

LA VELOCIDAD ES LA VENTA

Por que contestar rapido es la habilidad de marketing más rentable de tu clinica y como la IA de Meta puede hacerlo por ti las 24 horas

Leads | Conversion | WhatsApp | Messenger | DMs de Instagram | IA de Meta

Exclusivo para Doctores y Clinicas

Adrian Vera | Marketing Médico | @adrianveragmk

Para quien es este E-book

Este material esta diseñado para doctores, cirujanos y clinicas que invierten en publicidad digital pero no estan convirtiendo sus leads en citas. Si alguna vez te has preguntado por que llegas muchos mensajes pero pocos se convierten en pacientes reales, la respuesta esta en estas páginas.

Tambien encontraras como la nueva Inteligencia Artificial de Meta puede responder automaticamente tus mensajes de Messenger e Instagram DM con el tono y la información de tu clinica, sin que tengas que estar pegado al telefono las 24 horas.

CONTENIDO

Introduccion	El lead que no contestas es el paciente de tu competencia	3
Capitulo 1	La Regla de los 5 Minutos: la ciencia detras de la velocidad	4
Capitulo 2	Los 5 Errores que Matan tu Conversion de Leads	7
Capitulo 3	El Sistema de Respuesta Perfecta: del DM a la Cita Confirmada	10
Capitulo 4	La IA de Meta: Tu Asistente Digital las 24 Horas	14
Capitulo 5	Como Entrenar la IA de Meta para tu Clinica	18
Bonus	Scripts listos + Plantilla de seguimiento + Métricas de conversion	22

INTRODUCCION

El lead que no contestas es el paciente de tu competencia

Cada día, miles de personas en México escriben un mensaje a una clínica médica preguntando por un procedimiento, un precio o una cita. La mayoría de esos mensajes reciben respuesta horas después, o al día siguiente, o simplemente nunca.

Esas personas no esperan. Escriben al siguiente consultorio de la lista, al que aparece debajo en Google, al que un amigo les recomendó. Y ese consultorio, que respondió en 10 minutos, les agenda la cita esa misma tarde.

No perdiste ese lead por precio. No lo perdiste por falta de experiencia. Lo perdiste por velocidad. Y la buena noticia es que la velocidad, a diferencia del talento quirúrgico, se puede sistematizar y automatizar.

78%

de los pacientes elige la clínica que responde primero, independientemente del precio

10x

más probabilidad de convertir un lead si respondes en menos de 5 minutos vs. 60 minutos

48h

es el tiempo máximo antes de que un lead médico se enfrie completamente y elija otra opción

La inversión en publicidad digital sin un sistema de respuesta rápida es como poner agua en una cubeta con hoyos. No importa cuánto inviertas si los leads se escapan antes de que los atiendas.

01

La Regla de los 5 Minutos

La ciencia detras de la velocidad de respuesta y por que es tu ventaja competitiva más inmediata

No es intuicion ni teoria de ventas. Es matematica pura. Existe una correlacion directa y medida entre el tiempo de respuesta a un lead y la probabilidad de convertirlo en paciente. Y la curva cae de forma drastica pasados los primeros minutos.

1.1 La curva de conversion: lo que pasa minuto a minuto

TIEMPO DE RESPUESTA	PROBABILIDAD DE CONVERSION	LO QUE PIENSA EL PACIENTE
Menos de 5 minutos	Alta: 35-50%	'Esta clinica es seria y me importa. Voy a escucharlos.'
5 a 30 minutos	Media: 20-30%	'Ok, respondieron. A ver que me dicen.'
30 min a 2 horas	Baja: 10-15%	'Tarde, pero bueno. Ya estoy viendo otras opciones.'
2 a 24 horas	Muy baja: 3-7%	'Por fin. Ya casi me habia decidido por otra clinica.'
Más de 24 horas	Casi nula: menos del 2%	'Ya agende con alguien más. Gracias de todas formás.'
Sin respuesta	Cero	'Nunca volvere a escribirles. Y se lo dire a quien pregunte.'

