobre lo que eres bueno.

Ahora bien, no utilices esta opción como una única estrategia y combínala con las anteriores.

NO TENGAS MIEDO A LA PALABRA “VENDER”

La palabra “vender” y la palabra “marketing” suelen generar una mala sensación en muchos psicólogos que tienen una idea equivocada de lo que ambas palabras significan. Si bien durante muchos años los profesionales de las ventas y del marketing han empleado estrategias invasivas y poco éticas con tal de vender, causando muchas creencias erróneas sobre estas prácticas, en la actualidad las nuevas tendencias en la venta y la mercadotecnia abogan por estrategias mucho más cercanas y fidelizadoras. El cliente de hoy en día se toma su tiempo para comprar y decidir qué compra, y con la oferta que existe, a menudo las ventas son un trabajo largo, en el que hay que convencer desde la sinceridad y en el que la confianza es necesaria para que contraten tus servicios.

Los clientes necesitan su tiempo para tomar decisiones, y siempre es más útil ofrecerles valor añadido y cercanía antes que forzarles a comprar.

Si eres psicólogo y crees que no tienes que venderte, mejor que revises esta creencia, porque los pacientes no van a contratar a cualquier psicólogo, van a contratar a aquel con el que se sienten seguros y saben que les ayudará a solucionar sus problemas. En la mayoría de los casos están buscando salida a su sufrimiento y tú eres el apoyo que necesitan.

OFRECE UN SERVICIO EXCELENTE



Por último, aunque en este Ebook se han mencionado algunas estrategias relacionadas con el marketing y la publicidad para psicólogos, nunca debes de olvidarte de ofrecer un producto o servicio excelente.

De lo contrario, todo el empeño que pongas en conseguir pacientes no servirá de nada si detrás de una buena publicidad no hay un producto acorde a lo que prometes.

No importa si haces terapia o formación en Psicología, debes trabajar muy bien lo que ofreces, formarte en ello y dar lo máximo de ti en tu trabajo.

¿QUIERES QUE TE AYUDE CON TU NEGOCIO?

Espero que te haya resultado útil mi contenido. Soy **Jonathan Garcia-Allen, psicólogo, coach y experto en marketing digital**. Por si no lo sabías, soy uno de los **fundadores de la revista Psicología y Mente**, la web más visitada de nuestro sector, con más de **20 millones de visitas al mes**.

Llevo años ayudando a psicólogos a emprender y a montar su propia consulta de Psicología, permitiéndoles transformar sus webs en un canal de venta que atrae pacientes y aumenta la facturación de sus negocios de forma consistente.

Te ofrezco mi método para ganar visibilidad en el medio online, tanto si necesitas sesiones de consultoría o coaching para el desarrollo de tu negocio, si quieres tener una página web o si quieres crear una imagen de marca potente.

Si quieres saber más acerca de cómo puedo ayudarte a potenciar la visibilidad, autoridad y rentabilidad de tu consulta, puedes escribirme sin compromiso a **info@emprendepsicologo.com**.

¡Estaré encantado de atenderte!