



Guías para
testimonios
y reseñas de
5 estrellas



Las reseñas y los testimonios de los pacientes son una de las herramientas más poderosas y convincentes de su arsenal de marketing.

clearcorrect
A Straumann Group Brand

La investigación de Mckinsey y Engagement Labs ha demostrado que las reseñas influyen en el 90 % de las decisiones de compra.

Piense en el último restaurante, vacaciones u hotel que haya reservado. ¿Miró primero las reseñas en línea? A menudo, una única reseña elogiosa o un testimonio con carga emocional es mucho más eficaz que incluso el patrón de ventas más refinado.

Y una diferencia de una estrella, o incluso media estrella, puede ser todo lo que necesitan los pacientes para elegir a su competencia.

Para conseguir testimonios y reseñas elogiosos y con carga emocional y valoraciones de 5 estrellas, ¡debe pedirselos!

Aunque pedir reseñas puede resultar incómodo o con fines de autopromoción, la verdad es que a la mayoría de las personas les encanta compartir sus opiniones: solo necesitan un empujón.

En esta guía, echaremos un vistazo a algunas de las estrategias que puede utilizar para crear una biblioteca de reseñas y testimonios convincentes para convertir a los pacientes a través de su sitio web, en materiales promocionales y en las redes sociales.

Averiguaremos cómo crear testimonios profesionales en video sin gastar miles de dólares en equipos de vídeo, y veremos cómo puede usar las historias para generar confianza, demostrar su experiencia y atraer a más pacientes.

Estrategia: ¿a quién pedirlo?

En primer lugar, decida a qué pacientes pedirá una reseña. La respuesta obvia es a aquellas personas que han completado un tratamiento ClearCorrect. Pero ¿por qué esperar hasta que finalice el tratamiento?

- ★ ¿Qué pasa con los pacientes que tienen una consulta positiva y le dicen: “Ha sido la consulta más exhaustiva que he tenido nunca. ¡Muchas gracias!”.
- ★ ¿Qué le parece preguntar a los pacientes en medio del tratamiento que han expresado su grado de satisfacción con los resultados y el servicio hasta ahora?
- ★ A continuación, hay pacientes diarios fieles que asisten a revisiones periódicas y citas de higiene: los candidatos perfectos para solicitar reseñas.
- ★ Si tiene una reunión del equipo o una reunión todas las mañanas, esta es una oportunidad perfecta para comentar a qué pacientes pedirá una reseña ese día.

Mire todos los pacientes de la lista del día y decida a quién pedirá una reseña y qué miembro del equipo debe ser responsable de pedirla.

¿Quién debería pedirla?

La mejor persona para pedir una reseña es aquella del equipo que tiene la mejor relación con el paciente. Podría ser un odontólogo, recepcionista o higienista.

Es un esfuerzo en equipo, ¡y todos los miembros de su equipo deben sentirse cómodos pidiéndolas! Comience revisando su lista de citas en una reunión matutina o emparejando a los pacientes con los miembros del equipo para empezar a crear su colección de reseñas irresistibles de 5 estrellas.

¿Cómo debe pedirla?

Bastará un mensaje de texto o un correo electrónico enviado a través de su plataforma de CRM, pero puede parecer un poco impersonal. Nada supera esa interacción personal cara a cara.

Comience con una conversación positiva

- 💬 Pida al paciente comentarios generales sobre sus resultados o el servicio que ha recibido, y espere una respuesta positiva.

“Sr. Smith, parece que su tratamiento va bien.
¿Cómo ha sido su experiencia con nosotros hasta ahora?”.

“Está yendo muy bien, gracias. Ahora estoy mucho más contento”.

“Gracias por darnos la oportunidad de cuidar de su sonrisa hoy.
¿Todo ha sido como se esperaba?”.

“Ha sido increíble, Lisa es estupenda y siempre hace un gran trabajo con mis dientes”.

Después, pregunte...

- ✓ Cuando solicite una reseña, diga a los pacientes qué ganan con ello, en lugar de centrarse en cómo ayudará a su empresa o cómo mejorará sus clasificaciones en Google. Los pacientes responden mejor cuando sienten que podrían inspirar a otros o ayudarlos a comprender el proceso, la atención o el servicio.

“Creo que su historia inspiraría a los demás.
¿Le importa que le pida un pequeño favor?”.

“Hablo con muchos pacientes que no parecen seguros del servicio que ofrecemos y, si oyeran lo que usted tiene que decir, creo que les ayudaría a entender nuestro nivel de atención”.

“Lo que más me gusta de mi trabajo es oír comentarios positivos sobre la diferencia que marcamos. ¿Se sentiría cómodo escribiendo una breve reseña en Google sobre su experiencia?”.

- ✓ Preguntar a los pacientes si se sienten cómodos dándoles una reseña es una forma estupenda de iniciar la conversación, especialmente si no está seguro de cuál podría ser su respuesta. Le da al paciente una oportunidad de echarse atrás y decir que no.

Hágales saber que está esperando...

