

PROGRAMA DE FORMACIÓN · ETAPA 2



Temario del Curso

Programa de Marketing Clínico con Inteligencia Artificial, diseñado para médicos especialistas, generales, dentistas, veterinarios y wellness.

16 Módulos del Programa

Ruta completa de formación: de los fundamentos del marketing digital a la ejecución, medición y ajuste continuo de tu estrategia clínica.

01

Marketing desde Cero: Aprende los Conceptos Básicos

Fundamentos, embudo y el glosario que todo especialista debe dominar

03

Comencemos por Saber Quiénes Somos: Perplexity, Claude, ChatGPT, Gemini

El mapa del ecosistema de IA generativa y cuándo usar cada motor

05

¿Por Dónde Empiezo? Las 5 Claves para Generar tu Estrategia

Diagnóstico, objetivos SMART, segmentación, canales y medición

07

Construye tu Propia Marca: ¿Por Qué es Importante Tener una Marca Personal?

Autoridad clínica, storytelling y credibilidad como activos de marca

09

¿Cómo Puedo Convertir a la IA en mi Mejor Aliada?

Prompting estratégico y límites éticos del contenido generado por IA

11

El Método Disney (El Éxito de la Felicidad)

Experiencia del paciente, momentos mágicos y fidelización real

13

Gestión de Performance Ads

Meta Ads, Google Ads y la clave para superar los \$200K MXN/mes

15

Ciencia de Datos para Medir Resultados

KPIs, dashboards y atribución: de los datos a las decisiones

02

Marketing Médico para Especialistas

Ética, COFEPRIS y el ciclo de decisión del paciente de alta especialidad

04

¿Sobrinity Manager? El Riesgo de Improvisar tu Presencia Digital

Por qué improvisar tu marketing erosiona tu reputación profesional

06

Customer Journey del AI Persona

Del descubrimiento a la conversión: el mapa completo del paciente digital

08

Es Momento de una Estrategia de Marketing Digital

De publicar sin rumbo a una arquitectura integral y omnicanal

10

Agente Virtual (Automatización)

Agenda, confirmaciones y calificación de pacientes las 24 horas

12

Gestión de Redes Sociales

Pilares de contenido, métricas reales y límites éticos de publicación

14

ORCM: Online Reputation & Communication Management

Monitoreo de reputación y protocolo de respuesta ante crisis digitales

16

Reajuste de Estrategia

El ciclo de mejora continua y tu plan de seguimiento a 30/60/90 días

Mercanízate Al Clinical Marketing

01 Marketing desde Cero: Aprende los Conceptos Básicos

- Fundamentos del marketing: necesidad, deseo, demanda y propuesta de valor
- Las 4P al servicio de la salud: producto (servicio clínico), precio, plaza y promoción
- El embudo de conversión (funnel): de la impresión digital al paciente agendado
- Marketing, publicidad y ventas: por qué no son lo mismo y dónde empieza cada uno
- Glosario esencial del especialista: CTR, CPL, CPA, ROAS y KPI

02 Marketing Médico para Especialistas

- Particularidades del marketing en salud: ética médica, COFEPRIS y códigos de conducta
- El paciente como paciente-cliente: expectativas, confianza y confidencialidad clínica
- Marketing de especialidad vs. marketing generalista: por qué tu nicho redefine la estrategia
- El ciclo de decisión del paciente de alta especialidad: segunda opinión, urgencia y referidos
- Casos de uso comparados por especialidad (cardiología, dermatología, ortopedia, ginecología)

03 Comencemos por Saber Quiénes Somos: Perplexity, Claude, ChatGPT, Gemini

- Mapa del ecosistema de IA generativa: motores de lenguaje vs. búsqueda aumentada
- Perplexity: investigación clínica y de mercado en tiempo real, con fuentes verificables
- Claude: redacción clínica, precisión conversacional y manejo ético del contenido médico
- ChatGPT: ideación, automatización y prototipado rápido de contenido
- Gemini: integración con el ecosistema Google y análisis de datos multimodales
- ¿Cuál usar y cuándo? Criterios de selección según el objetivo de marketing

04 ¿Sobrinity Manager? El Riesgo de Improvisar tu Presencia Digital

- El mito del “sobrino que sabe de redes”: el costo oculto de la improvisación
- Community Manager, Growth Manager y Gestor de AI Persona: roles que no son intercambiables
- Por qué delegar sin estrategia erosiona tu reputación profesional
- Cómo construir o exigir un proceso con criterios profesionales, medibles y auditables

