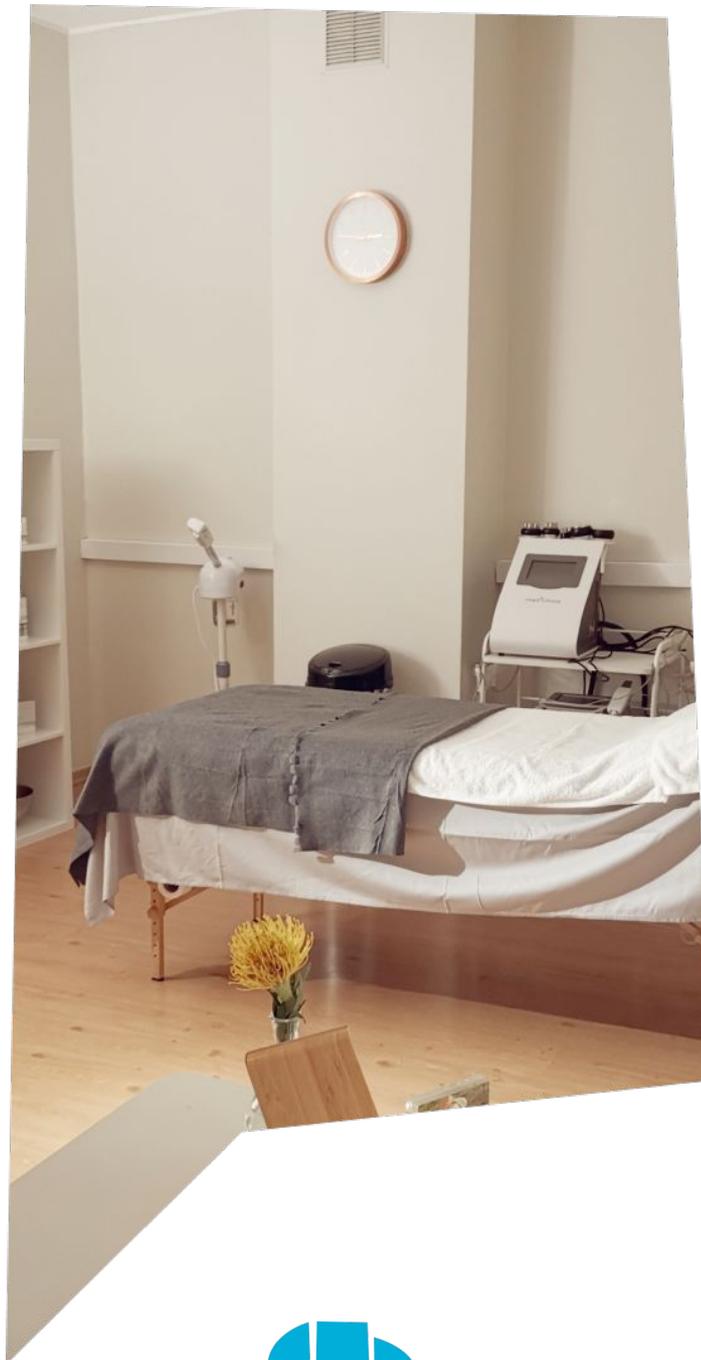


Caso de Éxito E-goí

# MaisClínica

Salud y Bienestar



**e-goí**

CASO DE ÉXITO

# maistclínica



Tras una vida entera dedicada a la fisioterapia en varias clínicas de renombre, millares de horas de tratamiento y centenas de clientes surge una necesidad: la de salir de la zona de confort, evolucionar y abrir su propio negocio.

Cátia Almeida, fisioterapeuta de formación y emprendedora de corazón, decide asociarse a la nutricionista Helena Alencastre y abrir MaisClínica en la ciudad de Maia, con una oferta diversificada de especialidades y servicios, que se relacionan y complementan entre sí, promoviendo el bienestar y la salud, física y psicológica, agregando un valor que va más allá de la simple prestación de servicios.

Desde su nacimiento, MaisClínica tiene como misión difundir la idea de que el funcionamiento del organismo es un todo, y, por lo tanto, debe ser tratado a todos los niveles. Así, debemos respetar y optimizar su fisiología, promocionando la salud y mejorando nuestra calidad de vida.



## El Problema

Si para sus fundadoras, la misión de Mais Clínica era bastante clara, su ejecución, en cambio, implicaba cierta complejidad que sabían que no podían solventar por sí mismas.

Los obstáculos que debían superar eran enormes: la gestión de un espacio físico, proveedores, trabajadores, atención al cliente... asuntos que, para las personas que se enfrentan por primera vez a un negocio propio, pueden ser peliagudos. Pero no era todo.