1.2 Por que el paciente médico es especialmente sensible a la velocidad

El paciente que escribe a una clinica medica no esta comprando un par de zapatos. Esta tomando una decision que involucra su salud, su dinero y en muchos casos su miedo. Ese estado emocional hace que la velocidad de respuesta tenga un impacto aun mayor que en otros sectores.

CUANDO ESCRIBE EL MENSAJE

- ◆ Esta en su momento de maxima intencion. El dolor, el colico, la inseguridad o el deseo de cambio lo llevaron a actuar.
- ◆ Su guardia emocional esta baja: es vulnerable y receptivo.

CUANDO RECIBE RESPUESTA RÁPIDA

- ◆ Siente que su problema importa. Eso genera confianza inmediata.
- ◆ Percibe profesionalismo antes de saber nada de tu trayectoria medica.

- ♦ Esta comparando mentalmente 2 o 3 opciones al mismo tiempo.
- ♦ No tiene paciencia: el scroll en redes lo acostumbro a la gratificación instantánea.

Conclusion:

El momento en que escribe es el pico de su intención de compra. Cada minuto que pasa, ese pico baja.

- ♦ Deja de buscar otras opciones: ya encuentro a alguien que lo atendió.
- ♦ La conversación fluye porque todavía está en modo de decisión activa.

Resultado:

Una respuesta en menos de 5 minutos no solo aumenta la conversión: elimina a la competencia del mapa mental del paciente.

1.3 El costo real de la lentitud: cuánto te está costando cada hora sin responder

Ejercicio de cálculo rápido:

Si tu clínica recibe 40 mensajes nuevos al mes y tu tasa de conversión actual es del 20% (8 pacientes), pero con respuesta en menos de 5 minutos subieras al 40% (16 pacientes), la diferencia son 8 citas adicionales al mes.

Si tu ticket promedio es de \$1,500 pesos, eso son \$12,000 pesos mensuales que se van con la competencia solo por responder tarde.

Al año: \$144,000 pesos perdidos. No por falta de inversión en publicidad. Por falta de velocidad.

Ahora haz el mismo cálculo con tus números reales. El resultado generalmente sorprende a cualquier médico o administrador de clínica.

02

Los 5 Errores que Matan tu Conversión de Leads

Los errores más comunes que cometen doctores y clínicas al atender mensajes digitales

La velocidad es el primer factor. Pero no es el único. Existen cinco errores que, incluso cuando la respuesta es rápida, destruyen la posibilidad de convertir un lead en cita. Identificarlos es el primer paso para eliminarlos.

Error 1: Dar el precio como primera respuesta

LO QUE HACE LA MAYORIA

Prospecto: 'Buenas tardes, me pueden dar información sobre el Bótox?'

Clinica: 'Claro, el Bótox tiene un costo de \$X por zona. Tenemos disponibilidad esta semana.'

POR QUE ES UN ERROR

- ♦ El precio sin contexto se convierte en el único criterio de decisión.
- ♦ El prospecto compara tu precio con el del competidor sin entender el valor diferencial.
- ♦ Pierdes la oportunidad de generar confianza antes de hablar de dinero.

Lo que funciona:

'Hola, que gusto que nos escribas. Para orientarte de la mejor forma, cuéntame: es la primera vez que consideras el Bótox o ya tienes experiencia previa? Así te doy la información que realmente necesitas.'

Error 2: Responder con mensaje de copia y pega sin personalizar

El paciente detecta en segundos cuando recibe un mensaje automático sin personalización. Eso destruye la confianza antes de que empiece la conversación.

MENSAJE FRIO (NO FUNCIONA)

'Gracias por contactarnos. Somos especialistas en medicina estética y cirugía. Ofrecemos los siguientes servicios: Bótox, rellenos, laser, lipolisis... Para más información llame al...'

MENSAJE CALIDO (FUNCIONA)

'Hola [Nombre], que gusto saludarte. Vi que preguntas por [lo que pregunto]. Cuéntame un poco más sobre lo que buscas y te oriento con mucho gusto.'

Error 3: No hacer la pregunta de calificación

No todos los leads son iguales. Algunos estan listos para agendar hoy. Otros apenas estan investigando. Tratar a todos igual desperdicia tiempo y pierde oportunidades.

