



Por el Dr.

**CRISTIAN KULZER**  
Asesoría & Marketing**GESTIÓN ODONTOLÓGICA****¿ESTÁS NECESITANDO PROMOCIONAR TU MARCA EN LAS REDES SOCIALES?**

ESTE ARTÍCULO ILUSTRAS SOBRE LAS POSIBILIDADES QUE OFRECE LA HERRAMIENTA DEL MARKETING PERSONAL, DIFERENCIÁNDOLO DE OTRAS QUE TAMBIÉN PERMITEN POSICIONAR UNA MARCA.

**Q**uizás, cuando se crearon las primeras REDES sociales (RR.SS.) nadie tuvo en cuenta cuál sería su alcance, algo con sentido, al tratarse del comienzo de una red social.

Sin embargo con el aumento del número de usuarios y la importancia del contacto directo cada vez más evidente con potenciales clientes, las redes se hicieron más sofisticadas y trascendentes para el público mundial, siendo utilizadas como un poderoso altavoz para comunicar una marca, los servicios y productos que ofrece.

Aquí no hablo sólo de un esfuerzo y alcance propio, sino del que se puede conseguir gracias a que otros compartan y distribuyan las publicaciones porque les resulten de interés.

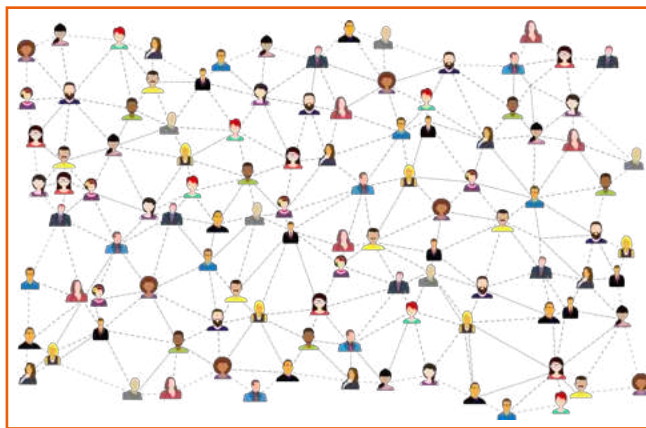
Pero es común cierta confusión por parte de los profesionales con respecto a su propósito y utilización, así como la generación de contenidos, los canales de comunicación, o cuáles son los motivos de su inversión (en

tiempo, trabajo y dinero) y lo resultados esperados.

Algunos ejemplos de los comentarios que me transmiten con frecuencia son: *"Quiero estar con mi consultorio en las redes sociales pero no tengo tiempo"; "Necesito*

*nueva tecnología y necesito poder pagar el crédito, es por eso quiero estar activa en las redes sociales", etc.*

Pareciera que todos los dolores conducen y se resuelven con las RR.SS. Por ese motivo y quiero aclararte algunas di-



*más pacientes nuevos y me dijeron que tengo que meterme en INSTAGRAM con videos"; "El TIK TOK es lo que mejor funciona"; "Estoy pagando hace 10 meses a unas personas por las redes sociales y no entró ningún paciente por ahí"; "Me acabo de comprar esta*

ferencias que exciten entre el MARKETING DIGITAL, el MARKETING EN REDES SOCIALES, el MARKETING DE CONTENIDO y LA PUBLICIDAD EN LAS RR.SS., para que puedas planificar y elaborar tu estrategia con más herramientas y conocimientos sobre estos temas.

**¿QUÉ ES EL MARKETING DIGITAL?**

**H**oy por hoy es muy común que un paciente busque un servicio odontológico por internet, ya sea para buscar el consultorio más cercano por su prepaga, los mejores precios (cuando ya sabe lo que necesita), para comparar información sobre un determinado producto (cuando todavía está estudiando las posibilidades) o incluso para descubrir más sobre un problema que tiene (cuando todavía ni sabe cuál solución para su situación).

A todo eso le llamamos de MARKETING DIGITAL: un conjunto de informaciones y acciones que pueden ser hechas en diversos medios digitales con el objetivo de promover empresas y productos.

El marketing digital es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Una de



las grandes diferencias con el MARKETING TRADICIONAL es el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.

### ¿QUÉ ES EL MARKETING EN RR.SS.?

El término MARKETING DE REDES SOCIALES o SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM) se refiere a todas las actividades y medidas que se utilizan en las RR.SS. para la generación de oportunidades, aumentando el alcance y la lealtad de los clientes. Es también aprovechar las RR.SS. para fines comunicacionales de marketing por medio de diferentes herramientas.