Sin haber trabajado nunca en ventas y sin contar aún con ninguna autoridad ni reconocimiento en el mercado, las socias sabían que necesitaban centrarse en atraer nuevos clientes y fidelizarlos para poder pagar la inversión realizada en la empresa y garantizar su sustentabilidad para probarse a sí mismas que a fin de cuentas, mereció la pena arriesgarse.

## La Solución

Identificadas las amenazas que podrían echar a perder todo el esfuerzo y la inversión realizados, 2 objetivos se volvieron prioritarios: **captar clientes y fidelizarlos**.

Dirigir un negocio y divulgarlo con las dos caras de la misma moneda y es imposible disociarlas. Un proveedor que pudiese garantizar las herramientas adecuadas para no solo recibir nuevas oportunidades como también tener la capacidad de atraerlas y desarrollar toda la comunicación con el cliente de forma automatizada, fácil y con un precio accesible parecía ser una solución difícil de encontrar en el mercado.

E-goi, por su flexibilidad, variedad de canales, características y materiales de apoyo, terminó por convertirse en la pieza clave que faltaba para responder a los problemas y necesidades de la clínica y contribuir de esta forma a su sustentabilidad financiera y reducción de costes operacionales.



## Las Acciones

### Integración total

El primer paso para conseguir una comunicación asertiva, es conseguir sincronizar lo que el Cliente o Lead hace y la herramienta de comunicación que utiliza.

En el caso de MaisClínica, la plataforma de contenidos que escogieron para su site fue Wordpress y, al poseer E-goi un plugin de integración, esta sincronización fue muy sencilla de implementar: <https://wordpress.org/plugins/smart-marketing-for-wp/>

Esta integración, más allá de sincronizar los datos de todos los clientes que pidieron más información o se inscribieron para recibir un tratamiento, agrega al site la capacidad de tracking, permitiendo, a través de E-goi, comunicarse con el visitante en base a las acciones que realiza en el propio site, como la visualización de determinado tipo de servicios, categorías, etc.





## Atraer Clientes potenciales

Siguiendo su estrategia, MaisClínica realizó Landing Pages integradas con formularios E-goi. La mitad del camino estaba andado. Ahora el desafío era atraer clientes potenciales hasta las Landing Pages.

Una de las formas más interesantes de conseguir captar nuevos clientes para la clínica fue la [creación de Anuncios en Google en pocos minutos sin tener que salir de E-goi.](#)

Para ponerlos en práctica bastó crear los textos, incluir el logotipo de la empresa, definir cuántos potenciales clientes querían alcanzar (en este caso, como se trata de una clínica en Maia pudieron restringir el alcance, por ejemplo, a mujeres en el distrito de Oporto) y publicar el anuncio.

The image shows a landing page for 'Depilação Laser Díodo' (Laser Diode Hair Removal). The main heading is 'Depilação Laser Díodo' and the sub-heading is 'A opção mais rápida, cómoda, económica e eficiente de depilação'. Below this, there is a list of benefits, with the first one being '1. Para todos os tons de pele'. A pop-up form is overlaid on the page, titled 'Após preencher os dados receberá um SMS e uma chamada nossa para agendar a sessão no dia mais conveniente para si.' The form contains fields for 'Nome', 'E-mail', and 'Telefone' (with a dropdown for 'Portugal (+351)'). A yellow button labeled 'Agendar a Sessão' is at the bottom of the form. The MaisClínica logo is visible at the bottom of the pop-up.



## Avisos de Consulta Automáticos

A partir del momento en el que el cliente se inscribe para reservar su sesión, se le envían a la clínica un e-mail y un SMS automáticos verificando la disponibilidad para el tratamiento.

Simultáneamente es enviado un SMS al cliente confirmando la inscripción y avisando que habrá un contacto posterior para confirmar la asistencia.

Como el [calendario de reservas de consultas creado en Calendly está integrado con E-goj](#), 2 días antes de la fecha de la sesión es enviado un recordatorio automático con el día y la hora establecida.