“Muchas gracias. Estoy deseando verlo en línea. Una de las partes más gratificantes de mi trabajo es ver a los pacientes compartir sus historias de éxito con los demás”.

“Estaré atento a su reseña, Sr. Smith”.

Insista cuando esté en caliente y seguimiento

En cuanto su paciente sale de la consulta, su reseña de Google ya no es su prioridad. El mejor enfoque es convencerlo para que deje la reseña usando su teléfono mientras está con usted en la clínica.

Ayude a los pacientes a encontrar su lista de reseñas

Puede realizar un seguimiento enviando un mensaje de texto o un correo electrónico a su paciente un enlace en el que se puede hacer clic y que le lleve directamente a su lista de Google. También puede crear una tarjeta de visita con un código QR que se puede escanear. A continuación, realice un seguimiento una semana más tarde con una llamada amigable o un mensaje de texto personalizado.

¡Dé las gracias!

Si un paciente le deja una reseña, asegúrese de responder en la plataforma y agradecerse. También debe darles las gracias en persona.

Comparta sus reseñas

No olvide compartir reseñas pertinentes con posibles pacientes en consultas o por correo electrónico cuando estén explorando opciones de tratamiento.

También puede crear publicaciones en redes sociales basadas en sus reseñas a medida que las recibe. Asegúrese de encontrar un lugar destacado en la página de inicio de su sitio web para resaltar una pequeña selección de sus revisiones favoritas. Incluso puede crear una página web exclusiva para testimonios en vídeo en su sitio web.

No solo a los pacientes les encanta ver historias de éxito. Compartir capturas de pantalla de reseñas positivas en sus grupos de chat internos es una forma excelente de mejorar la moral del equipo.



SMS:

“Hola, Sr. Smith, soy Joanne, de la clínica dental. Supongo que ha estado ocupado, pero si hoy tiene un momento para dejarme esa reseña, me alegrará el día”.

Llamada:

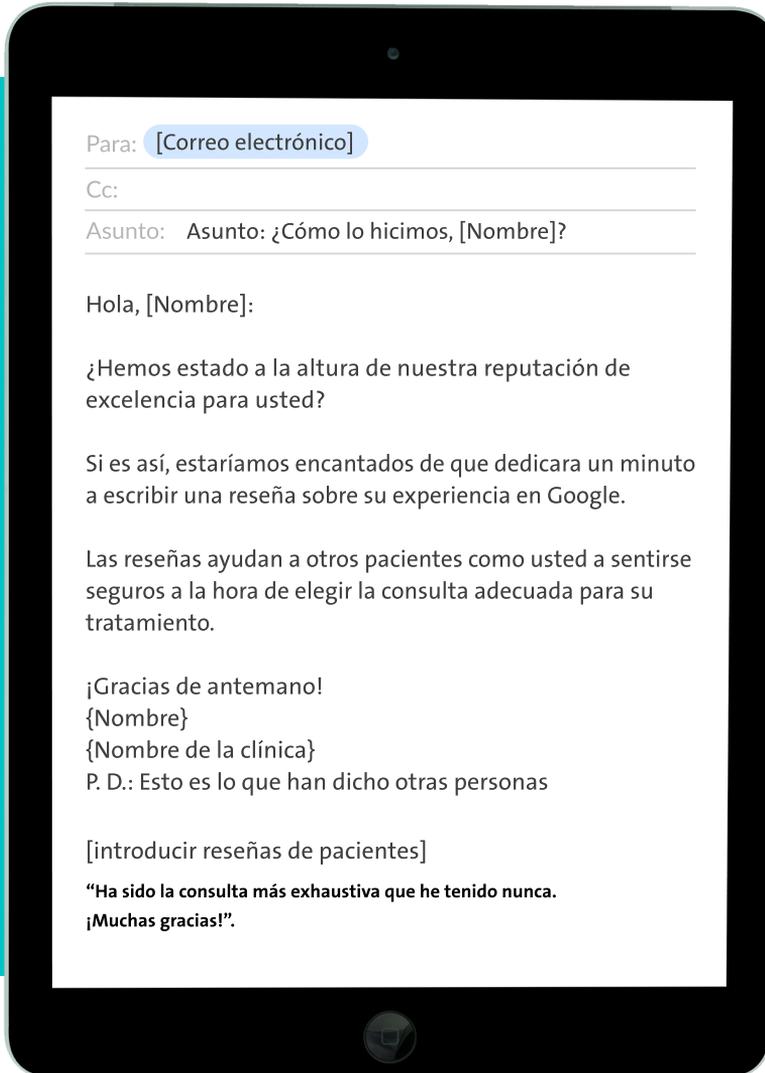
“Hola, Sr. Smith, ¿cómo está? Soy Joanne, de la clínica dental. Estaba deseando leer su reseña, pero noté que aún no se había puesto. Muchos pacientes me han dicho que han tenido problemas con Google que no publica sus reseñas. ¿Ha notado lo mismo?”.



