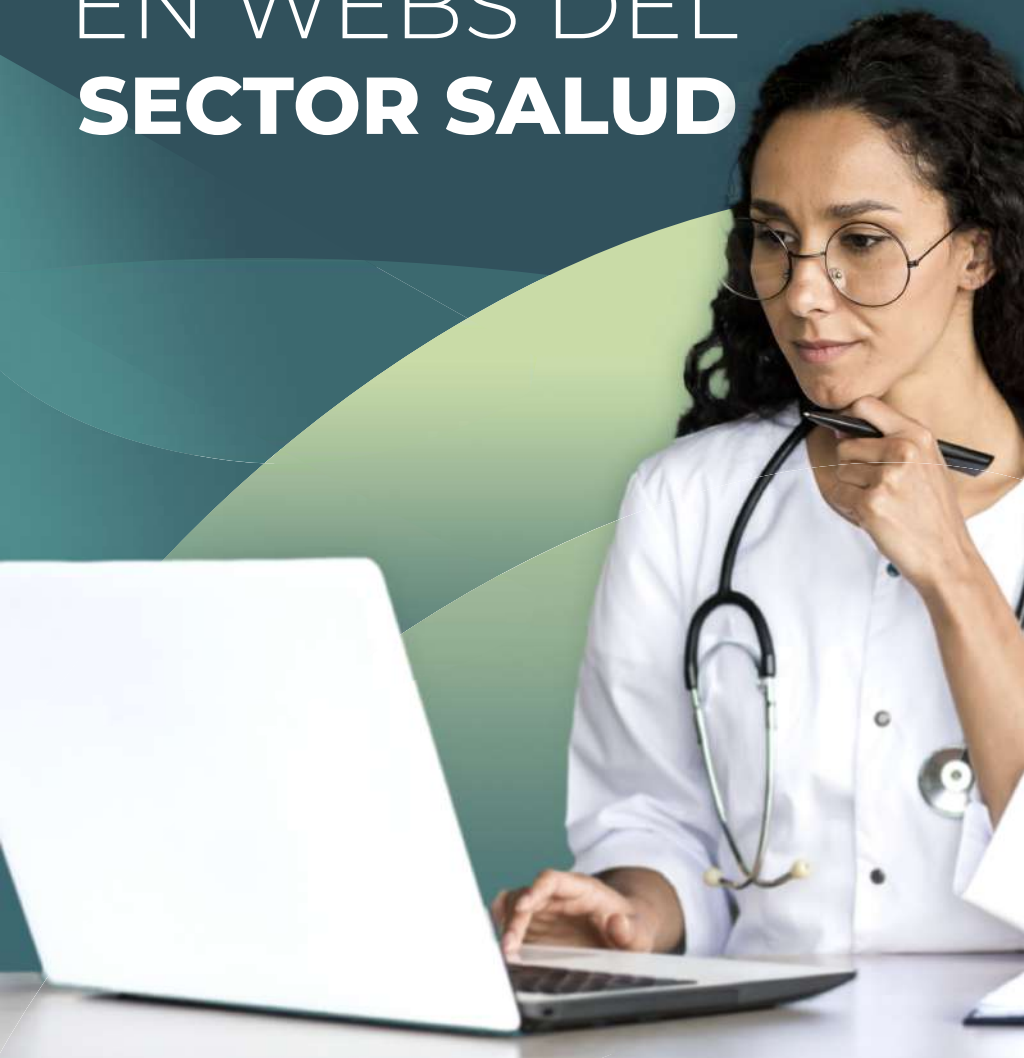


EBOOK

ERRORES FRECUENTES EN WEBS DEL **SECTOR SALUD**



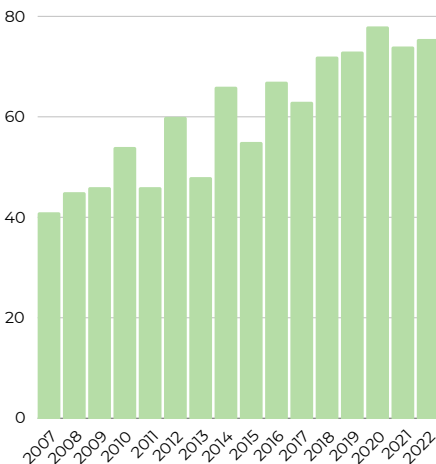
Echemos un vistazo a los datos

CONTEXTO DIGITAL EN LA SALUD

La presencia online se ha convertido en el pilar fundamental para las empresas del sector salud. En un mundo donde la tecnología y la información están al alcance de todos, los sitios web se convierten en la primera impresión de una clínica médica. La capacidad de transmitir confianza, accesibilidad y profesionalidad a través de estas plataformas es esencial para establecer relaciones sólidas con los pacientes.

En el contexto actual, donde la búsqueda de servicios médicos en línea se ha vuelto moneda corriente, los errores en los sitios web del sector salud pueden tener consecuencias significativas. La facilidad con la que la información fluye en internet implica que cada detalle, desde el diseño hasta la seguridad, contribuye a la percepción general que los usuarios tienen de una institución médica.

Este cambio de paradigma es evidente al observar las estadísticas: en 2022, un asombroso 75,5% de la población recurrió a Internet para obtener información relacionada con el sector salud. Esta tendencia destaca la importancia crítica de tener una presencia digital robusta y libre de errores para garantizar que los sitios web del sector salud sean fuentes confiables y eficientes para los usuarios.



Porcentaje de personas que utilizaron Internet para encontrar información sobre bienes y servicios. España de 2007 a 2022.

Fuente: Statista



Tu carta de presentación

IMPORTANCIA DE LAS PÁGINAS WEB

**SOLAMENTE EL 2%
DE LOS USUARIOS
QUE ENTRA EN UNA
PÁGINA WEB
INTERACTUA CON
ELLA.**



