

eBook

# Cómo gestionar las opiniones en Internet

Aprenda a promocionarse con las opiniones de sus pacientes.



# Índice de contenidos

1. ¿Por qué debe dar relevancia a las opiniones?
2. ¿Cómo es el paciente 3.0?
3. ¿Cómo buscan y eligen los pacientes a un profesional de la salud?
4. ¿Qué influye en las opiniones de los pacientes?
5. Utilizar las opiniones para construir y mejorar su reputación profesional.
6. ¿Puede una opinión negativa dañar su imagen profesional?
7. ¿Cómo obtener más opiniones?
8. Claves para responder comentarios de pacientes en Internet.

# Introducción

En la era de Internet y el mundo interconectado, las opiniones de otros usuarios se han convertido en uno de los recursos más utilizados por los internautas, independientemente de la temática. Y es que antes sólo podíamos conocer la experiencia o la valoración de amigos, familiares o conocidos. Sin embargo, ahora es posible encontrar opiniones sobre cualquier producto o servicio gracias a Internet. ¿Qué mejor forma de conocer un producto que el boca a boca de toda la vida, pero multiplicado por millones de usuarios?.

**¿Quién no ha consultado alguna vez las reseñas de un hotel o un restaurante antes de decidirse a hacer una reserva?** Lo mismo ocurre al hacer una compra online de algún producto: primero queremos ver imágenes u opiniones sobre dicho producto e incluso del vendedor que lo comercializa para ver si podemos confiar en ese producto o comerciante. Si hablamos de inmuebles, el proceso es el mismo, antes de comprar o alquilar una vivienda queremos disponer del máximo de información y ver fotografías para poder decidir o descartar de entre todas las opciones.

# Introducción

A la hora de buscar información sobre salud o especialistas médicos, los usuarios también se guían a través de las imágenes, los datos que incluyen los profesionales y, por supuesto, de las opiniones escritas por otros pacientes.

En el ámbito sanitario, hemos observado que todavía hay especialistas reacios a recibir opiniones abiertamente en Internet ya que supone una exposición que, según creen algunos, podría empeorar su imagen pública. Sin embargo, aprender a gestionar todo tipo de comentarios ya sean positivos o negativos, puede convertirse en una oportunidad para mejorar su reputación.

En Doctoralia, nos tomamos muy en serio las reseñas de los usuarios y trabajamos diariamente para revisar todas las que nos llegan. El fin de la revisión es poder **verificar que se cumplen las [directrices de publicación](#)**, ya que no somos el canal adecuado para publicar, por ejemplo, quejas o comentarios sobre mala praxis médica.

A lo largo de esta guía, desarrollaremos todos estos temas.