Las 3 preguntas de calificacion que debes hacer antes de cotizar:

- 1. Intencion:** '¿Es algo que estas considerando para pronto o todavia estas en fase de investigacion?'
- 2. Experiencia:** '¿Ya has tenido alguna consulta o procedimiento similar antes?'
- 3. Barrera principal:** '¿Que es lo más importante para ti al elegir donde atenderte: el precio, la ubicacion, la experiencia del médico?'

Con estas 3 respuestas sabes exactamente como cerrar esa conversación.

Error 4: No tener un protocolo de seguimiento

La mayoría de los leads no agendan en el primer mensaje. Necesitan entre 2 y 5 puntos de contacto antes de tomar la decision. Si no tienes un sistema de seguimiento, pierdes a todos los que no dijeron que si en el primer mensaje.

MOMENTO	ACCION	TONO
Dia 1 (contacto)	Primera respuesta rápida + calificación	Calido y curioso
Dia 2 (48h)	Seguimiento: 'Solo queria saber si tuviste oportunidad de revisar lo que te mande'	Ligero, sin presion
Dia 5	Seguimiento con valor: comparte un dato, tip o contenido relevante para su caso	Educativo y util
Dia 10	Ultimo intento: mensaje de cierre honesto y sin presion	Directo y respetuoso
Dia 30+	Reactivacion con novedad: nueva promocion, fecha disponible o contenido nuevo	Fresco, como si fuera el primero

Error 5: Confundir alcance con conversión

Muchos médicos y administradores de clínica miden el éxito de su marketing por el número de likes, seguidores o reproducciones de sus Reels. Esas métricas son de vanidad. La única métrica que importa al final del mes es cuantos mensajes se convirtieron en citas confirmadas.

MÉTRICAS DE VANIDAD (NO PAGAN LA RENTA)

- ◆ Número de seguidores
- ◆ Likes por publicación
- ◆ Reproducciones de Reels
- ◆ Alcance total del contenido
- ◆ Impresiones de anuncios

MÉTRICAS DE NEGOCIO (ESTAS SI IMPORTAN)

- ◆ Mensajes nuevos recibidos por semana
- ◆ Tasa de conversión DM a cita (%)
- ◆ Costo por lead generado
- ◆ Costo por cita confirmada
- ◆ Ingresos generados por canal digital

03

El Sistema de Respuesta Perfecta

Del primer DM a la cita confirmada: el proceso que convierte leads en pacientes reales

Una respuesta rápida sin estructura es solo ruido. Una respuesta rápida con el proceso correcto es una maquina de conversion. Aqui esta el sistema completo.

3.1 El flujo de conversion en 5 pasos

#	PASO	ACCION CONCRETA	OBJETIVO
1	Acuse rapido (menos de 5 min)	Mensaje breve que confirma que recibiste su mensaje y que en segundos les atiendes. Ideal para la IA.	Detener la búsqueda del prospecto en otras clinicas
2	Calificacion (menos de 10 min)	2-3 preguntas para entender su situacion, intencion y barrera principal.	Personalizar la respuesta y saber como cerrar
3	Propuesta de valor (no de precio)	Explica por que tu clinica es la opcion correcta para su caso especifico. Menciona el precio solo si lo piden directamente.	Generar confianza antes de hablar de dinero
4	Llamada a la accion clara	Proponer fecha y hora especifica. No preguntar 'cuando te vendria bien': proponer y dejar que confirme o ajuste.	Reducir la friccion para agendar
5	Confirmacion y anticipacion	Confirmar la cita por escrito + recordatorio 24h antes + mensaje de bienvenida el día de la cita.	Reducir no-shows y generar experiencia premium desde antes de llegar

3.2 La diferencia entre cerrar una cita y cerrar un precio

Principio fundamental:

Tu objetivo en el chat NO es que el paciente pague. Es que el paciente agende. La venta se cierra en la consulta. El chat solo abre la puerta. Si intentas cerrar la venta en el mensaje, asustas al prospecto y lo pierdes.