En el mundo digital actual, la página web de tu clínica es mucho más que una presencia virtual; es la puerta de entrada que conecta a tu equipo médico con los pacientes.

Como hemos mencionado, la primera opción de búsqueda suele ser por internet. La página web de tu clínica es la primera impresión que muchos pacientes tendrán de ti. El diseño, la accesibilidad y la calidad de la información presentada impactan directamente en la percepción del usuario.

No se trata solo de mostrar información; tu página web es una herramienta para establecer una conexión efectiva con tu audiencia. Ofrece más que datos sobre servicios médicos; proporciona recursos informativos, actualizaciones y canales de comunicación directa. Esto crea un espacio interactivo entre tu clínica y los usuarios, fortaleciendo la relación.

La calidad de tu página web influye significativamente en la percepción que los pacientes tienen de tu clínica. La información clara, el diseño atractivo y la facilidad de navegación contribuyen a una experiencia positiva. Deficiencias en estos aspectos pueden generar dudas y desconfianza, afectando la decisión del paciente.

Recuerda, tu página web no es solo una herramienta digital; es la cara virtual de tu clínica. En un mundo donde la información está al alcance de un clic, tener una presencia online efectiva es clave para el éxito.



Echemos un vistazo a los datos

10 ERRORES MÁS FRECUENTES EN WEBS DEL SECTOR SALUD

Ahora que entiendes la importancia de tu página web, es esencial explorar los errores comunes que podrían perjudicar la efectividad de tu presencia online.

Evitar estos errores no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también fortalece la reputación de tu clínica en el mundo digital.

