



Plan de Redes Sociales para Clínicas Veterinarias

Enfoque Estratégico: Comunidad, Pertenencia y Retención

La Sala de Espera Digital

Premisa Fundamental: Una clínica no compite por followers. Compite por lealtad.



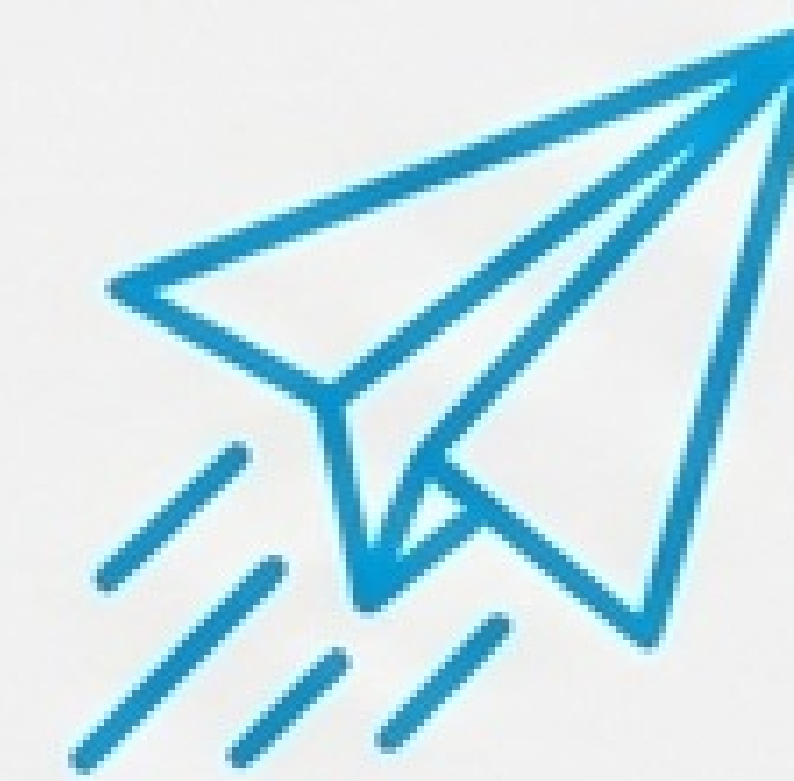
Retener

Los clientes ven actividad constante ("Mi clínica está viva").



Comunidad

Sentido de pertenencia ("Somos la familia de la clínica").



Prescripción

Contenido compartible ("Mira lo que publica mi veterinario").



Valor Tangible

Justificación de servicios ("Mi clínica me educa").

Lo que SÍ son las RRSS:

- El salón de espera digital
- Un grupo de WhatsApp visual
- El tablón de anuncios del barrio

Cambio de Mentalidad

✗ Enfoque Equivocado

- ✗ Conseguir seguidores nuevos
- ✗ Viralizar contenido
- ✗ CTAs de venta agresiva
- ✗ Post = Anuncio
- ✗ Competir con influencers



