

PARA CLÍNICAS DENTALES Y DE MEDICINA ESTÉTICA

Más pacientes desde Google y la IA

Guía práctica para que tu clínica reciba más llamadas, WhatsApp y citas. Con test de diagnóstico y plan de 30 días.

20
preguntas para saber dónde está tu clínica

5
capítulos: Google, reseñas, web, IA y medición

30
días de plan de acción, semana a semana

Juan · Consultor SEO y GEO · Málaga

puertoseomarbella.com

INTRODUCCIÓN

El problema no es tu tratamiento

00

Muchas clínicas trabajan bien y aun así el teléfono no suena desde Google. El paciente que busca «implantes cerca de mí» encuentra antes a otra.

Esta guía no va de conseguir visitas. Va de conseguir **llamadas, WhatsApp, formularios y citas**. Todo lo que hay aquí lo puedes aplicar tú o tu equipo, sin contratar a nadie.

Al terminarla sabrás

1. **En qué punto estás**
   Con un test de 20 preguntas y tu puntuación.
2. **Qué arreglar primero**
   En tu ficha de Google, tus reseñas y tu web.
3. **Cómo salir en la IA**
   Cuando un paciente pregunta a ChatGPT o Gemini.
4. **Cuántos pacientes te trae Google**
   Con 4 cifras fáciles de medir cada mes.
5. **Qué hacer cada semana**
   Un plan de 30 días, unas 2 horas por semana.

J

QUIÉN LA ESCRIBE

Soy Juan, consultor SEO freelance en Málaga. Llevo más de seis años trabajando con negocios locales y clínicas. Mi trabajo se mide en una cosa: cuántos pacientes nuevos llegan desde Google y la IA.

AUTODIAGNÓSTICO · 5 MINUTOS

¿Cuántos pacientes estás perdiendo?

Responde con sinceridad. Suma 1 punto por cada «sí».

FICHA DE GOOGLE		
1	¿Tu ficha está verificada y la gestionas tú?	Sí ☐ No ☐
2	¿La categoría principal es la correcta?	Sí ☐ No ☐
3	¿Tienes todos tus tratamientos añadidos como servicios?	Sí ☐ No ☐
4	¿Has subido fotos reales en los últimos 3 meses?	Sí ☐ No ☐
5	¿Horario, teléfono y web son correctos, festivos incluidos?	Sí ☐ No ☐
RESEÑAS		
6	¿Tienes más reseñas que las 3 clínicas que salen a tu lado?	Sí ☐ No ☐
7	¿Has recibido reseñas nuevas en el último mes?	Sí ☐ No ☐
8	¿Respondes todas las reseñas, también las negativas?	Sí ☐ No ☐
9	¿Tu equipo pide la reseña siempre (QR, mensaje tras la cita)?	Sí ☐ No ☐
WEB		
10	¿Tienes una página propia para cada tratamiento principal?	Sí ☐ No ☐
11	¿Teléfono y WhatsApp se ven en el móvil sin hacer scroll?	Sí ☐ No ☐
12	¿Tu web carga en menos de 3 segundos en el móvil?	Sí ☐ No ☐
13	¿Cada tratamiento indica precio «desde» y duración?	Sí ☐ No ☐
14	¿Se ven fotos y nombres reales del equipo médico?	Sí ☐ No ☐
INTELIGENCIA ARTIFICIAL		
15	¿Sales si preguntas a ChatGPT por la mejor clínica de tu ciudad?	Sí ☐ No ☐
16	¿Tu web responde las preguntas frecuentes reales de tus pacientes?	Sí ☐ No ☐
17	¿Tus datos coinciden en Google, Doctoralia, redes y directorios?	Sí ☐ No ☐
MEDICIÓN		
18	¿Sabes cuántas llamadas te llegaron desde Google el mes pasado?	Sí ☐ No ☐
19	¿Sabes cuántos formularios y WhatsApp llegaron desde tu web?	Sí ☐ No ☐
20	¿Tu recepción pregunta «¿cómo nos has conocido?» y lo apunta?	Sí ☐ No ☐

16–20
Vas bien. Afina con los capítulos 4 y 5.