- 1 **DISEÑO FRÍO Y POCO PERSONALIZADO**
- 2 **PROBLEMAS DE DISEÑO RESPONSIVE**
- 3 **FALTA DE INFORMACIÓN CLARA Y ACCESIBLE**
- 4 **PROBLEMAS DE NAVEGACIÓN**
- 5 **CONTENIDO NO OPTIMIZADO PARA SEO**
- 6 **INFORMACIÓN Y CONTENIDO DESACTUALIZADOS**
- 7 **FALTA DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD**
- 8 **FORMULARIOS COMPLICADOS O EXTENSOS**
- 9 **FALTA DE CTAS**
- 10 **NO INTEGRACIÓN DE REDES SOCIALES Y RESEÑAS**



Debes ser cálido y acogedor

1. DISEÑO FRÍO Y POCO PERSONALIZADO

Un diseño que carece de calidez y personalización puede alejar a los usuarios antes de que tengan la oportunidad de explorar los servicios que tu clínica ofrece. Es más que un tema estético; es la primera impresión que determina cómo los visitantes perciben tu marca en el mundo digital.

La falta de identidad visual clara contribuye al anonimato digital de tu clínica. Un diseño impersonal dificulta que los usuarios conecten con tu marca y se identifiquen con los valores que representas. Es esencial que tu diseño refleje los principios y la calidad de los servicios que ofreces.

Además, la ausencia de elementos emocionales puede resultar en una experiencia digital insípida. Elementos visuales que transmitan cuidado, empatía y profesionalismo son esenciales para establecer una conexión emocional con los visitantes.

La inconsistencia con la marca también es un riesgo cuando se adopta un diseño genérico. Tu página web debe ser una extensión coherente de la identidad de tu clínica, alineando colores, tipografías y elementos visuales con la imagen que deseas proyectar.

El uso excesivo de elementos genéricos o plantillas predefinidas puede restar originalidad y autenticidad a tu página web. Incorporar elementos específicos y personalizados refuerza la singularidad de tu clínica, diferenciándola de la competencia.

Este diseño frío puede afectar la confianza del usuario. La primera impresión virtual juega un papel crucial en la decisión de los pacientes potenciales, y un diseño que transmite falta de compromiso o profesionalismo puede disuadirlos.

Para abordar este desafío, es crucial invertir en un diseño que refleje la identidad única de tu clínica. Colores, tipografías y elementos visuales deben ser cuidadosamente seleccionados para alinearse con la imagen que deseas proyectar.

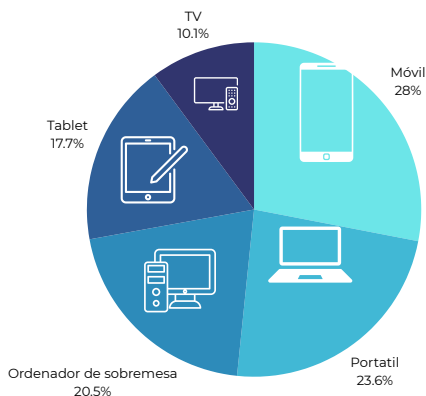
La inclusión de fotografías reales de tu clínica, equipo y entorno agrega autenticidad y permite a los visitantes tener una vista realista de lo que pueden esperar. Incorporar testimonios visuales o historias de pacientes contribuye a humanizar tu clínica y crear una conexión emocional con los usuarios.



Adapta tu contenido

2. DISEÑO RESPONSIVE

Un aspecto crucial para el éxito de tu página web es la adaptabilidad a diferentes dispositivos, especialmente considerando que el móvil se ha convertido en el centro de toda la actividad online. En pocos años, las costumbres de los internautas españoles se han volcado hacia el dispositivo que llevan consigo constantemente.



Porcentaje de cómo los usuarios accede a internet a través de diferentes dispositivos.

Fuente: Estudio General de Medios (EGM).

En este contexto, no contar con un diseño responsive se convierte en un error considerable que puede afectar la experiencia del usuario de manera significativa. La principal actividad online se realiza a través del móvil, y no adaptar tu página web a este dispositivo implica perder oportunidades de conexión con pacientes potenciales.