CERRAR EL PRECIO (ERROR)	CERRAR LA CITA (CORRECTO) 'Con base en lo que me cuentas, lo ideal es que tengamos una valoración donde te explico
--------------------------	---

'El paquete completo cuesta \$X e incluye A, B y C. Si decides hoy te hacemos un descuento del 10%. ¿Cuándo puedes venir?'

Resultado: el prospecto siente presión, pide tiempo para pensarlo y desaparece.

todo con detalle y sin prisa. Tengo disponibilidad el martes a las 11am o el jueves a las 5pm. ¿Cuál te funciona mejor?'

Resultado: el prospecto elige entre dos opciones y la cita queda agendada.

3.3 Como manejar los canales: WhatsApp, Messenger e Instagram DM

CANAL	PERFIL DEL PROSPECTO	TONO RECOMENDADO	TIEMPO DE RESPUESTA CRITICO
WhatsApp	Ya te conoce o fue referido. Alta intencion de compra.	Calido y personal. Como hablar con un conocido.	Menos de 5 minutos
Messenger (Facebook)	Te encuentro por anuncio o búsqueda. Intencion media. Más comparacion de precios.	Profesional pero accesible. Más informativo.	Menos de 10 minutos
Instagram DM	Te encuentro por contenido o Reel. Intencion variable. Más influenciabile por confianza.	Dinamico y cercano. Referencia a su contenido si es posible.	Menos de 15 minutos

04

La IA de Meta: Tu Asistente Digital las 24 Horas

Qué es, cómo funciona y por qué cambia las reglas del juego para doctores y clínicas

Meta (la empresa detras de Facebook, Instagram y WhatsApp) lanzo su propia Inteligencia Artificial integrada directamente en sus plataformas. Para el médico o la clínica que no puede estar disponible las 24 horas, esto representa una ventaja competitiva sin precedentes.

4.1 Que es la IA de Meta y que puede hacer por tu clinica

La IA de Meta es un asistente conversacional entrenado por Meta que puedes configurar para que responda automáticamente los mensajes que llegan a tu página de Facebook (Messenger) y a tu cuenta de Instagram (DMs). No es un bot de respuestas predefinidas: es una IA que entiende el contexto de la conversación y responde de forma natural.

CAPACIDAD	LO QUE SIGNIFICA PARA TU CLINICA
Respuesta instantanea 24/7	Ningun lead se queda sin atencion, ni a las 11pm ni el domingo por la mañana
Comprension del contexto	Entiende si preguntan por un procedimiento especifico, un precio o una cita y responde en consecuencia
Tono personalizable	Puedes entrenarla para que suene como tu clinica: formal, calida, tecnica o cercana
Información especifica de tu negocio	Puede responder preguntas sobre tus servicios, horarios, ubicacion y proceso de atencion
Transicion a humano	Cuando el prospecto esta listo para agendar o tiene una pregunta compleja, transfiere la conversación a un asesor humano
Integracion nativa	No requiere instalar nada externo. Esta dentro de las mismas plataformas que ya usas

4.2 La diferencia entre la IA de Meta y un bot tradicional

BOT TRADICIONAL (LO DE ANTES)

- ◆ Responde con opciones predefinidas tipo menu: '1. Precios, 2. Horarios, 3. Ubicacion'
- ◆ No entiende preguntas fuera del guion.

IA DE META (LO NUEVO)

- ◆ Entiende preguntas en lenguaje natural, como si hablaras con una persona.
- ◆ Adapta su respuesta al contexto de cada conversación.

- ◆ El prospecto se frustra cuando su pregunta no encaja en ninguna opcion.
 - ◆ Genera sensacion de frialdad y automatizacion obvia.
 - ◆ Requiere configuracion tecnica compleja y actualizacion constante.
- ◆ Puede manejar preguntas inesperadas sin romperse.
 - ◆ Genera una experiencia conversacional natural y calida.
 - ◆ Se configura desde el administrador de Meta sin conocimientos tecnicos avanzados.