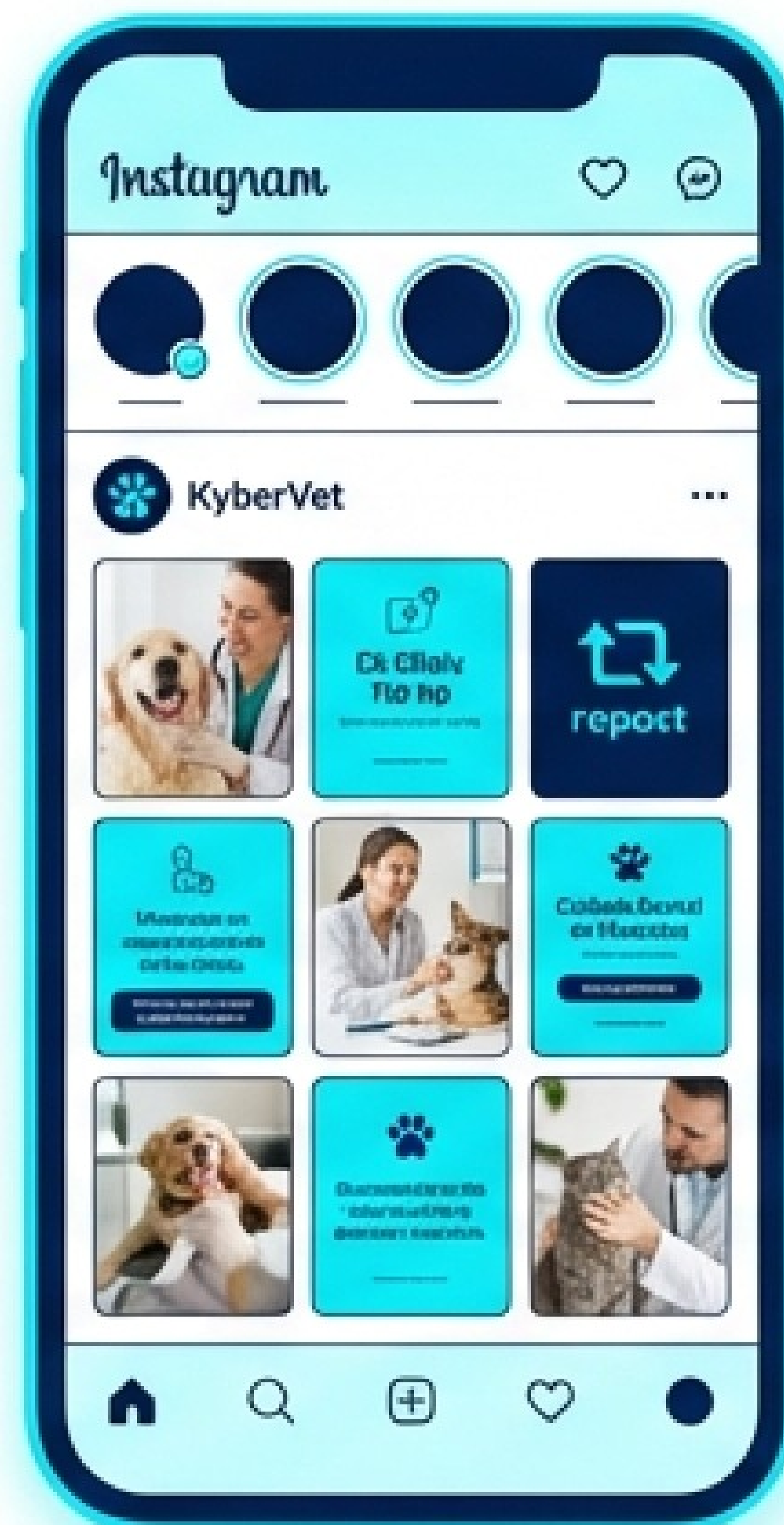
✓ Enfoque Correcto

- ✓ Acompañar a los clientes que ya tengo
- ✓ Ser útil para MI comunidad
- ✓ Conversaciones genuinas
- ✓ Post = Servicio incluido en el plan
- ✓ Ser la voz experta de confianza