La falta de adaptabilidad puede generar desafíos en la experiencia del usuario, ya que el contenido puede resultar difícil de leer y navegar en pantallas más pequeñas. En un entorno donde la competencia digital es intensa, garantizar que tu página web sea fácilmente legible y funcional en todos los dispositivos es esencial. La pérdida de oportunidades también es un riesgo. Con un creciente número de usuarios que prefieren el móvil para acceder a servicios médicos, un diseño que no se ajuste adecuadamente puede disuadir a los visitantes y afectar la percepción de la marca.



Tus pacientes quieren informarse

3. FALTA DE INFORMACIÓN CLARA Y ACCESIBLE

La falta de información clara y accesible en la página web de tu clínica puede convertirse en un obstáculo significativo para la experiencia del usuario. En un entorno digital donde la transparencia y la accesibilidad son clave, omitir detalles esenciales puede afectar la confianza y la interacción efectiva con los visitantes.

La carencia de detalles esenciales, como servicios ofrecidos, horarios y datos de contacto, puede generar confusión entre los visitantes. La falta de claridad en estos aspectos fundamentales puede resultar en una experiencia frustrante para los usuarios, quienes buscan información rápida y accesible.

Además, la dificultad para tomar decisiones informadas puede surgir cuando la información relevante no está fácilmente disponible. Los visitantes pueden sentirse desorientados al no encontrar datos cruciales, lo que puede traducirse en una menor probabilidad de que tomen acciones deseadas, como programar una cita.

La transparencia en la información desempeña un papel vital en la construcción de la confianza del usuario. La falta de detalles claros puede dar lugar a la percepción de falta de transparencia, afectando negativamente la confianza que los pacientes potenciales depositan en tu clínica.

Para abordar este desafío, es esencial garantizar la prominencia de la información crucial en tu página web. Los servicios ofrecidos, los horarios de atención y los datos de contacto deben estar ubicados de manera destacada para que los visitantes puedan acceder a ellos fácilmente. La presentación clara de la información contribuye a una experiencia del usuario más positiva y fortalece la confianza en tu clínica en el entorno digital actual.



Una web intuitiva y fluida

4. PROBLEMAS DE NAVEGACIÓN

La falta de una estructura de navegación intuitiva puede convertirse en un obstáculo para que los usuarios encuentren fácilmente la información que están buscando.

La navegación complicada puede generar desafíos directos para los visitantes, quienes pueden tener dificultades para encontrar la información que necesitan. Una estructura intuitiva y clara, con menús bien organizados y enlaces lógicos, es fundamental para guiar a los usuarios de manera eficiente.

La pérdida de visitantes debido a una navegación confusa puede impactar directamente en la efectividad de tu página web. La primera impresión virtual es crucial, y una experiencia de usuario negativa puede llevar a que los visitantes abandonen tu sitio antes de explorar completamente los servicios que ofreces.

Además, la navegación efectiva también se vincula con la optimización para motores de búsqueda (SEO). Una estructura clara facilita que los motores de búsqueda indexen y clasifiquen tu contenido, lo que puede mejorar la visibilidad de tu clínica en los resultados de búsqueda.

Para abordar este error, es esencial revisar y optimizar la estructura de navegación de tu página web. Asegúrate de que los menús sean claros y organizados, facilitando a los usuarios la búsqueda de información. Mantener una navegación intuitiva no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también contribuye a fortalecer la presencia digital de tu clínica. Evitar la complicación en la navegación es esencial para retener a los visitantes y proporcionarles una experiencia online positiva.



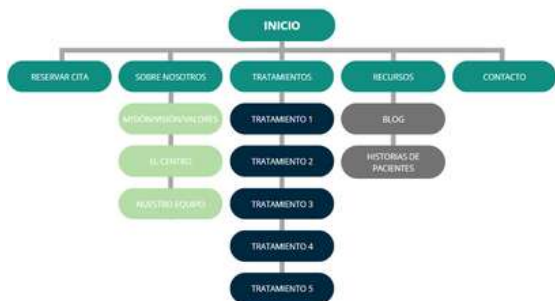
Haz que tus pacientes te encuentren

5. CONTENIDO NO OPTIMIZADO PARA SEO

La optimización para motores de búsqueda (SEO) es un aspecto crucial para aumentar la visibilidad en línea de la página web de tu clínica. La falta de atención a este aspecto puede limitar la capacidad de tu sitio para destacarse en los resultados de búsqueda, afectando la llegada de potenciales pacientes.