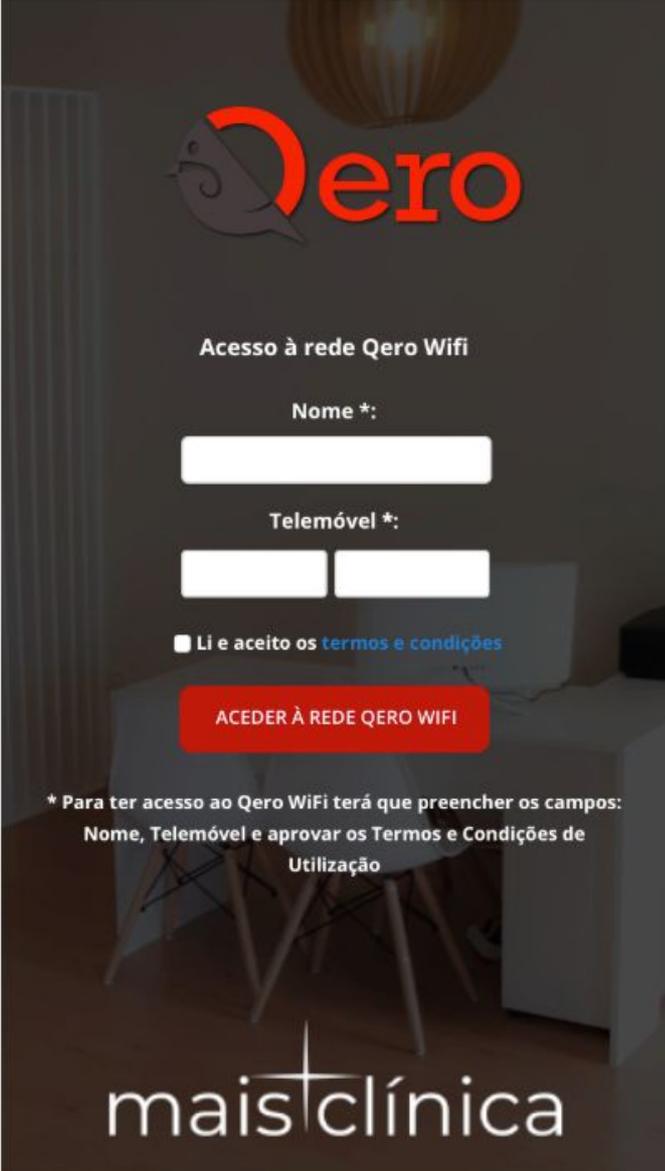
# maistclínica

## Integración offline y online

Conscientes de que mantener a los clientes es una de las claves para llegar a ser un negocio exitoso, el espacio físico de Mais Clínica fue aprovechado para una estrategia de captación y fidelización de clientes. Para ello, contaron con el apoyo de Qero, una spin off de E-goi con soluciones de comunicación y fidelización.

Una de las funcionalidades que Mais Clínica ganó utilizando Qero, fue poder crear su propia página de login y asociarlo al distribuidor de internet de la clínica.

De esta forma, quien está en la sala de espera se registra para tener acceso gratuito a la red, lo que permite a la Clínica tener todos los registros de acceso. Esto les permite enviar un SMS automático de bienvenidas al entrar en el espacio físico de la clínica, por ejemplo. Pero eso no es todo.



**Qero**

Acesso à rede Qero Wifi

Nome \*:

Telemóvel \*:

Li e aceito os [termos e condições](#)

**ACEDER À REDE QERO WIFI**

\* Para ter acesso ao Qero WiFi terá que preencher os campos: Nome, Telemóvel e aprovar os Termos e Condições de Utilização

