



Proyecto web a la medida

Descripción

DESCRIPCIÓN

Este servicio consiste en crear un proyecto web o aplicación web para cualquier profesional o establecimiento de salud que lo requiera. El proyecto se hace a la medida de las especificaciones técnicas de diseño y estrategia de ventas que requiera el cliente. Previamente se puede hacer un diagnóstico de cuáles son los requerimientos y estrategias ideales para el cliente.

¿POR QUÉ SE CREÓ? ¿QUÉ VALOR PROPORCIONAN?

El proyecto web a la medida se creó porque solamente aquellos profesionales establecimientos de salud que tengan presencia en internet van a tener mayores oportunidades de ventas. Porque el profesional necesita un recurso de ventas web o en línea. Es una necesidad que el profesional de la salud cuente con recursos propios y no dependa de terceros para vender sus servicios de salud. Es una necesidad que el profesional de la salud tenga una vitrina principal en internet donde exponer sus servicios sin ninguna restricción. Es una necesidad también que el profesional de la salud cuente también con una oficina virtual en línea para atender pacientes y automatizar esa atención, ya que pasa muy ocupada la mayoría del tiempo. Y para que pueda implementar muchas funcionalidades y estrategias de ventas a través del sitio web.

¿PARA QUIÉN ES ESTE SERVICIO? ¿AUDIENCIA GENERAL?

Es para cualquier profesional o establecimiento de salud que quiera implementar un proyecto de sitio web.

PRECIO

Según el cliente Incluye una publicación premium en una Red de Salud.

Los activos comerciales o también puedes llamarles activos y recursos publicitarios de marketing y ventas que deben de tener todo profesional o todo servicio de salud son todos aquellos que te permiten vender de mejor manera tus servicios analógicamente podríamos decir es que son los instrumentos así como los instrumentos que se utilizan para realizar tus servicios en la clínica tu equipo instrumental e insumos pues estos activos comerciales son los instrumentos que tú vas a utilizar para vender mejor tus servicios y por ende te explicamos aquí cómo tienes que obtenerlos o cómo puedes obtenerlos sin morir en el intento

Como todo instrumental o equipo quirúrgico qué vas a utilizar para realizar un procedimiento es mejor trabajar con equipo o instrumental propio que con equipo o instrumental prestado no lo crees así y por esa razón es que te guiamos en el proceso de cómo puedes obtener tus propios recursos y evitar también que te roben algunos recursos como suele suceder con muchas agencias de marketing y publicidad que le roban al médico o al profesional de la salud algunos recursos publicitarios.

El primer recurso publicitario o de marketing y ventas que debes adquirir como profesional de la salud es un sitio web. Aunque no lo creas prácticamente va a ser el único recurso qué puede ser completamente tuyo es decir sin utilizar a terceros y en el cual vas a poder subir o publicar todo tipo de contenido sin que nadie te ande restringiendo nada como lo haces muchas veces algunas redes sociales cuando quieres subir un contenido de un procedimiento quirúrgico o de algún caso clínico que no se te permite subirlo porque las políticas de esas redes sociales muchas veces restringen ciertos contenidos de salud donde se exponen procedimientos quirúrgicos o partes del cuerpo en cambio con tu sitio web tú vas a poder subir todo tipo de contenido sin ningún tipo de restricción pero ojo que para tener un sitio web tienes que considerar antes de adquirirlo ciertos aspectos y no cometer los errores que te mencionamos en este artículo por ejemplo donde hablamos de los principales errores que los profesional de la salud por desconocimiento cometemos a la hora de adquirir un sitio web entre los cuales destacan no comprar por ejemplo El dominio por su cuenta ya que como proceda de la salud muchas veces lo que hacemos es delegar le a una agencia de marketing y publicidad que nos haga un sitio web y ellos se encargan de hacerlo todo pero esto es decimos que es un error por la razón de que muchas veces la agencia a comprar ellos El dominio se quedan muchas veces con dicho dominio cuando el profesional de la salud ya no quiere continuar ninguna relación con esa agencia quedándose está agencia con el nombre del dominio por esa razón nosotros también te explicamos en este contenido cómo puedes adquirir tu dominio y dónde lo puedes adquirir de esa manera tú vas a ser el propietario del dominio y no va a ser la agencia que contrataste la propietaria del dominio

A partir de 2022, más de una cuarta parte (27 %) de las pequeñas empresas operaban sin un sitio web. Si bien tener una presencia en las redes sociales es clave para las PYMES, es fundamental que reconozcan las posibles oportunidades perdidas a largo plazo asociadas con la dependencia exclusiva de las redes sociales.