Un error común es no integrar palabras clave relevantes en el contenido de tu página web. Las palabras clave son fundamentales para que los motores de búsqueda comprendan la relevancia de tu sitio en relación con las consultas de los usuarios. No tener un enfoque estratégico en la selección y uso de palabras clave puede resultar en una clasificación más baja en los resultados de búsqueda.

La estructura y el formato del contenido también juegan un papel crucial en la optimización para SEO. No utilizar encabezados adecuados, metadescripciones informativas y URLs apropiadas puede afectar la capacidad de los motores de búsqueda para interpretar y clasificar tu contenido.



Para abordar este error, es esencial realizar una investigación de palabras clave relevante para tu clínica y sector. Integrar estas palabras clave de manera natural y estratégica en tu contenido mejora la visibilidad en los motores de búsqueda y atrae a una audiencia específica.

Además, mantener una estructura de contenido clara con encabezados adecuados, metadescripciones informativas y URLs legibles es esencial. Esto no solo mejora la legibilidad para los visitantes, sino que también facilita a los motores de búsqueda interpretar y clasificar tu contenido de manera efectiva.

Actualiza tu contenido

6. INFORMACIÓN Y CONTENIDO DESACTUALIZADOS

No mantener la información al día, ya sea en horarios, servicios o noticias relevantes, crea una impresión de descuido. La actualización regular no solo demuestra compromiso con la profesionalidad, sino que también contribuye a mantener la confianza de los visitantes.

La falta de actualización puede afectar directamente la relevancia de tu clínica en los motores de búsqueda. Los motores de búsqueda valoran la frescura del contenido, y la falta de actualización puede hacer que tu página web sea considerada menos relevante para las consultas de los usuarios.

Otro aspecto a considerar es la eliminación de información obsoleta. Mantener contenido desactualizado, como tratamientos que ya no se ofrecen o personal que ya no trabaja en la clínica, puede confundir a los visitantes y afectar negativamente la percepción de tu clínica.

Para abordar este error, es fundamental establecer procesos para la actualización regular de la información en tu página web. Mantener horarios, servicios y noticias al día no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también señala a los motores de búsqueda que tu contenido es relevante y confiable.

Además, revisar y eliminar contenido obsoleto es esencial para evitar confusiones y mantener la precisión de la información presentada. La transparencia y la actualización constante son pilares fundamentales para construir y preservar la confianza de los visitantes, asegurando que tu clínica se destaque de manera positiva en el entorno digital.



Garantiza la confianza en tu sitio web

7. FALTA DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD

El dominio de tu página web es una pieza clave en la construcción de una presencia digital segura. Un dominio claro y representativo no solo facilita que los visitantes recuerden y accedan fácilmente a tu página web, sino que también contribuye a una percepción profesional y confiable.

Garantizar la seguridad de las URL de tu dominio es una parte integral de este proceso. Adoptar un sistema de seguridad como SSL (Secure Sockets Layer) y utilizar el protocolo HTTPS en tu página web proporciona una capa adicional de protección.

Este enfoque cifra la información transmitida entre el navegador del usuario y el servidor, asegurando que los datos sensibles estén resguardados contra posibles amenazas.

La falta de estas medidas de seguridad puede exponer la información personal de los pacientes a riesgos potenciales. La ausencia de SSL y HTTPS puede ser interpretada como una falta de compromiso con la protección de datos, generando preocupaciones y desconfianza entre los visitantes.

Además, la seguridad en línea no solo implica la protección de datos, sino también la transparencia en las políticas de privacidad y seguridad.

