

VITALDENT

Hemos tenido la oportunidad de recoger el testimonio de Pedro Reoyo, director de Marketing y a Alberto Albert, manager Marketing Digital, en Grupo Vitaldent sobre la importancia que ha adquirido su estrategia digital a la hora de crear una experiencia del cliente óptima.

Desde cómo sus clínicas tratan todas las reseñas, a qué resultados les ha aportado su estrategia SEO, entre otros temas, ***Pedro y Alberto nos cuentan en detalle qué se necesita para que una estrategia digital, en un sector tan específico como la salud, tenga éxito.***

1/ Hola Pedro y Alberto, ¿podrías presentarnos y explicarnos qué funciones desempeñan dentro del Grupo Vitaldent?

Pedro (P): Yo soy Pedro Reoyo, director de Marketing en Vitaldent desde noviembre del 2019, y mi misión es mejorar la confianza de todos nuestros pacientes y acercar la odontología a todo el mundo. Además, soy un firme convencido de que la satisfacción provoca más satisfacción y es por ello que también buscamos compartirla, cuidarla y mejorarla: este sería mi gran objetivo con este trabajo.

Alberto (A): Yo soy Alberto, responsable del área digital de Marketing en Vitaldent y me incorporé a la empresa hace ya 3 años. Tras iniciar este nuevo proyecto de digitalización en Vitaldent, hemos visto cómo la visión de la compañía sobre el futuro de la odontología general ha cambiado. La digitalización nos permite acercarnos mucho más al local, tanto a las ciudades como los barrios, donde se encuentran nuestras clínicas.

2/ ¿Cuáles eran los problemas principales o dificultades que habéis podido encontrar en vuestro sector que os hayan empujado a emprender una estrategia digital?

P: La salud es un sector muy sensible a la reputación digital porque los pacientes necesitan tener confianza en nosotros y estar muy seguros de donde van a ir antes de ponerse en manos de un dentista. Venir a una clínica dental es una experiencia en la cual tienes que estar seguro y tener la certeza de que estás en manos de los mejores profesionales. Y con el trabajo sobre una reputación digital sólida era lo que queríamos conseguir, poner al paciente en el centro de nuestra estrategia, conociendo sus inquietudes, sus sugerencias y sus quejas a través de sus reseñas Google.

En resumen, queríamos conocer mucho mejor a nuestros pacientes. Y prueba de ello es que **hemos pasado de responder de un 7% de la reseñas a un 77% en los últimos 2 meses.**

3/ Recientemente hemos vivido un período muy complicado con la Covid-19, ¿como habéis afrontado la situación y de qué manera os ha podido ayudar a superar un proyecto digital como este?

P: Desde luego al inicio nos pilló desprevenidos. Recuerdo que el 13 de marzo por la mañana estábamos trabajando con cierta inquietud, y por la noche estábamos preparando un plan de crisis. Tuvimos que reaccionar muy rápido. Cerramos las clínicas por seguridad de los pacientes y equipos, y también pusimos de nuestra parte para ayudar a descongestionar los hospitales, por lo que nos apoyamos en Localoo para gestionar todos los cambios que llevamos a cabo como **cambios de horarios, cierres temporales de clínicas, apertura de algunas otras** y también **destacar qué servicios ofrecemos** y cuáles no. También tuvimos explicar que teníamos un servicio de “call center” activado con nuestros doctores.

Todo esto nos ayudó en este momento pero sobre todo, una vez fuimos abriendo paulatinamente nuestras clínicas, es cuando mayor partido hemos sacado, destacando los protocolos de seguridad que habíamos implantado en cada clínica Vitaldent para que los pacientes estuvieran completamente tranquilos y viniesen con total confianza.

4/ ¿Qué fue lo que os hizo decantaros por Localoo?

A: Se dieron dos cosas: por un lado la necesidad de Vitaldent de cubrir toda la parte local de las clínicas que en ese momento no estaba bien cubierta. Para nosotros era muy importante que los usuarios tuvieran toda la información de nuestros servicios y horarios en Internet ya que es donde consultan antes de dirigirse a nuestra clínicas.

Pedro me presentó esta propuesta, en interno valoramos otras, pero lo que nos ofrecía Localoo estaba por encima de las otras herramientas del mercado.

También era importante saber que por un lado la herramienta nos facilita gestionar la información general de la compañía pero que por otro, nos ayudara a que, desde cada clínica, se pudiera trabajar de manera individualizada.

Además a nivel técnico, la herramienta es muy intuitiva, muy sencilla y contiene mucha información. Al ver todo esto en conjunto hace que sea una herramienta “top”.

P: El acompañamiento es muy importante para que todo el mundo pueda utilizarla. Piensa que introducir una herramienta que nunca antes se había utilizado, inicialmente cuesta, y que todas las clínicas se hayan formado y que a partir de ahora tengamos que llevar a cabo protocolos para que nuestros equipos en nuestras clínicas se vayan formando, es algo que el acompañamiento nos aporta.

Por otro lado, quiero añadir que nuestro sector es un sector de proximidad, de personas, lo que significa estar en donde estén nuestros pacientes, y a partir de esta herramienta, gestionar más eficazmente desde el local, que es donde están nuestros clientes.

¿Quieres saber más?

[Encuentra el artículo completo aquí](#)