# ¿Por qué debe dar relevancia a las opiniones?

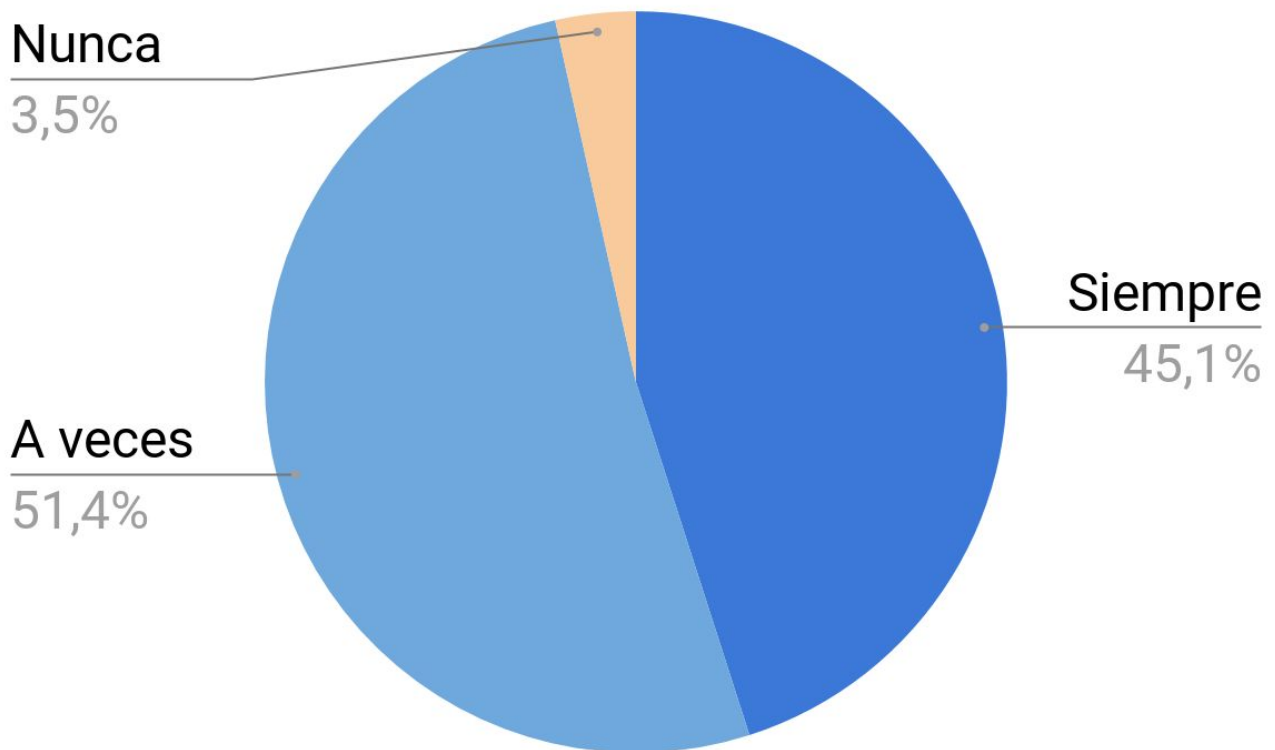
Como ya hemos visto, siempre ha sido importante tener referencias de un producto o servicio antes de adquirirlo, pero dichas referencias estaban limitadas al hecho de conocer a alguien que ya lo hubiera probado o recibir una recomendación. Sin embargo, en la era digital, es posible conocer la opinión y valoración de personas de cualquier parte del mundo sobre prácticamente cualquier cosa.

Las nuevas generaciones ya son nativas digitales y **confían en lo que encuentran en la red**. Un único comentario o la fusión de varias opiniones pueden marcar la diferencia entre una compra/reserva o no.

Según los datos de un estudio realizado por el [Observatorio sobre hábitos en eCommerce elaborado por Trusted Shops y Alpha Research](#), el **95% de los usuarios de Internet se guían por las opiniones** a la hora de tomar una decisión sobre un producto o servicio.

# ¿Por qué debe dar relevancia a las opiniones?

Del total de este porcentaje, un 45% reconoce que siempre busca las opiniones de otros usuarios, mientras que un 51% lo hace con menos frecuencia y tan sólo un 3,5% no las busca activamente.



# ¿Cómo es el paciente 3.0?

El **paciente 3.0** hace referencia a un tipo de usuario que **no sólo busca activamente información sobre salud sino que también busca interacción.**