Proporcionar información clara y accesible sobre cómo se manejan y protegen los datos refuerza la confianza del usuario y demuestra un compromiso genuino con la seguridad.

La seguridad de las URL y la implementación de sistemas como SSL y HTTPS no solo son prácticas recomendadas, sino que también influyen en la posición de tu página web en los resultados de búsqueda.

La falta de seguridad también puede impactar la posición de tu página web en los resultados de búsqueda. Los motores de búsqueda valoran la seguridad de los sitios web y pueden penalizar aquellos que no cumplen con los estándares de seguridad establecidos.



Menos es más

8. FORMULARIOS COMPLICADOS O EXTENSOS

Los formularios desempeñan un papel crucial en la interacción en línea con los visitantes de tu página web. Sin embargo, la creación de formularios complicados o extensos puede convertirse en un obstáculo para la participación del usuario y afectar la experiencia general.

Uno de los errores más frecuentes es la complejidad innecesaria en los formularios. Solicitar información excesiva o presentar un diseño confuso puede generar frustración en los visitantes, llevándolos a abandonar el proceso antes de completarlo.

La longitud de los formularios también es un factor a considerar. Formularios extensos pueden resultar abrumadores y consumir demasiado tiempo del usuario. En la era de la inmediatez, la simplicidad y eficiencia son clave. Pedir solo la información necesaria para la interacción actual ayuda a mantener la participación del usuario.

La falta de claridad en las instrucciones y la ausencia de indicaciones visuales pueden contribuir a la complicación de los formularios. Los visitantes deben comprender fácilmente qué se espera de ellos y cómo completar el formulario sin confusiones.

Para abordar este error, es esencial simplificar los formularios al máximo. Limita las solicitudes de información a lo esencial y utiliza un diseño claro y lógico. Dividir los formularios extensos en pasos más pequeños puede hacer que el proceso sea más manejable y menos abrumador.

Proporcionar instrucciones claras y visuales también es crucial. Los usuarios deben comprender intuitivamente cómo completar el formulario y qué se espera de ellos en cada paso. La simplicidad en los formularios no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también aumenta las posibilidades de participación y conversión.



¡La conversión es lo más importante!

9. FALTA DE LLAMADAS A LA ACCIÓN (CTAS)

La ausencia de llamadas a la acción (CTAs) es un error que puede comprometer la interactividad y la participación de los visitantes en tu página web, además de imposibilitar la conversión de los visitantes. Las CTAs son elementos cruciales que guían a los usuarios hacia acciones específicas, como programar una cita o obtener más información.

No tener CTAs claros y estratégicas puede resultar en una experiencia pasiva para los visitantes. Sin direcciones explícitas sobre cómo proceder, es probable que los usuarios no realicen acciones deseadas, lo que puede afectar la conversión y la efectividad general de tu página web.

Incorporar CTAs efectivas impulsa la participación del usuario y facilita la navegación. Cada página de tu sitio web debe tener CTAs relevantes y llamativas que inspiren a los visitantes a realizar acciones específicas. Esto puede incluir botones para programar citas, descargar recursos informativos o contactar con la clínica.

La falta de CTAs puede llevar a que los visitantes no exploren completamente los servicios de tu clínica. Las acciones específicas, como agendar una cita o aprender más sobre tratamientos, son fundamentales para convertir a los visitantes en pacientes reales.

Para abordar este error, es esencial revisar cada página de tu sitio web y evaluar dónde se pueden incorporar CTAs de manera efectiva. Asegúrate de que las CTAs sean claras, relevantes y visibles. Utilizar un lenguaje persuasivo y botones llamativos contribuye a captar la atención de los visitantes y motivarlos a tomar acciones específicas.

A

Action

T

To

C

Call

Aprovecha todos tus canales

10. NO INTEGRACIÓN DE REDES SOCIALES Y RESEÑAS

La presencia activa en redes sociales permite a la clínica expandir su alcance y conectarse directamente con la comunidad. La integración de enlaces a perfiles en plataformas populares brinda a los visitantes la posibilidad de explorar contenido adicional, participar en conversaciones y mantenerse actualizados sobre noticias y eventos relevantes de la clínica.