Cada una de las RR.SS. que existen presenta una serie de herramientas que podrán ser utilizadas por profesionales y clínicas dentales para así aprovecharlas desde el punto de vista del marketing. Algunas de ellas son GRUPOS, FAN PAGE, PUBLICACIONES, VIDEOS, LIVES, REELS E HISTORIAS DESTACADAS. En resumen, hacer marketing en RR.SS., es el utilizar las RR.SS. como parte del mecanismo de marketing de una empresa o negocio.

### ¿QUÉ ES EL MARKETING DE CONTENIDOS?

El MARKETING DE CONTENIDOS o CONTENT MARKETING, es una estrategia de marketing

digital que consiste en crear y publicar contenido de calidad y de carácter divulgativo para tu público objetivo. Material que deberá ser planificado con cierto criterio, buscando que sea útil, entretenido o al menos interesante para tu PÚBLICO OBJETIVO.

El objetivo que realices

bas partes (marca - consultorio y paciente)

Algunas herramientas que puedes utilizar son: redactar artículos en un BLOG, solicitar a un diseñador infografías, crear videos o REELS, compartir un PODCAST, escribir un EBOOK y compartirlo, armar LIVES y STORIES destacadas con infor-

un referente en tu sector y conseguir más LEADS o posibles nuevos pacientes.

### ¿QUÉ ES LA PUBLICIDAD EN RR.SS.?

La publicidad en RR.SS. es una parte muy importante dentro de las estrategias de promoción del marketing digital.

Tiene como objetivo principal incrementar el consumo de un producto o del servicio que se ofrece y mejorar el posicionamiento e imagen de una marca.

Los formatos que se utilizan con mayor frecuencia son: EMAIL MARKETING; SOCIAL ADS (los más populares son FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS y TWITTER ADS); DISPLAY (banners, pop-up o cualquier elemento visual publicitario que podemos colocar en PÁGINAS WEB, PORTALES, BLOGS); RETARGETING (un formato que lleva la PUBLICIDAD DE DISPLAY un paso más allá al mostrar anuncios personalizados según el comportamiento previo de los usuarios); SEM (publicación de anuncios en motores de búsqueda como GOOGLE).

Cuando decidas emprender y estar activamente en las redes sociales con tu marca, recuerda que en primer lugar debes preguntarte cuáles son tus propósitos y objetivos estratégicos (para qué quieres estar y dónde quieres llegar); cómo es el perfil y las costumbres de los pacientes a los que



marketing de contenidos será los siguientes: aumentar la percepción y conciencia que se tiene sobre tu marca; obtener mayor tráfico a tu sitio web y RR.SS.; generar mayor confianza en el público; convertirte en referente y estar

marketing de contenidos será la acción relevante. Aquí suele haber mayor confusión, si se cree que el marketing de contenidos es estar en las RR.SS. más conocidas y utilizarlas subiendo cualquier material con una frecuencia diaria.

El contenido debes enten-



siempre presente de una manera no comercial, generando una fuerte conexión entre am-

derlo como un activo de marca que te ayuda a educar a tu audiencia, a posicionarte como



quieres impactar (conocer sus características, hábitos y comportamiento); en qué RR.SS. habitualmente se encuentran y, por último, cuáles son los resultados que esperarás obtener y cuál será tu inversión económica en este tema .

Para finalizar, te dejo una frase que BILL GATES que ya tiene varios años: *"Habrán dos tipos de negocios en el siglo XXI, aquellos que estén en internet, y aquellos que ya no existan"*.

Hoy gracias a internet, tienes la oportunidad de promocionarte fácilmente en el



mundo online, y las RR.SS. son una alternativa muy importante a considerar. ■■■■

ACERCA  
DEL  
AUTOR



**C**RISTIAN KULZER es odontólogo egresado de la Universidad de Buenos Aires (FOUBA). Magister en Administración de Servicios de Salud, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).

Magister en Gestión de Salud, Universidad de Lleida (UdL), España. Diplomado en Gestión de Servicios en Salud. Universidad Favaloro. Posgrado de Especialización en Marketing, Neuromarketing y Neuroventas, Instituto Braidot de Formación. Founder de DENTING (Agencia de Marketing Dental)

CONTACTO  
CON EL AUTOR

[www.cristiankulzer.com.ar](http://www.cristiankulzer.com.ar)