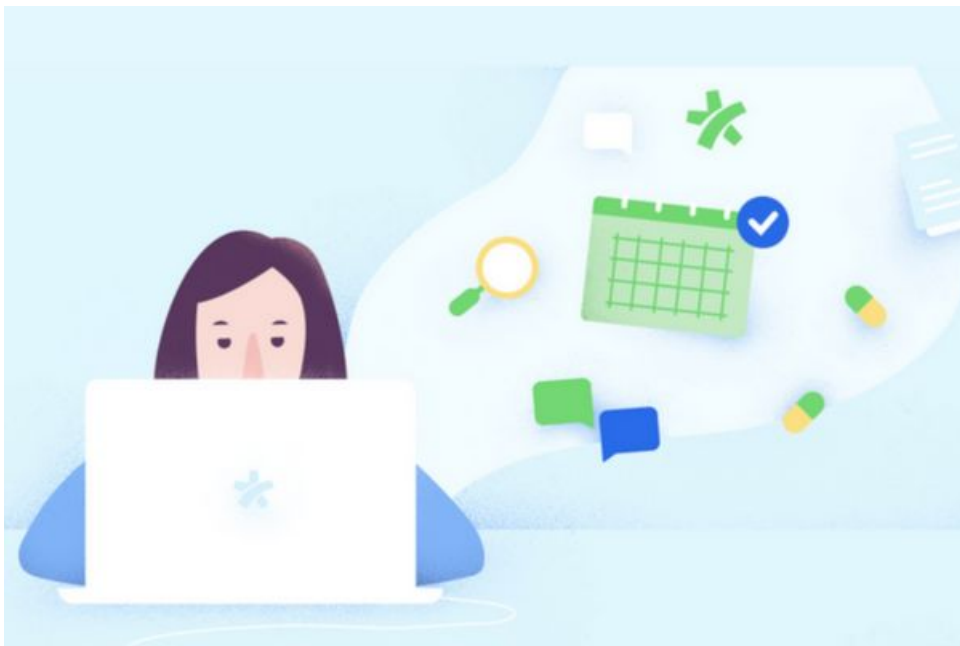
Se trata de un tipo de paciente que se guía a través de la red, que confía en aquello que ve y que sabe discriminar la información relevante de aquella que no lo es. El paciente 2.0, en cambio, se limitaba únicamente a buscar información, sin buscar más interacción que la mera lectura.

La nueva generación de pacientes espera encontrar, además de información, **servicios que le ayuden a agilizar gestiones como reservar una cita o hacer una consulta médica** para que le respondan especialistas expertos en el tema.

El último [estudio sobre pacientes realizado por Doctoralia](#) revela que el perfil del paciente 3.0 es muy específico y responde a las siguientes características:

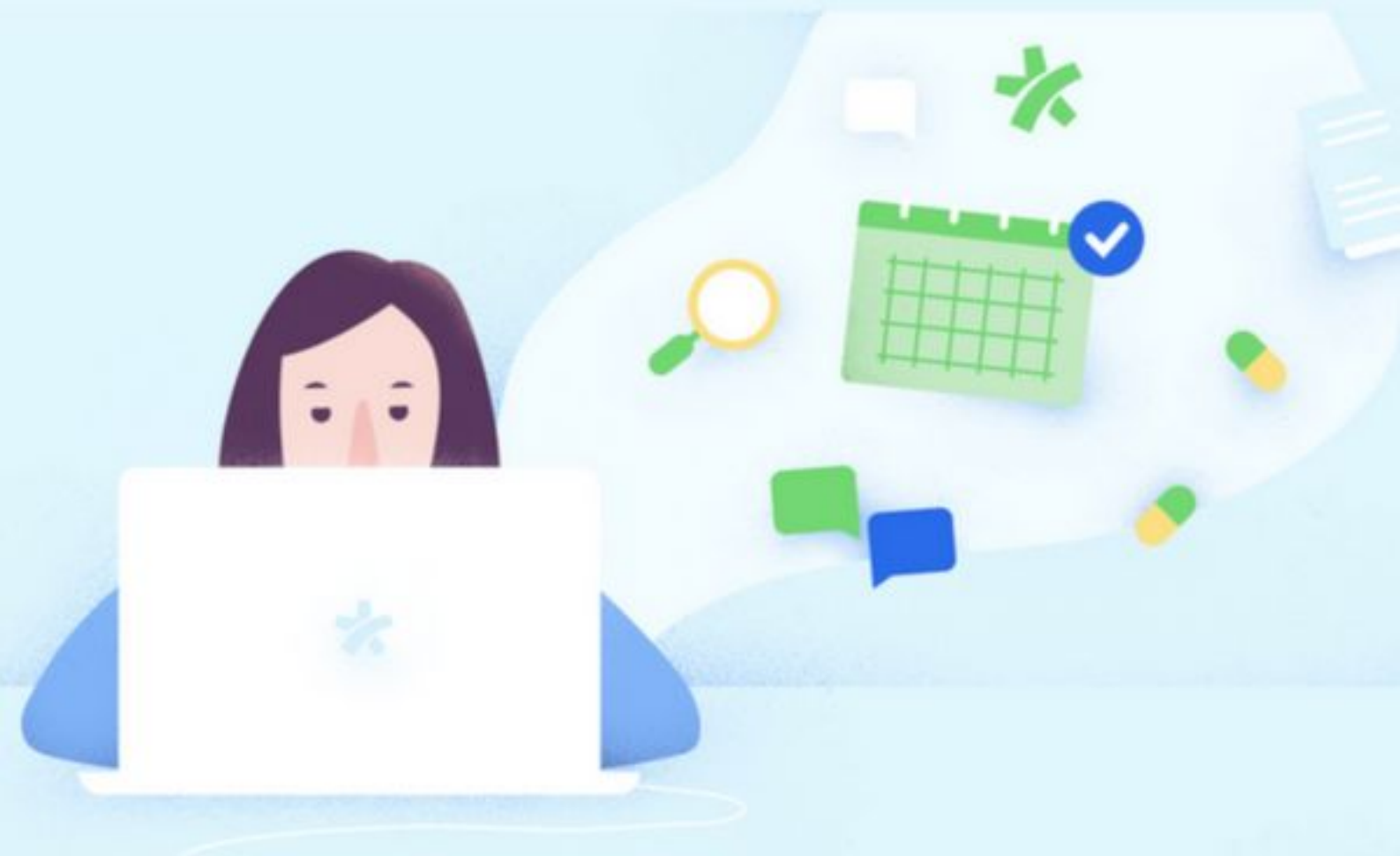
# ¿Cómo es el paciente 3.0?