Además, las redes sociales ofrecen un canal adicional para la comunicación y el compromiso directo con los pacientes. Publicar contenido educativo, testimonios o actualizaciones periódicas refuerza la conexión emocional y muestra un compromiso genuino con el bienestar de la comunidad.

Por otro lado, la sección de reseñas en la página web proporciona a los visitantes información valiosa sobre experiencias anteriores de pacientes. Este recurso contribuye a la toma de decisiones informada, ya que los posibles pacientes pueden leer opiniones auténticas sobre los servicios ofrecidos por la clínica.

La presencia visible de reseñas en la página web no solo mejora la credibilidad, sino que también facilita la construcción de confianza. Los visitantes confían en las experiencias compartidas por otros pacientes, y tener acceso fácil a estas reseñas refuerza la percepción positiva de la clínica.

“DAMOS TANTA O MÁS CREDIBILIDAD A UNA RESEÑA ONLINE QUE A LA OPINIÓN DE UN AMIGO O PERSONAS DE CONFIANZA”



EL 83% DE LOS USUARIOS LEE RESEÑAS EN INTERNET ANTES DE COMPRAR ALGÚN PRODUCTO.

Fuente: Estudio GWI para el mercado español.



Confía en los mejores

POR QUÉ CONFIAR TU PÁGINA WEB A UNA AGENCIA DE MARKETING ESPECIALIZADA EN TU SECTOR

Cuando se trata de la creación o la gestión de la página web de una clínica, confiar en una agencia especializada en el sector de la salud se presenta como una decisión estratégica.

Primero y fundamentalmente, el sector de la salud opera con un conjunto específico de normativas, regulaciones y requisitos éticos que no son compartidos por todas las industrias. Una agencia especializada no solo tiene conocimiento, sino experiencia práctica en navegar por este complejo terreno. Desde la confidencialidad de la información del paciente hasta la comunicación de servicios médicos, una agencia especializada comprende a fondo las sutilezas que marcan la diferencia en la presencia online de una clínica.

Además, la audiencia de una clínica tiene expectativas particulares en términos de accesibilidad, confiabilidad y empatía. El conocimiento y la experiencia en estos aspectos permite a la agencia adaptar estrategias de diseño, contenido y comunicación que resuenan de manera única con los visitantes de la página web. No se trata solo de mostrar información, sino de hacerlo de una manera que inspire confianza, respete la privacidad y comunique efectivamente los valores de la clínica.

Otro punto clave es la sensibilidad inherente a la prestación de servicios de salud. Los expertos en el sector de la salud comprenden la importancia de transmitir un enfoque humano y empático a través de la página web. Esto va más allá de la presentación de información médica; implica contar historias de éxito de pacientes, proporcionar testimonios que resalten la calidad de la atención y crear un ambiente en línea que refleje la calidez y cuidado asociados con la atención médica.



En Ramabaya nos destacamos como expertos en marketing digital para clínicas del sector salud. Contamos con una trayectoria sólida trabajando con profesionales de diferentes áreas médicas, lo que nos otorga un profundo entendimiento del mercado y las necesidades específicas de los diversos pacientes.


Te ofrecemos un servicio personalizado que no solo impulsa tu presencia online, sino que también asegura una adaptación completa a las particularidades de tu negocio, garantizando resultados en tu estrategia de marketing digital para conseguir más pacientes.

NO TE PIERDAS NUESTROS TRABAJOS EN EL SECTOR:



¡ASEGURA EL ÉXITO DE TU PÁGINA WEB!


CONTACTA CON NOSOTROS

 620 017 603

 info@ramabaya.com

ramabaya
marketing de salud 



620 017 603 

ramabaya.com 

info@ramabaya.com 