maistclínica

# maistclínica

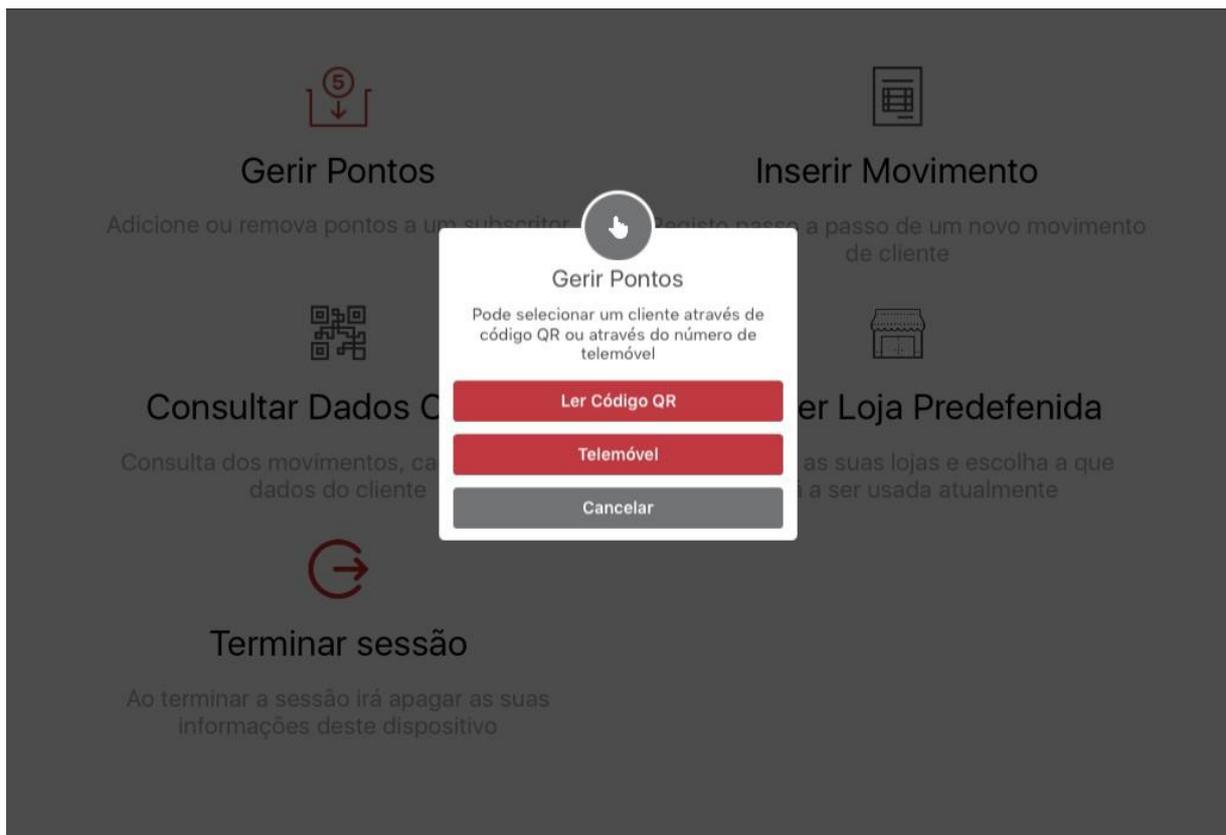
## Fidelización con Programa de Puntos

Gracias a Qero la clínica pasó a tener su propio programa de fidelización. Para ello, sólo tuvieron que configurar en Qero los servicios disponibles y sus precios, atribuyendo puntos a cada servicio.

Integrado con la tecnología de E-goí, se envía al cliente un e-mail siempre que un tratamiento es realizado, avisando al cliente de los puntos ganados y cuánto falta para tener su descuento en un tratamiento de su elección.

Con la información de cada venta registrada en E-goí, la clínica empezó a contar con la posibilidad de hacer cross selling, o sea, de comunicar servicios complementarios.

Así consiguieron aumentar su volumen de ventas por cada cliente. Todo de forma automatizada.





## El Resultado

MaisClínica es uno de esos clientes que nos hace sentirnos muy orgullosos de lo que hacemos, dándonos un estímulo extra para continuar mejorando, ya que consiguen sacar partido a varias funcionalidades de E-goi, incluso sin contar con mucho tiempo disponible para la comunicación y el marketing ya que se trata de una pequeña empresa con grandes ambiciones pero recursos limitados. Aun así, y centradas en la conquista de nuevos clientes y su fidelización, con E-goi MaisClínica consiguió minimizar el tiempo invertido en tareas mecánicas. Los resultados de este trabajo son claros:



22%

**Más Conversiones**  
de Leads en Clientes



265%

**Aumento**  
Del gasto medio



36%

**Más ventas**  
Recurrentes (2ª y 3ª  
compra)



332%

**Crecimiento**  
De la base de datos



68%

**Reducción de costes**  
En anuncios de Google



50%

**de automatización**  
de procesos desde la  
adquisición, venta y  
fidelización



## El Futuro

### Escalar el Negocio y Expandir

Según Cátia, socia y fundadora de MaisClínica, con los procesos de captación y fidelización de clientes funcionando en piloto automático, el futuro pasa por re-invertir y consolidar los procesos de captación y fidelización para conseguir escalar el negocio. Ya tienen la vista puesta en la apertura de un nuevo espacio físico.



*E-goi tuvo un impacto muy importante en varias áreas estratégicas para nuestro negocio: marketing, operaciones, logística, comunicación y atención al cliente. Desde la facilidad de construcción de landing pages y campañas con plantillas listas para usar, pasando por anuncios para captar nuevos clientes y automatizar la comunicación, sin duda se ha convertido en un herramienta indispensable que nos ha ayudado mucho no sólo a crecer, también a conocer conceptos fundamentales para quien está comenzando un nuevo negocio. ¡No podría estar más satisfecha!*

Cátia Almeida - Socia y gerente de MaisClínica



# maistclínica



[www.e-goi.com](http://www.e-goi.com)