El perfil general es el de una **mujer de entre 25 y 34 años** con actividad laboral, que **utiliza Internet de forma habitual** tanto desde un ordenador como desde dispositivos móviles. Busca concertar una cita con una antelación de 1 a 5 días respecto a la fecha de la consulta.



Entre los resultados del estudio, también se extrae información sobre el porcentaje de las valoraciones a los especialistas. **El 93% otorgó una valoración de cinco estrellas** (“muy buena”), por lo que vemos que generalmente los usuarios que publican sus comentarios y opiniones en Doctoralia lo hacen al estar realmente satisfechos.





## El paciente 3.0

- ✓ Mujer de 25 a 34 años con actividad laboral
- ✓ Utiliza Internet de forma habitual
- ✓ Concierta cita con antelación de 1 a 5 días
- ✓ Se guía por las recomendaciones de otros
- ✓ Valora la visita de forma positiva

# ¿Cómo buscan y eligen los pacientes a un especialista en Internet?

La forma de buscar un especialista de salud en Internet por parte de los usuarios es sencilla y muy similar a lo que hacemos todos cuando buscamos cualquier tipo de información, servicio o producto en la red:

## Fase 1. Búsqueda.



En este primer paso, dependerá de si el usuario ha recibido algún tipo de recomendación por parte de un conocido. Si ese es el caso, escribirán el nombre del especialista directamente en el buscador.

En caso de no buscar a nadie en concreto, es decir, que necesitan un profesional de una especialidad o un experto en una enfermedad o un tratamiento determinado, la búsqueda se llevará a cabo mediante criterios más genéricos como la especialización y la ubicación. Por ejemplo: “alergólogo Valencia”.

# ¿Cómo buscan y eligen los pacientes a un especialista en Internet?

## Fase 2. Comparar

Al hacer una búsqueda tan genérica como la recién mencionada, **¿cómo podemos discernir entre un especialista u otro?**

¿Qué decantará la balanza entre su perfil y el de otro especialista?



Imagínese dos perfiles aparentemente iguales, misma especialidad, misma zona, horarios de consulta similares...

