CASE STUDY DE PORTFOLIO

FisioVida

Diseñar una Transformación Digital Centrada en las Personas

Digitalizar el proceso, no la relación humana.

Proyecto grupal · Case de portfolio de Fábio Pires

Experiencia del Cliente · Estrategia Digital · SEO Local · Automatización · Optimización de Procesos



Los procesos manuales estaban limitando el crecimiento y la experiencia del paciente.

El reto de la transformación era operativo y comercial: reducir la fricción sin comprometer la atención humana.

RETO CENTRAL

El recorrido del paciente comienza online, pero la clínica todavía depende de citas telefónicas, registros en papel y seguimiento manual.

Esto genera pérdida de leads, poca visibilidad de los datos y escalabilidad limitada.

CUELLO DE BOTELLA EN LAS CITAS

La dependencia del teléfono impide conversiones fuera del horario de apertura.

FALTA DE VISIBILIDAD DE DATOS

Los registros en papel limitan la visibilidad sobre retención, ocupación y rendimiento de los servicios.

CRECIMIENTO PASIVO

Depender solo del boca a boca hace que el crecimiento dependa de terceros.

CARGA ADMINISTRATIVA

La comunicación manual reduce el tiempo disponible para una atención al paciente de mayor valor.

Definir el cambio antes de elegir la tecnología.

El proyecto tradujo el problema en tres objetivos prácticos de transformación.

100%

gestión clínica digital

90 días

Sustituir los registros en papel y activar las citas online.

+15%

objetivo de consultas mensuales

6 meses

Utilizar SEO local y reactivación de pacientes.

1

dashboard mensual

30 días después del software

Monitorizar ocupación, rentabilidad y retención.

Valor para el portfolio · Este case muestra cómo el marketing digital puede conectar adquisición, operaciones, experiencia y reporting de gestión.

El proyecto utilizó personas para evitar diseñar un recorrido genérico para todos los pacientes.

MARIANA MOREIRA · 56

Necesita confianza, continuidad y un proceso sencillo.

Fricción	Contacto telefónico, registros en papel y temor a perder citas.
Factor de confianza	Atención humana, organización, información clara y recordatorios.
Canales principales	Google, Facebook, WhatsApp y YouTube.

FRANCISCO SILVA · 30

Busca rapidez, evidencia técnica y cero burocracia.

Fricción	Llamadas, citas lentas y procesos que parecen anticuados.
Factor de confianza	Comodidad digital, evidencia, reseñas y claridad técnica.
Canales principales	Google, Instagram y reseñas online.

Implicación · La tecnología debe resultar sencilla para Mariana y suficientemente rápida para Francisco.

La tecnología es el medio, no la necesidad del paciente.

El JTBD aclaró los resultados emocionales y funcionales detrás de cada recorrido.

MARIANA RECURRE A LA CLÍNICA PARA...

Preservar la independencia

Quiere mantener un papel activo en la vida familiar sin sentirse perdida en procesos sanitarios desorganizados.

Papel de lo digital: recordatorios, historial digital y citas sencillas reducen la ansiedad asociada a la continuidad asistencial.

FRANCISCO RECURRE A LA CLÍNICA PARA...

Recuperar el rendimiento

Quiere minimizar el tiempo entre la lesión y la recuperación total, con claridad técnica y rapidez.

Papel de lo digital: citas 24/7, pago digital y datos de progreso eliminan burocracia.

Descubrir, reservar, recuperarse y volver con menos fricción.

El recorrido rediseñado conecta los puntos de contacto de marketing con las operaciones clínicas y la retención de pacientes.

01

DESCUBRIR

Google, Maps, redes sociales y reseñas

→

02

EVALUAR

Sitio web, fotos, pruebas y contenido técnico

→

03

RESERVAR

Reserva online o WhatsApp, disponible 24/7

→

04

EXPERIENCIA

Check-in digital y registro clínico

→

05

RECUPERARSE

Planes de ejercicios, recordatorios y seguimiento

→

06

VOLVER

Reactivación y apoyo de la comunidad

Cambio estratégico · Pasar de un recorrido fragmentado y dependiente del teléfono a una experiencia conectada, respaldada por sistemas digitales.