10–15
Pierdes pacientes que ya te buscan. Empieza por el plan de 30 días.

0–9
Tu competencia se lleva tus pacientes. Lee la guía o pide la auditoría gratuita.

CAPÍTULO 1

01

Tu ficha de Google: la que trae las llamadas

Suele traer más llamadas que tu web. Google ordena el mapa por tres criterios que él mismo publica:

Relevancia
Si tu ficha encaja con lo que se busca. **La controlas.**

Distancia
Lo cerca que estás de quien busca. No la controlas.

Prominencia
Lo conocida y valorada que es tu clínica. **La controlas.**

Lo que debes revisar hoy

1. **Nombre**
El real, sin palabras clave: pueden suspenderte la ficha.

2. **Categoría principal**
La más exacta: Dentista, Ortodoncista, Medicina estética…

3. **Categorías secundarias**
Solo lo que haces: implantólogo, odontopediatra, láser…

4. **Servicios**
Uno por tratamiento, con las palabras que usa el paciente.

5. **Descripción**
Qué hacéis, en qué sois especialistas y dónde.

6. **Enlace de citas**
Reserva online, tu página de contacto o WhatsApp.

7. **Fotos**
Reales y frecuentes: fachada, recepción, gabinetes, equipo.

8. **Horario**
Con festivos y agosto. «Abierto» sin respuesta = mala reseña.

Publica 1 o 2 veces al mes
Promociones, tratamientos nuevos, el equipo. Muestra que la clínica está activa.

Ojo con la publicidad sanitaria
Sin promesas de resultados. Antes/después solo con consentimiento. Nº de registro sanitario visible.

CAPÍTULO 2

02

Reseñas: el motivo por el que te eligen a ti

Antes de llamar, el paciente compara cuántas tienes, si son recientes y qué contestas.

Cómo conseguir más sin parecer pesado

1. **El momento**
   Cuando está contento: revisión sin dolor, fin de la ortodoncia.

2. **Quién la pide**
   Mejor el doctor o la higienista que la recepción.

3. **Hazlo fácil**
   QR en recepción y enlace directo en el mensaje tras la cita.

4. **Hazlo un hábito**
   A todos los pacientes satisfechos. La constancia gana.

Lo que no debes hacer

- ✕ Dar descuentos o regalos a cambio de reseñas. Lo prohíben las normas de Google.
- ✕ Pedirlas solo a quien sabes que pondrá 5 estrellas.
- ✕ Comprarlas o pedir a familiares que las escriban. Google las borra y puede penalizarte.

La regla de oro en sanidad: al responder, nunca confirmes que esa persona es paciente ni menciones su tratamiento. Es información de salud protegida.

RESEÑA POSITIVA

«Muchísimas gracias por tus palabras. Nos alegra mucho leer esto. Aquí nos tienes para lo que necesites.»

RESEÑA NEGATIVA

«Lamentamos que tu experiencia no haya sido la que esperabas. Por privacidad no podemos tratar detalles aquí. Llámanos al [teléfono] y pregunta por [nombre].»

CAPÍTULO 3

03

Una web que convierte visitas en citas

Dos trabajos: que Google entienda qué haces y dónde, y que el paciente te llame. Empieza por los tratamientos con más margen.

Una página por tratamiento

Quien busca «ortodoncia invisible en Málaga» quiere una página solo de eso. Cada una responde:

1. **Qué es y para quién**
   En lenguaje de paciente, sin jerga.
2. **Precio**
   Un «desde». Sin pista, se va a quien sí la da.
3. **El proceso**
   Sesiones, duración, si duele, recuperación.
4. **Quién lo hace**
   Nombre, foto y nº de colegiado.
5. **Preguntas frecuentes**
   Las que de verdad te hacen en consulta.
6. **Cómo pedir cita**
   Llamar, WhatsApp y formulario corto.