¿Cómo un usuario discrimina entre un perfil u otro si no se ha visitado con ninguno de los dos? Según los datos que hemos visto sobre la relevancia de las opiniones, el primer perfil que consultará será el que tenga más comentarios.

De esta forma, tendrá más datos para tomar una decisión. Es decir, **comparamos experiencia, horarios y opiniones con tal de llevar a cabo la mejor elección.**

# ¿Qué influye en las opiniones de los pacientes?

Existen varios factores que influyen a la hora de que los pacientes se formen una opinión u otra tras una visita con un especialista. A continuación, con los datos extraídos de Docplanner y Doctoralia en el último año, hemos establecido una clasificación algunas de las **acciones que más suelen comentar los usuarios en las opiniones de Doctoralia.**

## Comunicación con el paciente

- ✓ Mostrar respeto por los pacientes.
- ✓ Lenguaje sencillo.
- ✓ Prestar atención.
- ✓ Dedicar tiempo.
- ✓ Aportar explicaciones.



## Conocimientos y experiencia

- ✓ Explicar tratamientos/enfermedades.
- ✓ Recomendar páginas web de referencia.



# ¿Qué influye en las opiniones de los pacientes?

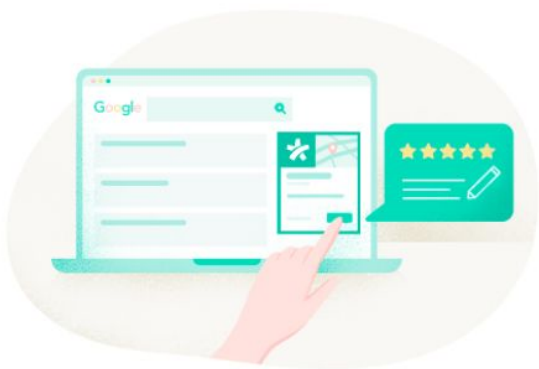
## Compromiso

- ✓ Ser accesible.
- ✓ Respetar las horas acordadas con los pacientes.
- ✓ Ofrecer diferentes vías de contacto después de la visita.
- ✓ Puntualidad.



## Atributos adicionales

- ✓ Limpieza de la consulta.
- ✓ Ofrecer servicio de reserva online de cita.
- ✓ Atención en recepción.



# Utilizar las opiniones para construir y mejorar su reputación profesional

Hemos visto la importancia de las valoraciones a la hora de buscar en Internet y tomar decisiones y cuáles son los aspectos que influyen a la hora de dejar opiniones en Internet.

Nos basamos en los comentarios de otros usuarios para elegir un restaurante, un libro, una película... y lo hacemos como algo natural, confiando en personas que no conocemos directamente.

En muchos sectores, **las empresas ya han tomado conciencia del valor de este tipo de contenido y lo utilizan para conseguir nuevos clientes.** ¿Recuerdan haber visto algún tipo de publicidad en el que hablan los propios clientes? En publicidad, es algo que se lleva años haciendo. Sin embargo, al ser anuncios, no confiamos. Por el contrario, cuando vemos un producto o perfil online, sabemos que las opiniones las han escrito los usuarios reales, de forma voluntaria para guiar a otros internautas a tomar la mejor decisión.

# Utilizar las opiniones para construir y mejorar su reputación profesional

Si nos fijamos en los [datos extraídos del Observatorio sobre hábitos en eCommerce elaborado por Trusted Shops y Alpha Research](#), vemos la influencia que tienen las opiniones en los usuarios. **Leer opiniones positivas influye en el 58,7% de los usuarios**, mientras que las opiniones negativas afectan al 16% y, por último, el 25,3% restante, reconoce que leer opiniones no le afecta para decantar la balanza ni en un lado ni en otro, independientemente de que los comentarios sean positivos o negativos.



