

MATERIAL GRATUITO · BRANDING & ESTÉTICA

CHECKLIST DE MARCA PARA CLÍNICAS ESTÉTICAS

25 preguntas para mirar tu clínica como la mira una paciente antes de reservar. Marca lo que ya está resuelto. Lo que quede en blanco te indica por dónde empezar.

Cómo usarlo: responde con sinceridad, idealmente junto a quien atiende las consultas. Cuenta las marcas al final de cada bloque.

1. POSICIONAMIENTO

- ☐ Puedo explicar en una frase para quién es la clínica y qué hace mejor.
- ☐ Sé cuáles son los tres tratamientos que más sostienen la agenda y la facturación.
- ☐ Sé por qué una paciente elegiría la clínica y no a la competencia más cercana, sin hablar de precio.
- ☐ Los precios están en línea con la experiencia que la clínica ofrece.
- ☐ El equipo describe la clínica de la misma forma en que yo lo haría.

MARCAS EN ESTE BLOQUE: ___ DE 5

2. IDENTIDAD Y EXPERIENCIA

- ☐ Logotipo, colores y tipografía son los mismos en Instagram, la web, la fachada y los materiales impresos.
- ☐ La recepción, los uniformes y el espacio transmiten la misma sensación que las redes sociales.
- ☐ Hay un tono de voz definido: cómo habla la clínica y cómo no habla.
- ☐ Las fotos de la clínica y del equipo son propias, actuales y de buena calidad.
- ☐ Una paciente nueva reconocería la clínica por su imagen, incluso sin ver el nombre.

MARCAS EN ESTE BLOQUE: ___ DE 5

3. INSTAGRAM Y CONTENIDO

- ☐ La bio dice para quién es la clínica, dónde atiende y cómo reservar.
- ☐ Hay un calendario mensual con temas definidos antes de grabar.
- ☐ El contenido explica indicaciones, cuidados y el método de la clínica, no solo resultados.
- ☐ Los antes y después y los testimonios solo aparecen con autorización por escrito y dentro de la normativa.
- ☐ Sé qué publicaciones generaron conversaciones el último mes, no solo «me gusta».

MARCAS EN ESTE BLOQUE: ___ DE 5

4. GOOGLE Y WEB

- ☐ El Perfil de Empresa en Google tiene teléfono, horario, servicios y fotos actualizados.
- ☐ La clínica tiene reseñas recientes y responde a todas, también a las negativas.
- ☐ Quien busca el nombre de la clínica en Google encuentra la web y el perfil correctos.
- ☐ La web carga rápido en el móvil y cada tratamiento tiene su propia página.
- ☐ Hay una forma clara de contactar desde cualquier página.

MARCAS EN ESTE BLOQUE: ___ DE 5

5. ATENCIÓN Y RESERVAS

- ☐ Las consultas reciben respuesta el mismo día, también fuera del horario de atención.
- ☐ El equipo tiene guiones para las dudas más frecuentes: precio, indicación, contraindicaciones y disponibilidad.
- ☐ Sé de dónde llegan las consultas: Instagram, Google, recomendación o anuncios.
- ☐ Sé cuántas consultas se convierten en citas cada mes.
- ☐ Las pacientes que no reservaron reciben un seguimiento acordado, sin insistir.

MARCAS EN ESTE BLOQUE: ___ DE 5

CÓMO LEER EL RESULTADO

De 20 a 25 marcas	La base está ordenada. El siguiente paso es medir mejor y elegir dónde invertir para crecer.
De 12 a 19 marcas	La clínica funciona, pero partes de la marca no se hablan entre sí. Empieza por el bloque con menos marcas.
11 marcas o menos	Antes de invertir más en anuncios o contenido, ordena el posicionamiento y la atención. Ahí es donde suele perderse el dinero.

¿QUIERES AYUDA PARA DECIDIR EL SIGUIENTE PASO?

El Diagnóstico de marca de Branding & Estética analiza estos cinco bloques en tu clínica y termina en un documento con las prioridades. Se puede contratar por separado.

brandingestetica.com/es/diagnostico-de-marca