4.3 El impacto real en números: que pasa cuando activas la IA

3x

más leads atendidos en horarios fuera de oficina cuando la IA esta activa

60%

de reduccion en el tiempo promedio de primera respuesta al activar respuesta automática

25%

de aumento en tasa de conversion cuando el primer contacto es en menos de 5 minutos, incluso si es IA

Dato clave:

Estudios de comportamiento del consumidor muestran que el prospecto no diferencia entre una respuesta instantanea de IA y una respuesta humana si el tono es natural y la información es relevante. Lo que valora es la velocidad y la calidad de la información, no quien la genera.

4.4 Casos de uso especificos para el sector médico

ESCENARIO	SIN IA DE META	CON IA DE META
Mensaje a las 10pm de un paciente interesado en manga gastrica	Sin respuesta hasta el dia siguiente. Para entonces ya agendo con otra clinica.	Respuesta en segundos con información inicial, empatia y solicitud de valoración para el dia siguiente.
Paciente que pregunta precio de Bótox un sábado	Nadie responde hasta el lunes. El paciente olvida que escribio.	IA responde con el rango de precio, explica que incluye y ofrece agendar la valoración.
Prospecto de cirugía de vesicula con miedo a la anestesia	Respuesta genérica de precio al dia siguiente.	IA detecta la preocupacion por anestesia, la valida emocionalmente y ofrece conectar con el doctor para resolver dudas.
5 mensajes simultaneos un lunes por la mañana	La recepcionista atiende uno a la vez. Los demás esperan 30-60 min.	IA atiende los 5 al mismo tiempo en segundos. Ningun lead se enfria.

05

Como Entrenar la IA de Meta para tu Clinica

La información clave que debes darle para que suene como tu clinica y convierta leads en citas

La IA de Meta es tan buena como la información que le das. Una IA mal entrenada puede dar precios incorrectos, un tono inadecuado o información que no corresponde a tu clinica. Una IA bien entrenada es el mejor asistente que has tenido, disponible las 24 horas sin vacaciones ni dias malos.

Nota importante:

La configuracion de la IA de Meta se realiza desde el Meta Business Suite. El proceso exácto puede variar segun actualizaciones de la plataforma. Lo que encontrarás en este capitulo es la estrategia y el contenido que debes preparar para entrenarla correctamente, independientemente de donde se configure.

5.1

Los 6 bloques de información que necesita tu IA

#	BLOQUE DE INFORMACIÓN	QUE INCLUIR	EJEMPLO MÉDICO
1	Identidad y tono de la clinica	Como se llama, que especialidad tiene, que tono quieres: formal, calido, tecnico.	'Somos la Clinica del Dr. [Nombre], especialistas en cirugía bariátrica en CDMX. Nuestro tono es calido, empatico y profesional. Nunca usamos terminos tecnicos sin explicarlos.'
2	Servicios y procedimientos	Lista de todos los servicios con descripcion breve en lenguaje de paciente.	'Realizamos manga gastrica (reduccion de estomago), bypass gastrico y banda gastrica. Tambien atendemos hernias inguinales y umbilicales.'
3	Preguntas frecuentes y respuestas	Las 10-15 preguntas más comunes que recibes y como quieres que se respondan.	'?Cuanto cuesta la manga? Nuestros precios se determinan en la valoración segun el caso. El rango general es de \$X a \$Y incluyendo honorarios y hospital.'
4	Lo que NO debe hacer o decir	Limites claros: que información no dar, como no responder, que temás derivar al humano.	'No confirmar fechas de cirugía. No dar garantias de resultados. Si el paciente expresa una urgencia medica, derivar

			inmediatamente a atencion humana.'
5	Proceso de atencion paso a paso	Como es el camino del paciente: primer contacto, valoración, estudios, cirugía, seguimiento.	'El primer paso es una valoración sin costo donde el Dr. [Nombre] evalua tu caso y te explica el procedimiento más adecuado. Duracion: 45 minutos.'
6	Llamadas a la accion especificas	Que quieres que haga el prospecto al final de cada conversación.	'El objetivo de cada conversación es agendar la valoración inicial. Siempre ofrecer dos opciones de horario concretas al final del intercambio.'