05

¿Por Dónde Empiezo? Las 5 Claves para Generar tu Estrategia

- Clave 1: Diagnóstico digital — auditoría honesta de tu presencia actual
- Clave 2: Definición de objetivos SMART aplicados a tu consultorio
- Clave 3: Segmentación de tu paciente ideal (tu AI Persona)
- Clave 4: Selección de canales y distribución inteligente del presupuesto
- Clave 5: Medición y ajuste continuo — el ciclo PDCA aplicado al marketing médico

06

Customer Journey del AI Persona

- Etapas del journey: descubrimiento, consideración, decisión y fidelización
- Puntos de contacto (touchpoints) digitales de un paciente de alto valor
- Automatización del journey con IA: calificación y nutrición de leads sin fricción humana
- Del lead frío al paciente agendado: mapa de conversión aplicado a tu especialidad

07

Construye tu Propia Marca: ¿Por Qué es Importante Tener una Marca Personal?

- Marca personal vs. marca del consultorio: cuándo separarlas y cuándo integrarlas
- Los pilares de tu marca: autoridad clínica, cercanía y consistencia
- Storytelling clínico: cómo comunicar resultados sin romper la ética médica
- Construcción de credibilidad: certificaciones, testimonios y prueba social

08

Es Momento de una Estrategia de Marketing Digital

- De la táctica aislada a la estrategia integral: por qué “publicar” no es suficiente
- Arquitectura de una estrategia: objetivos, canales, contenido, presupuesto y KPIs
- Calendario editorial y de campañas: la consistencia como ventaja competitiva
- Integración omnicanal: redes sociales, ads, WhatsApp Business, correo y agenda

09**¿Cómo Puedo Convertir a la IA en mi Mejor Aliada?**

- IA generativa aplicada a la creación de contenido clínico-educativo
- Prompting estratégico: cómo pedirle a la IA exactamente lo que tu consultorio necesita
- Casos prácticos: guiones, copies, respuestas automatizadas y piezas de campaña
- Límites éticos y regulatorios del uso de IA en comunicación médica

10**Agente Virtual (Automatización)**

- Qué es un agente virtual y cómo transforma la atención al paciente
- Automatización de agenda, confirmaciones y recordatorios de citas
- Chatbots y flujos conversacionales para calificar pacientes las 24 horas
- Integración del agente virtual con tu CRM y calendario clínico

11**El Método Disney (El Éxito de la Felicidad)**

- Los pilares del Método Disney: cortesía, eficiencia, show y seguridad, aplicados a tu consultorio
- Diseño de experiencia del paciente: cada punto de contacto como un “escenario”
- Onstage vs. backstage: la coherencia entre lo que el paciente percibe y lo que sucede detrás
- Momentos mágicos: pequeños detalles que generan lealtad, recompra y referidos
- De la satisfacción a la fidelización: por qué un paciente feliz es tu mejor canal de adquisición

12**Gestión de Redes Sociales**

- Selección de plataformas según tu especialidad y tipo de audiencia
- Arquitectura de contenido: pilares temáticos y formatos de alto impacto
- Métricas que importan: alcance, engagement, guardados y conversión real
- Buenas prácticas y límites: lo que sí y no debes publicar como médico

Mercanízate Al Clinical Marketing

13

Gestión de Performance Ads

- Fundamentos de la publicidad de pago: Meta Ads y Google Ads
- Segmentación avanzada de audiencias médicas de alto valor
- Estructura de campañas: prospección, remarketing y conversión
- Optimización de presupuesto: CPL, CPA y ROAS aplicados a tu consultorio
- **La clave para generar ingresos de más de \$200,000 pesos mensuales**

14

ORCM: Online Reputation & Communication Management

- Monitoreo de reputación: reseñas, menciones y percepción pública
- Manejo de crisis digitales: protocolo de respuesta ante comentarios negativos
- Doctoralia y otros directorios: cómo destacar de forma legítima y verificable
- Comunicación de crisis y coherencia de marca en todos los canales

15

Ciencia de Datos para Medir Resultados

- Indicadores clave (KPIs) de un consultorio orientado a datos
- Dashboards y reportes: cómo leer tus números sin ser experto en datos
- Atribución de resultados: qué canal realmente te trae pacientes
- De los datos a las decisiones: analítica accionable para tu consultorio

16

Reajuste de Estrategia

- El ciclo de mejora continua: probar, aprender y ajustar
- Señales de alerta: cuándo tu estrategia necesita un cambio de rumbo
- Escalar lo que funciona, eliminar lo que no
- Plan de seguimiento a 30/60/90 días