- Este enfoque le permite realizar un seguimiento útil sin ejercer demasiada presión. El paciente se inclinará más por dejar una reseña si hace un seguimiento.

Utilice esta plantilla de correo electrónico para solicitar una reseña

El envío de correos electrónicos a los pacientes es una forma eficaz de acumular sus reseñas, especialmente con los pacientes que han asistido de forma habitual durante muchos años.



Incluir otras reseñas proporciona a sus pacientes un punto de partida e inspiración, para que no empiecen desde cero.

Obtención de testimonios en vídeo

Los dos elementos más importantes de un buen testimonio en vídeo son la luz y el sonido. Asegúrese de grabar testimonios en una habitación bien iluminada y, si es posible, utilice un micrófono de solapa para captar un sonido más nítido. Hay muchos micrófonos adecuados para grabar testimonios que se pueden encontrar en Amazon a un precio razonable.

No necesita un equipo sofisticado

El uso de un teléfono para grabar testimonios en vídeo significa que puede captar eventos y emociones sinceros a medida que se producen, mientras que configurar una cámara profesional y la iluminación de tres puntos puede arruinar el momento. Cuando haga un vídeo, intente fijar su teléfono en un simple Se aplica el mismo enfoque al pedir a los pacientes testimonios en vídeo.



“Sr. Smith, me encantaría grabar su historia con la cámara. Creo que inspiraría a otros pacientes interesados a actuar. ¿Se sentiría cómodo grabando un breve testimonio en vídeo?”

Selfies en redes sociales

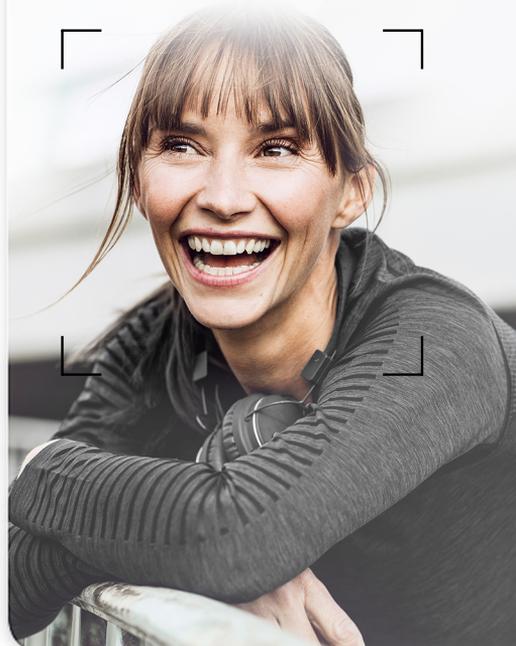


Si un paciente hace una fotografía de su sonrisa o se hace un selfie con un dentista, pídale que etiquete a su clínica y a su odontólogo cuando la publique en su canal de redes sociales. Esta es una forma excelente de conseguir exposición a más posibles pacientes.

Encuadre

Coloque la cámara a la altura de los ojos para grabar la cabeza y los hombros del sujeto, dejando suficiente espacio alrededor de su silueta para ampliar o modificar el tamaño del vídeo si es necesario.

Haga tomas tanto horizontales como verticales, si es posible. Pero si no es posible, piense en dónde se utilizará su vídeo. Para redes sociales, use vertical. Para su sitio web de la consulta o YouTube, utilice horizontal.



¿Qué preguntas debería hacer?

No utilice un guion estricto. Mantenga la conversación de forma natural y haga algunas preguntas sobre su trayectoria; divídalas en detalles de antes, durante y después del tratamiento. ¡Haga preguntas breves!

Las siguientes preguntas de ejemplo tienen como objetivo estimular una conversación que vaya en diferentes direcciones con cada paciente; no dude en hacer cualquier pregunta relacionada como si estuvieran charlando mientras toman café.

Antes de su experiencia con nosotros

- ¿Cómo nos conoció?
- ¿Qué le impedía hacer su nueva sonrisa?
- ¿Por qué nos eligió?

Durante su experiencia con nosotros

- ¿Cómo fue su consulta inicial?
- Describe el tratamiento, ¿tuvo dolor?
- ¿Qué pensó del equipo y del servicio de atención al cliente?
- ¿Qué pensó de los alineadores?
- ¿Los alineadores eran transparentes o visibles?

Después de su experiencia con nosotros

- ¿En qué se diferencia tu vida ahora? ¿Qué ha cambiado?
- ¿Nos recomendaría a sus amigos?
- ¿El dinero invertido en el tratamiento mereció la pena?

Resumen

Describe su tratamiento con ClearCorrect con una sola frase.

¿Qué ocurre con el consentimiento?

La forma más sencilla de obtener el consentimiento para un testimonio en vídeo es grabarlo. Asegúrese de guardar los permisos grabados en un lugar seguro de su ordenador.

“¿Le parece bien que utilicemos este testimonio en vídeo en nuestro sitio web, en nuestra sala de espera y en todos nuestros canales de redes sociales, incluidos Facebook, Instagram, TikTok y YouTube?”