Prueba tu web en el móvil

- [ ] Llamar y WhatsApp visibles nada más entrar, sin scroll.
- [ ] Al pulsar el teléfono, el móvil marca directamente.
- [ ] Formulario de 3 campos: nombre, teléfono y tratamiento.
- [ ] Tras enviarlo, un mensaje claro de cuándo le llamaréis.
- [ ] Carga rápida. Si tarda, vuelve a Google y pulsa la siguiente.

Lo que genera confianza

- ✓ Fotos reales del equipo y la clínica.
- ✓ Opiniones de Google en la web.
- ✓ Tecnología contada como beneficio: «sin dolor».
- ✓ Dirección, mapa y dónde aparcar.

Para que Google te entienda

- ✓ Título con tratamiento y ciudad.
- ✓ Nombre, dirección y teléfono iguales que en tu ficha.
- ✓ Datos estructurados de clínica (schema).

CAPÍTULO 4 · GEO

04

Aparecer cuando el paciente pregunta a la IA

Cada vez más pacientes preguntan a ChatGPT o Gemini qué clínica elegir. La IA recomienda a quien encuentra mencionado y bien valorado.

Haz la prueba ahora

Pregunta esto en ChatGPT, Gemini y Perplexity:

¿Cuál es la mejor clínica para [tratamiento] en [ciudad]?

Recomiéndame una clínica de [tratamiento] cerca de [barrio] con buenas opiniones.

¿Qué opiniones tiene [tu clínica]?

Apunta quién sale. Repite cada mes.

De dónde saca la IA lo que dice

- **Tu ficha y tus reseñas.** Gemini y Google tiran mucho de aquí.
- **Tu web,** si explica cada tratamiento con claridad.
- **Directorios del sector:** Doctoralia, Top Doctors…
- **Menciones fuera:** prensa local, colegios, asociaciones.
- **Otros buscadores.** ChatGPT usa en parte resultados como los de Bing.

Qué hacer para que te recomiende

1. **Responde preguntas reales**
   «¿Cuánto cuesta un implante?» Respuesta directa, arriba.
2. **Sé coherente en todas partes**
   Mismos datos en Google, Bing, Doctoralia y web, o la IA elige a otro.
3. **Date de alta en Bing Places**
   Gratis y se importa desde Google en minutos.
4. **Consigue menciones fuera**
   Prensa local, charlas, colaboraciones con asociaciones.
5. **Di en qué eres especialista**
   «Implantes de carga inmediata en Málaga» es lo que la IA repite.
6. **Reseñas que hablen del tratamiento**
   «Me pusieron un implante y no noté nada» ayuda a la IA a decidir.

CAPÍTULO 5

Medir pacientes, no visitas

05

Si no sabes cuántos pacientes te trae Google, no sabes si lo que haces funciona ni dónde invertir.

Las 4 cifras que deberías conocer cada mes

QUÉ MEDIR	DÓNDE VERLO	DIFICULTAD
Llamadas desde la ficha	Rendimiento en Google Business Profile	Ya está ahí
Clics a la web y «cómo llegar»	El mismo panel	Ya está ahí
Llamadas, WhatsApp y formularios web	Google Analytics 4 con eventos	Media
Pacientes nuevos de Google o la IA	Hoja de recepción o software	Solo preguntar

LO MÁS SENCILLO Y LO QUE MÁS INFORMACIÓN DA

«¿Cómo nos has conocido?»

Que recepción lo pregunte a cada paciente nuevo y lo apunte con opciones fijas:

Google · **Mapa** · **ChatGPT u otra IA** · **Recomendación** · **Redes** · **Pasaba por delante**

En un mes sabrás qué canal te trae pacientes. Con estas cifras calculas **cuánto factura tu clínica gracias a Google.**

Si quieres afinar más

- ✓ Marca como conversión en Analytics cada clic en teléfono, en WhatsApp y cada formulario.
- ✓ Añade al enlace de la web en tu ficha un parámetro como ?utm_source=google&utm_medium=ficha.

ERRORES FRECUENTES

10 errores que te cuestan pacientes cada mes

Casi todos se arreglan en menos de una hora. Marca los que tiene tu clínica.