Construir el sistema en torno a la conversión y la continuidad.

El sitio web y el software clínico funcionan como núcleo operativo; los canales a su alrededor atraen, convierten y retienen pacientes.

SEO LOCAL

Google Business Profile + búsqueda local

SITIO WEB + SISTEMA CLÍNICO

Conversión · registros · citas · datos

WHATSAPP

Citas, recordatorios y reactivación

CONTENIDOS EN REDES SOCIALES

Autoridad, confianza y humanización

PAID MEDIA

Campañas Search y Meta por problema/persona

RESEÑAS

Prueba de confianza y visibilidad local

Principio del ecosistema · Cada punto de contacto reduce fricción, genera confianza o crea datos útiles.

El sitio web se convierte en el centro de conversión de la clínica.

El SEO local, las pruebas claras y las citas 24/7 reducen la distancia entre la necesidad sanitaria y la cita confirmada.



PRIORIDADES DE CONVERSIÓN

SEO LOCAL	Optimizar para búsquedas como fisioterapia en Viseu y pilates clínico en Viseu.
GOOGLE BUSINESS PROFILE	Mantener fotos, servicios y reseñas actualizados para reforzar la confianza local.
CITAS 24/7	Botón de reserva visible, con selección de profesional, hora y disponibilidad.
ÁREA DEL PACIENTE	El historial digital y los vídeos de ejercicios sustituyen el seguimiento fragmentado en papel.
ELEMENTOS DE CONFIANZA	HTTPS, fotos del equipo, tratamientos claros, FAQs y reseñas de pacientes.

Regla: sencillo para Mariana, rápido para Francisco.

El marketing no termina cuando se reserva la cita.

La automatización favorece la asistencia, la adherencia al tratamiento, la reactivación y la comunidad.

01

RECORDAR

Los recordatorios 24 h antes por WhatsApp o SMS reducen las ausencias.

02

APOYAR

Los vídeos de ejercicios y las instrucciones mantienen al paciente acompañado en casa.

03

REACTIVAR

Los pacientes inactivos reciben contenido útil y una invitación a una consulta de seguimiento.

04

COMUNIDAD

Grupos, directos y retos mantienen la relación activa más allá de la sesión.

Lógica de retención · Menos olvidos, menos fricción y más seguimiento crean una mejor experiencia del paciente y una clínica más predecible.

De la falta de visibilidad de datos al apoyo a la decisión.

Los registros digitales y el reporting del software transforman la actividad de los pacientes en información útil para la gestión.



LO QUE PASA A SER VISIBLE

OCUPACIÓN	**Por fisioterapeuta y franja horaria.**
RENTABILIDAD	**Por servicio o tipo de tratamiento.**
RETENCIÓN	**Pacientes que vuelven, inactivos o en riesgo.**
DEMANDA	**Origen de los leads y comportamiento de reserva.**
OPERACIONES	**Ausencias, cambios de cita y carga administrativa.**

Ritmo de gestión · 1 dashboard mensual revisado antes del 5.º día laborable.

Un recorrido por fases hacia un crecimiento moderno y centrado en las personas.

El roadmap prioriza la preparación operativa antes de escalar.

01 **DIGITALIZAR**

Implementar software clínico, citas online y registros digitales de pacientes.

02 **CONVERTIR**

Optimizar SEO local, confianza en el sitio web y flujos de reserva.

03 **NUTRIR**

Automatizar recordatorios, planes de ejercicios, seguimiento y reactivación.

04 **MEDIR**

Utilizar dashboards para gestionar ocupación, rentabilidad y retención.

LO QUE DEMUESTRA ESTE CASE

- Experiencia del cliente
- Transformación digital
- Mapeo del recorrido
- SEO local
- Automatización
- Planificación de la medición

EN SÍNTESIS La mejor transformación digital elimina la fricción alrededor de la atención humana.