En este artículo, profundizamos en las razones por las que las redes sociales no pueden servir como sustituto de su sitio web SMB.

Experiencia de usuario personalizada

Un sitio web ofrece una multitud de ventajas sobre las redes sociales, con un beneficio destacado que es la capacidad de ofrecer una experiencia de usuario altamente personalizada. A diferencia de las plataformas de redes sociales, los sitios web brindan una flexibilidad completa para que las empresas adapten el viaje del

usuario. Desde el diseño y el diseño hasta el contenido y la funcionalidad, los sitios web se pueden personalizar para alinearse con las preferencias del público objetivo. Esto incluye la incorporación de funciones como recomendaciones personalizadas, sugerencias de productos e interfaces de usuario personalizadas que mejoran la participación y la satisfacción del usuario. Por otro lado, las plataformas de redes sociales imponen estrictos requisitos de formato y diseño que limitan las opciones de personalización, lo que impide que las empresas creen experiencias verdaderamente únicas.

Y, por supuesto, siempre puede dirigir a las personas a su sitio web desde sus canales de redes sociales. ¡No se trata de que sea lo uno o lo otro!

Los sitios web también se destacan en la entrega de contenido específico basado en el comportamiento, las preferencias y el historial del usuario. Este nivel de personalización también se puede lograr a través de campañas de marketing, que sirven como un medio rentable para conectarse con clientes potenciales y dirigirlos a un sitio web. Al comprender el tráfico de visitantes, las empresas pueden enviar regularmente boletines y materiales promocionales a los suscriptores, lo que fomenta la repetición de negocios.

Además, los sitios web ofrecen la oportunidad de retener clientes leales al proporcionar acceso exclusivo a funciones, productos o servicios especiales. Los descuentos personalizados, los programas de lealtad y el contenido basado en membresía son solo algunos ejemplos de cómo las empresas pueden cultivar la lealtad de los clientes a través de sus sitios web.

Este nivel de personalización no se puede lograr en las plataformas de redes sociales, donde el contenido generalmente se presenta a todos los usuarios de manera estandarizada. Durante los períodos de mayor conciencia financiera, la capacidad de ofrecer recomendaciones personalizadas y específicas se vuelve esencial, ya que fomenta la lealtad y promueve la retención de clientes.

Control sobre el contenido

Las empresas enfrentan limitaciones significativas en términos de control de contenido cuando usan plataformas de redes sociales, ya que sus publicaciones son susceptibles a modificaciones de políticas de plataforma y cambios algorítmicos. Por el contrario, un sitio web otorga a las empresas autoridad sobre su contenido, lo que les permite exhibir sus productos, servicios y marcas de una manera que se alinea con sus preferencias.

Además, los perfiles de las redes sociales y el contenido que se comparte en ellos no pertenecen a las propias empresas. En comparación, un sitio web es propiedad y está operado por la empresa, lo que ofrece un mayor grado de autonomía frente a las fluctuaciones en las políticas de la plataforma. Esto significa que las empresas pueden asegurarse de que su contenido permanezca disponible para sus clientes independientemente de los cambios en las políticas de la plataforma.

Comunicación a medida

Un sitio web proporciona una ventaja adicional al facilitar el establecimiento de canales de comunicación directos y altamente personalizados con los clientes. Al incorporar funciones como formularios de contacto, chatbots y preguntas frecuentes integrales, las empresas pueden ofrecer respuestas rápidas y personalizadas a las consultas de los clientes, lo que en última instancia genera mayores niveles de satisfacción del cliente.

Las plataformas de redes sociales ofrecen a las empresas una flexibilidad limitada en sus métodos de comunicación con los clientes. Si bien los clientes pueden comunicarse a través de comentarios y mensajes directos, estos canales a menudo se ven inundados de ruido y spam, lo que dificulta la capacidad de las empresas para atender rápidamente las consultas de los clientes.

Si bien las redes sociales desempeñan un papel valioso para reforzar la presencia en línea de una PYME, no pueden servir como un sustituto viable de un sitio web cuando se trata de aspectos cruciales como la personalización, el control de contenido, la propiedad y la autonomía. Es imperativo que las PYMES prioricen la inversión en un sitio web como un componente vital de su estrategia de marketing digital, con el objetivo de elevar la rentabilidad de su negocio. A pesar de los costos potenciales asociados con los sitios web, las ventajas y recompensas a largo plazo superan significativamente la inversión inicial para las PYMES, por lo que es una decisión importante para las PYMES que buscan prosperar en el panorama digital.

Categoría

1. Servicios para Implementar Estrategias de Ventas Propias
2. Sitios Web