Influencia  
58,7%  
usuarios



Influencia  
16% usuarios



Influencia  
25,3%  
usuarios

# ¿Puede una opinión negativa dañar su imagen profesional?

Una opinión negativa individual no afecta a la imagen de un especialista, de hecho, **pueden generar el efecto opuesto si se gestiona correctamente.**

Hemos analizado los datos de los profesionales registrados en Doctoralia y el 80% de las visitas se realizan a perfiles con al menos un resultado negativo entre las opiniones. Citando a Stephen Hawking, “Una de las reglas básicas del universo es que nada es perfecto. La perfección, simplemente no existe”. Hacemos referencia a esta cita puesto que es algo que todos tenemos asumido, por lo que acostumbramos a desconfiar cuando algo parece “perfecto”. El hecho de **que haya opiniones de todo tipo, genera credibilidad en el perfil.**



# ¿Cómo conseguir más opiniones?

Conseguir opiniones de pacientes puede resultar una tarea compleja ya que a muchos especialistas, les resulta violento solicitar a los pacientes que opinen sobre la visita en Internet. Por este motivo, recomendamos potenciar las opiniones de formas diversas:



## **Panfletos o carteles en la consulta.**

Indicar de forma visual que es miembro de Doctoralia y que pueden dejar opiniones en su perfil, hará que los pacientes conozcan esta posibilidad sin necesidad de que usted lo indique.

**Google.** Si usted tiene activa una ficha en Google en la que aparece su consulta médica, los usuarios pueden encontrarle y dejar opiniones en Google. Estas opiniones no se pueden eliminar, tan sólo se pueden responder siempre y cuando haya reclamado la ficha de su consulta.



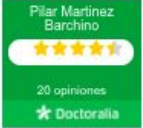

# ¿Cómo conseguir más opiniones?

**Encuestas post-visita.** Existen diversas herramientas que le pueden ayudar a conocer la opinión de sus pacientes tras la consulta. Proponemos como ejemplo [Typeform](#) y [SurveyMonkey](#), ambas de uso gratuito y muy sencillas de manejar. Pueden elaborar encuestas más o menos complejas en función de la información que quieran extraer. Por ejemplo, si recientemente han cambiado de ubicación o instalaciones y quieren conocer la opinión o recibir sugerencias

**Widget Doctoralia.** Un Widget es un pequeño complemento que se añade en su web o blog para mostrar una información específica. En el apartado “Promocionar mi perfil”, encontrará la información sobre cómo añadir los diferentes Widgets que le ofrecemos para incluir en su página web.

## Recursos Doctoralia para su web

Añada módulos, enlaces y funcionalidades Doctoralia en su web

Módulo de valoraciones	Icono Doctoralia para su web
<p>Muestre las valoraciones de sus pacientes en su web</p> <p><a href="#">Saber más</a></p> 	<p>Enlace su perfil de Doctoralia desde su página web</p> <p><a href="#">Saber más</a></p> 

# ¿Cómo conseguir más opiniones?

Uno de los Widgets sirve para que los pacientes puedan acceder a su perfil de Doctoralia; el otro, es para que sepan que pueden dejar opiniones sobre usted, de modo que aumentará las posibilidades de que le dejen opiniones.

**Google Alerts.** Si quiere saber qué se dice de usted en Internet (en Google, concretamente), puede crear avisos a través de la herramienta gratuita 'Google Alert', sólo tendrá que indicar qué avisos quiere recibir eligiendo las palabras clave. Por ejemplo, podría ser su nombre y su apellido o su título y su apellido. Ejemplo: *Juan Pérez, Doctor Pérez, Doctor Juan Pérez*. De esta forma, cuando se genere cualquier mención que contenga estas palabras, recibiría un aviso en su correo electrónico para notificarle la coincidencia.

**Agenda de Doctoralia.** El software de gestión de Doctoralia ofrece la posibilidad de enviar un email a los pacientes recordándoles que pueden dejar una opinión en su perfil. De esta forma, en cuanto acaba una visita, se envía automáticamente el recordatorio.