#	ERROR	QUÉ PROVOCA	ARREGLO
01	**La ficha la creó una agencia anterior y nadie tiene acceso**	No puedes cambiar nada ni responder	Recupera la propiedad
02	**Palabras clave en el nombre de la ficha**	Riesgo de suspensión	Solo el nombre real
03	**Reseñas negativas sin responder**	El paciente elige otra clínica	Plantilla del capítulo 2
04	**Todos los tratamientos en una sola página**	No posicionas para ninguno	Una página por tratamiento
05	**Ni un precio orientativo**	Se van a quien sí lo da	Un «desde» en cada uno
06	**Teléfono escondido en el pie**	Menos llamadas desde el móvil	Llamar y WhatsApp visibles
07	**Formularios de 8 campos**	Los abandonan a medias	Nombre, teléfono, tratamiento
08	**Datos distintos en Google, Doctoralia y web**	Google y la IA desconfían	Unifica los datos
09	**Promesas de resultados y antes/después sin consentimiento**	Problemas con la normativa sanitaria	Revisa textos e imágenes
10	**No medir de dónde llegan los pacientes**	Inviertes a ciegas	Pregunta desde mañana

PLAN DE ACCIÓN

30 días, unas 2 horas por semana

30

No hace falta hacerlo todo a la vez. Este orden pone primero lo que antes trae llamadas. Marca cada tarea al terminarla.

SEMANA 1

Ficha de Google y medición

- [ ] Confirmar que eres propietario
- [ ] Revisar nombre y categorías
- [ ] Añadir tratamientos como servicios
- [ ] Corregir horario, teléfono y citas
- [ ] Preguntar «¿cómo nos has conocido?»

SEMANA 2

Reseñas

- [ ] Responder las reseñas pendientes
- [ ] QR de reseñas en recepción
- [ ] Enlace en el mensaje tras la cita
- [ ] Explicar al equipo cómo pedirla
- [ ] Subir 10 fotos reales

SEMANA 3

Web

- [ ] Probar la web en el móvil
- [ ] Llamar y WhatsApp visibles
- [ ] Formulario de 3 campos
- [ ] Páginas de tus 3 tratamientos top
- [ ] Precio «desde» y preguntas frecuentes

SEMANA 4

IA y coherencia

- [ ] Prueba en ChatGPT, Gemini, Perplexity
- [ ] Alta en Bing Places
- [ ] Unificar datos en todos los directorios
- [ ] Publicar una novedad en la ficha
- [ ] Contar pacientes nuevos y su origen

Al final del mes tendrás la base hecha y **tu primera cifra real de pacientes que llegan desde Google.**

¿PREFIERES QUE LO REVISE YO?

Auditoría gratuita de tu clínica

Si en el test has sacado menos de 16, hay pacientes buscándote que llaman a otra clínica. Te digo exactamente por qué, sin compromiso.

Qué recibes, hecho a mano para tu clínica

1. **Tu ficha de Google.** Punto por punto, con lo que frena las llamadas.
2. **Tú frente a tus 3 competidores del mapa.** Reseñas, categorías, fotos y por qué salen antes.
3. **Qué dice de ti la IA.** ChatGPT, Gemini y Perplexity sobre tu tratamiento principal.
4. **Tu web en el móvil.** Lo que hace que un paciente se vaya sin llamar.
5. **Las 3 acciones prioritarias.** En orden. Las aplicas tú, tu equipo o conmigo.

Te lo envío en 48 horas laborables. Es tuyo aunque no trabajemos juntos.

Pídela hoy en 1 minuto

Escríbeme con tres datos: **nombre de la clínica, ciudad y el tratamiento que quieres potenciar.**

info@puertoseo.com | **618 878 004** | **puertoseomarbella.com**

Me mido en pacientes
Cada mes ves llamadas, formularios y citas.

SEO local + IA
En Google, en el mapa y en ChatGPT.

Trato directo
Hablas conmigo, sin intermediarios.

Pocas clínicas a la vez
Nunca dos que compitan en tu zona.