Estrategia por Canal

Instagram

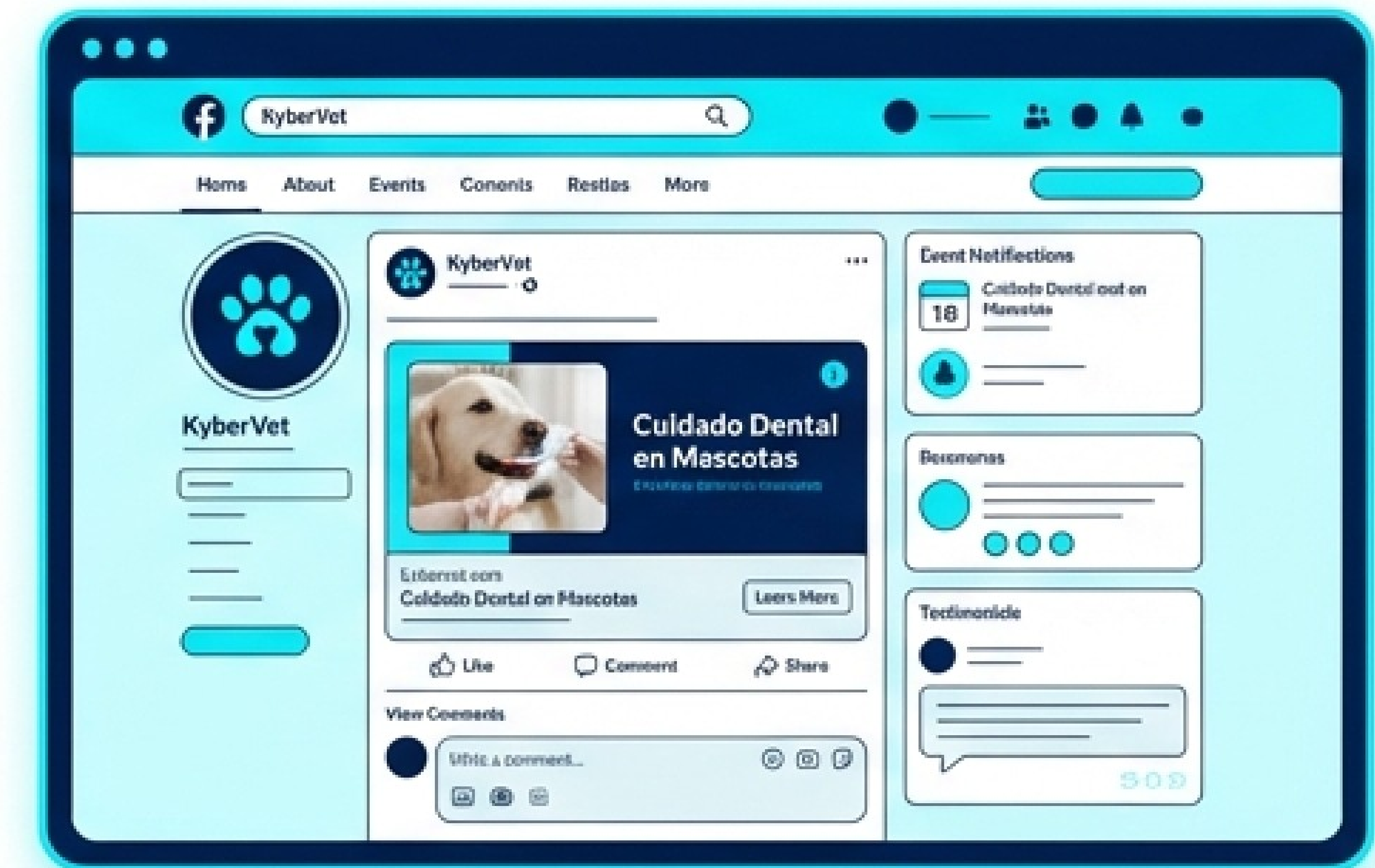
El grupo de WhatsApp visual



- ✓ **Función:** Acompañamiento entre visitas.
- ✓ **Contenido:** Historias del día a día, educación útil, reposts.
- ✓ **Frecuencia:** 2-3 posts/semana + Stories diarias.

Facebook

El tablón de anuncios del barrio



- ✓ **Función:** Información completa y avisos.
- ✓ **Contenido:** Artículos de blog, eventos, testimoniales.
- ✓ **Frecuencia:** 2-3 posts/semana.

Eficiencia Máxima: El Modelo Evergreen

Cómo 1 artículo alimenta toda tu semana.



Base de trabajo = 4 artículos del blog al mes.

La Semana Tipo



Inversión total: 1h 30min / semana

Lunes



Story:
Buenos días



FB: Artículo completo

Martes



Story:
Consulta del día

Miércoles



IG:
Carrusel educativo



FB: Post corto

Jueves



Story:
Pregunta comunidad

Viernes



Story:
Reseña Google



FB: Caso de éxito

Sábado



Story:
Fin de semana

Domingo



Story:
Nos vemos el lunes

1 hora de programación + 5 min/día de gestión

Los 6 Pilares de Contenido



Reconocimiento

Reposts de clientes.