5.2 Como estructurar el tono de tu IA segun tu especialidad

ESPECIALIDAD	TONO RECOMENDADO	EJEMPLO DE INSTRUCCION PARA LA IA
Cirugía Bariátrica	Empatico, sin juicio, esperanzador. El paciente carga verguenza y miedo.	'Siempre valida el camino que ha recorrido el paciente antes de hablar del procedimiento. Nunca menciones el peso directamente en el primer mensaje. Usa frases como: los resultados que buscas son posibles.'
Medicina Estética	Aspiracional, moderno, cercano. El paciente quiere sentirse especial.	'Usa un tono entusiasta pero elegante. Resalta la experiencia y los resultados naturales. Evita sonar como un catalogo de precios. El objetivo es que el prospecto sienta que esta a punto de vivir una experiencia, no de comprar un servicio.'
Ginecología	Calido, profesional, sin juicio. La paciente puede tener verguenza o miedo.	'Usa siempre lenguaje inclusivo y calido. Nunca minimices una preocupacion medica. Si la paciente menciona dolor o síntomas preocupantes, derivar inmediatamente a atencion humana urgente.'
Cirugía General	Claro, directo, tranquilizador. El paciente tiene miedo a la cirugía.	'Prioriza la claridad sobre la calidez. El paciente de cirugía general quiere datos concretos: tiempo de recuperacion, dias en hospital, cuando puede regresar al trabajo. Responde esas preguntas primero.'

5.3 Los 3 escenarios que debes programar obligatoriamente

- 1. Pregunta de precio directo:** El prospecto pregunta cuanto cuesta sin dar más contexto. La IA debe dar un rango general, explicar que el precio exacto se determina en valoración y ofrecer agendar. Nunca dar un precio fijo sin contexto.
- 2. Prospecto con urgencia medica o dolor agudo:** Si alguien describe una emergencia, dolor intenso o situacion de riesgo, la IA debe salir inmediatamente del modo de atencion comercial y derivar a atencion de urgencias o humana. Este escenario no es negociable.
- 3. Prospecto que ya agendo y tiene dudas:** La IA debe reconocer que ya es paciente de la clinica, darle información de preparacion o cuidados segun corresponda y ofrecerle contacto directo si la duda es compleja.

5.4 Cuando la IA pasa la conversación al humano

La IA de Meta no es un reemplazo del equipo humano. Es el primer filtro que atiende, califica y calienta al prospecto. Estos son los momentos en que la conversación debe pasar a una persona real:

PASA AL HUMANO CUANDO:

- ◆ El prospecto esta listo para confirmar fecha de cirugía o cita.
- ◆ La pregunta involucra un caso médico complejo que requiere criterio clinico.
- ◆ El prospecto expresa una emergencia o situacion de riesgo.
- ◆ El prospecto muestra frustracion o no quiere seguir con la IA.
- ◆ La negociacion de precio llego a un punto de decision final.

COMO HACER LA TRANSICION SIN FRICCION:

La IA debe avisar al prospecto que lo conectara con un asesor o con el doctor directamente, y debe notificar al equipo humano de forma automatica con un resumen de la conversación previa.

Ejemplo de mensaje de transicion:

'Tu caso merece una atencion personalizada. Voy a conectarte ahora mismo con [nombre del asesor]. En segundos te atiende.'

BONUS**Scripts + Seguimiento + Métricas de Conversion**

Herramientas listas para implementar esta semana

Script de IA: Primer mensaje para clinica de medicina estética

Hola [Nombre], que gusto que nos escribas. Soy el asistente virtual de [Nombre de la clinica]. Vi que tienes una pregunta sobre [servicio mencionado]. Para orientarte de la mejor manera, cuéntame: ¿es algo que estas considerando por primera vez o ya tienes experiencia con este tratamiento?

Mientras te respondo, te cuento que el Dr. [Nombre] tiene más de [X] anos especializandose en esto y trabaja con los estandares más altos de seguridad y resultados naturales.