# ¿Cómo conseguir más opiniones?

Además, con el software de gestión de Doctoralia, con tal de mejorar la experiencia del paciente antes de realizar la visita, también se le enviarán avisos con la información de la visita que tiene pendiente de realizar. [Haga clic aquí si quiere saber cómo funciona este servicio.](#)



# Claves para responder a todo tipo de opiniones

En ocasiones resulta difícil responder a los comentarios de los usuarios en la red, ya que tememos que la respuesta pueda ser mal interpretada y, en muchos casos, se opta por dejar sin atender la opinión, independientemente de que sea buena o mala.

Lo primero que debemos tener en cuenta es que los usuarios que escriben comentarios sobre usted como profesional de la salud lo hacen con el fin de relatar a otras personas su experiencia. Ya sea para recomendarle o advertir de que ha estado mucho tiempo en la sala de espera. Ese paciente ha dedicado unos minutos de su tiempo a escribir sobre usted y por este motivo, creemos que es una buena práctica mostrar respeto por todos aquellos comentarios, otorgándoles una respuesta. A continuación vamos a ver los diferentes casos a los que puede enfrentarse un profesional de la salud.

# Claves para responder a todo tipo de opiniones

**Agradecimiento.** Una opinión positiva siempre es motivo de alegría. Además, es una gran oportunidad para mostrar interés y respeto por sus pacientes. Tan solo agradecer las amables palabras del usuario es suficiente para proyectar la imagen que comentábamos.

**Críticas constructivas.** En ocasiones, podemos encontrar comentarios que no nos agradan del todo ya que pueden ser críticos con algún aspecto de nuestra consulta o atención. Es algo inevitable pero, como hemos mencionado anteriormente, aporta credibilidad a su perfil. En una situación así, lo recomendable es mostrar su punto de vista desde el máximo respeto hacia el paciente. Incluso, si encontrase en la red alguna opinión irrespetuosa o expresada de forma grosera, le aconsejamos que mantenga la calma y responda con respeto, algo que rebajará el tono negativo del comentario. De esta forma, **puede salir fortalecido de la situación** y mejorar su imagen profesional.

# Claves para responder a todo tipo de opiniones

**Profesionalidad en duda.** En algunos foros o plataformas es posible comentar sin ningún tipo de filtro ni verificación de la información que ahí se aporta. ¿Ha encontrado algún comentario en el que un paciente tiene dudas sobre el diagnóstico o el tratamiento? Como en el caso anterior, recomendamos atender al usuario de forma objetiva y respetuosa sin entrar en detalles.

**Polemizar.** Imagine que un paciente escribe creando dudas sobre su profesionalidad o su diagnóstico. Usted sabe al 100% que está en lo correcto. En ese caso, responder de forma comprensible para todos los usuarios le dará la oportunidad de reafirmarse en su campo de estudio y profesión.

# Claves para responder a todo tipo de opiniones

**Evitar enfrentamientos verbales.** Aunque encuentre opiniones falsas o procedentes de un competidor deshonesto o bien valoraciones ofensivas con las que no está de acuerdo, evite a toda costa el enfrentamiento. En estos casos, más vale responder y llevar al paciente al terreno privado que mantener el diálogo en público. Esto es aplicable especialmente en las redes sociales, que tiene la posibilidad de enviar mensajes privados a los usuarios y responder en público de forma genérica para mostrar interés en solucionar o comentar el tema.

**Opiniones negativas.** Como hemos dicho anteriormente, son una oportunidad de dar credibilidad a su perfil, de mostrar interés por mejorar, interés por sus pacientes y, en conjunto, hacen que usted se vea como un profesional comprometido con su labor.



# Conclusiones

Como hemos visto, las opiniones en Internet son, hoy en día, un factor diferencial en todos los sectores. En consecuencia, recomendamos potenciar este apartado tanto en su perfil de Doctoralia, como en su página web y redes sociales.

Cuidar su imagen mostrando respeto y agradecimiento por todo tipo de comentarios es también una práctica que le ayudará a mejorar su reputación online ya que los usuarios percibirán que se interesa por lo que dicen sus pacientes.



## OTROS CANALES PARA ESPECIALISTAS



Puede contactar con nosotros en: [marketing@doctoralia.com](mailto:marketing@doctoralia.com)