✓ Genera pertenencia.



Educación Real

Casos de la clínica.

✓ Demuestra expertise.



Detrás de Cámaras

Quirófano / Preparación.

✓ Genera confianza.



Carrusel Educativo

Adaptación del blog.

✓ Contenido “guardable”.



Artículo Facebook

Contexto local.

✓ Tráfico a web.



Stories Diarias

Vida de la clínica.

✓ Conexión diaria.

Protocolo de Seguridad e Interacción

Regla de Oro



< 24h

Tiempo máximo de respuesta.

Línea Roja

Nunca dar diagnósticos por DM.

“Hola [Nombre], por seguridad no damos diagnósticos online. Te damos cita para hoy a las [Hora] con el Dr. [Nombre].”

Gestión de Crisis

- ✓ Respuesta inmediata y pública.
- ✓ Pedir disculpas sin justificación excesiva.
- ✓ Llevar la solución al canal privado.
- ✓ Consultas de precio: Dar rango + invitar a visita.

Métricas: Vanidad vs. Comunidad

✗ Vanidad (Ignorar)

- Seguidores totales
- Likes
- Alcance general

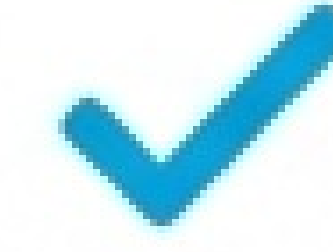
☑ Comunidad (Monitorizar)



Tasa de Interacción: ¿Comentan caras conocidas? **(Meta 10-15%)**



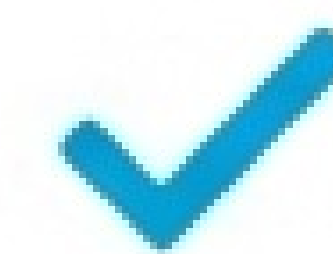
Conversaciones: **Preguntas reales, no solo emojis.**



Prescripción (Shares): **'Mira esto para tu perro'.**



Utilidad (Saves): **Ratio >20%.**



Retención: **Cientes que renuevan planes.**



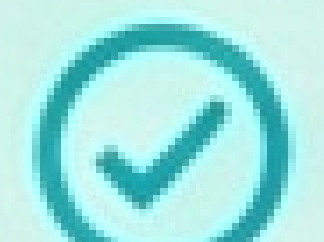
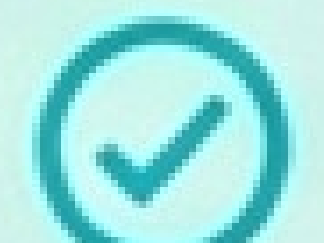
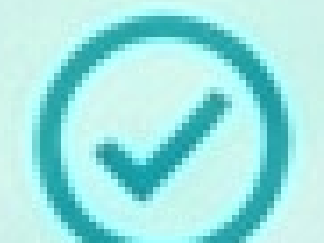
Reseñas: **Menciones en Google.**

Buenas Prácticas y Errores Comunes

Errores a Evitar

-  Publicar por publicar ('Hola lunes').
-  Contenido genérico sin marca.
-  Ignorar comentarios >24h.
-  Inconsistencia (Feast or famine).

CTAs Correctos

-  Comunidad: 'Cuéntanos en comentarios', 'Etiqueta a un amigo'.
-  Utilidad: 'Guarda este post', 'Lee el artículo completo'.
-  Ayuda: 'Escríbenos si tienes dudas'.
-  Evitar: 'Compra ahora', 'Oferta exclusiva'.



El Momento de la Verdad

Las redes sociales no son para **viralizarse**. Son para que tus clientes sientan que su clínica les acompaña entre visita y visita.

Cuando una familia comparte tu post porque 'mi perro tiene eso'... eso es fidelidad.

+ tiempo para tus pacientes.



KyberVet

+ tiempo para tus pacientes

Documento Plan_RRSS - Enero 2025
KyberVet - Una marca de Kadmeia
www.kybervet.com