Script de IA: Primer mensaje para cirugía bariátrica

Hola [Nombre], me da mucho gusto que hayas escrito. Soy el asistente del consultorio del Dr. [Nombre], especialista en cirugía bariátrica.

Antes de cualquier cosa quiero decirte que aqui vas a encontrar información clara, sin juicios y con todo el tiempo que necesites para tomar la mejor decision para ti.

Cuéntame: ¿que te llevo a buscar información sobre la cirugía en este momento? Asi puedo orientarte mucho mejor.

Script de IA: Respuesta a pregunta de precio

Gracias por preguntar. El costo del procedimiento depende de varios factores especificos de tu caso, por lo que el precio exacto se determina en la valoración.

Lo que si puedo decirte es que el rango general es de \$[X] a \$[Y], que incluye [mencionar que incluye: honorarios, anestesia, hospital, seguimiento]. Siempre transparentes en el desglose.

La valoración inicial no tiene costo y en ella el Dr. [Nombre] te da el presupuesto exacto para tu caso. ¿Te agendo una cita? Tenemos disponibilidad el [dia] a las [hora] o el [dia] a las [hora].

Script humano: Seguimiento dia 2 (prospecto que no respondio)

Hola [Nombre], te escribo por si se te paso mi mensaje de ayer.

Nada urgente, solo queria saber si tuviste oportunidad de ver la información que te mande y si tienes alguna duda que pueda resolver.

Estoy aqui cuando quieras. Sin prisa ni compromiso.

Script humano: Cierre honesto (dia 10, ultimo intento)

Hola [Nombre], no quiero seguir escribiendote si el momento no es el correcto para ti.

Si en algun punto decides retomar la conversation o tienes nuevas dudas, aqui voy a estar. No hay ninguna prisa.

Te deseo lo mejor, y espero que encuentres la atencion que necesitas, sea con nosotros o con alguien más.

Plantilla de Métricas de Conversion: Dashboard Semanal

MÉTRICA	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
Total de mensajes nuevos recibidos				
Mensajes respondidos en menos de 5 min (%)				
Mensajes respondidos por IA de Meta (%)				
Prospectos calificados (mostraron intencion real)				
Citas de valoración agendadas				
Citas realizadas (asistieron)				
Tasa de conversion mensaje a cita (%)				
Tasa de conversion cita a cirugía o servicio (%)				
Leads perdidos por falta de respuesta				
Leads recuperados con seguimiento estructurado				
Costo por lead generado (\$)				
Costo por cita confirmada (\$)				
Ingresos generados por canal digital (\$)				

Resumen ejecutivo: Lo que debes implementar esta semana

#	ACCION	COMO HACERLO	IMPACTO ESPERADO
1	Medir tu tiempo de respuesta actual	Revisa los ultimos 20 mensajes recibidos. Calcula el tiempo promedio de primera respuesta.	Conocer tu punto de partida real
2	Activar respuesta automatica basica	En Meta Business Suite activa el mensaje de bienvenida automatico mientras configuras la IA.	Ningun lead sin acuse en menos de 1 minuto
3	Preparar los 6 bloques de información	Redacta la identidad, servicios, FAQs, limites, proceso y CTA de tu clinica para entrenar la IA.	Base para una IA que suena como tu clinica
4	Implementar el protocolo de seguimiento	Crea 5 mensajes de seguimiento (dia 1, 2, 5, 10 y 30) y guardalo en respuestas rápidas.	Recuperar el 30% de leads que se enfrian
5	Medir conversion semana a semana	Llena el dashboard de métricas cada viernes. Identifica donde se rompe el embudo.	Decisiones basadas en datos, no en intuicion

El paciente ya te busco. Tu trabajo es no dejarlo esperar.

Cada mensaje sin respuesta es una decision que tu competencia toma por ti. La velocidad no es un detalle operativo: es tu estrategia de marketing más rentable. Y ahora tienes las herramientas para automatizarla.

Si quieres que configuremos y entrenemos la IA de Meta especificamente para tu clinica, con tu tono, tus servicios y tu proceso de atencion, eso es exactamente lo que hacemos.

Adrian Vera | Marketing Médico | @adrianveragmk