

CASO DE ÉXITO INSTITUTO MÉDICO EGR S.L

MARKETING CLÍNICAS MÉDICAS

SERVICIOS REALIZADOS

Posicionamiento SEO – Publicidad – Estrategia

Instituto Médico EGR

Instituto médico ubicado en Aravaca, Madrid. El Instituto Médico EGR es fundado por Eduardo García del Real Carvajal, creador de la unidad de Maternidad de la clínica Ruber Internacional. EGR destaca por ofrecer diferentes servicios de medicina privada y por ser pioneros en el área de la mama, ofreciendo un servicio 360 grados y personalizado a sus pacientes. Dentro del área de ginecología, EGR destaca por su servicio de revisión ginecológica completa en un solo día. EGR también destaca por sus diferentes servicios ofrecidos en otras áreas como fisioterapia, dermatología, urología, medicina estética, reumatología y cirugía vascular, contando con uno de los equipos médicos más cualificados a nivel nacional.

Punto de partida

En noviembre de 2014 comenzamos a trabajar con Elena García del Real (Directora del Instituto Médico EGR) en tareas de posicionamiento del Instituto Médico.

El instituto médico no tenía apenas posicionamiento orgánico y el mayor tráfico que recibía provenía de actuales pacientes que recurrían a la web para realizar sus reservas.

Elena García del Real, Directora EGR

“EGR no tenía una estrategia digital y nuestros clientes recurrían a nosotros por medios tradicionales.”

Objetivo de la colaboración

El objetivo era el de posicionar al Instituto Médico en áreas relacionadas con sus servicios como ginecología, fisioterapia y urología.

Reto

EGR compete en un sector que destaca por la abundancia de competidores similares con mucho contenido en Internet. El reto era el de con un pequeño presupuesto destacar en especialidades tan competitivas como ginecología, fisioterapia y urología.

Tareas desempeñadas durante la colaboración

La colaboración empezó con la realización de un análisis SEO y el comienzo de la estrategia de posicionamiento. A partir de junio de 2015 DMO Global Media pasa a ser parte del apoyo para la toma de decisiones estratégicas digitales. Además de la realización de una estrategia de contenidos, DMO Global media analiza y recomienda los mejores sitios para realizar las inversiones publicitarias de la marca.

Objetivos conseguidos

Desde el año 2015 hasta el 2016 se incrementan el número de conversiones contactos a través del canal web en un 300%.

En cuanto al tráfico orgánico de la web proveniente de buscadores, en los últimos 19 meses se incrementa más de un 400% pasando de 300 visitas a 1250 visitas al mes en agosto de 2016.

Actualmente EGR aparece en las primeras 5 posiciones de google por palabras clave segmentadas de calidad como:

tendinitis en rodilla, cuestionario IPSS, revisión ginecológica, centro de ginecología y obstetricia, citología ginecológica, etc.

Elena García del Real Leguina, Directora EGR

“Hemos aprendido los beneficios de explotar los medios digitales tras convertirse el canal online en uno de nuestros principales medios de entrada de pacientes.”



300% Incremento conversiones

