



# Ejercicios prácticos

**Define tu mensaje principal**



# Ejercicios prácticos, Define tu mensaje principal

## Introducción

Uno de los mayores errores en el marketing de fisioterapeutas es comunicar desde el punto de vista profesional y no desde la mente del paciente.

Este documento tiene como objetivo ayudarte a definir un mensaje principal claro, humano y efectivo, que sirva como base de toda tu comunicación digital.

Un mensaje bien definido:

- Hace que el paciente se identifique
- Facilita la creación de contenido
- Aumenta los mensajes y las citas
- Te diferencia sin necesidad de competir por precio

## 1. EL PROBLEMA REAL: POR QUÉ TU MENSAJE NO CONECTA

La mayoría de fisioterapeutas comunica así:

- "Tratamientos personalizados"
- "Fisioterapia avanzada"
- "Atendemos todo tipo de lesiones"

El problema no es que sea falso, sino que es genérico.

El paciente no se siente identificado porque no habla de él ni de su problema concreto.

En marketing sanitario, si el paciente no se reconoce en el mensaje, no actúa.

## 2. CÓMO PIENSA REALMENTE EL PACIENTE

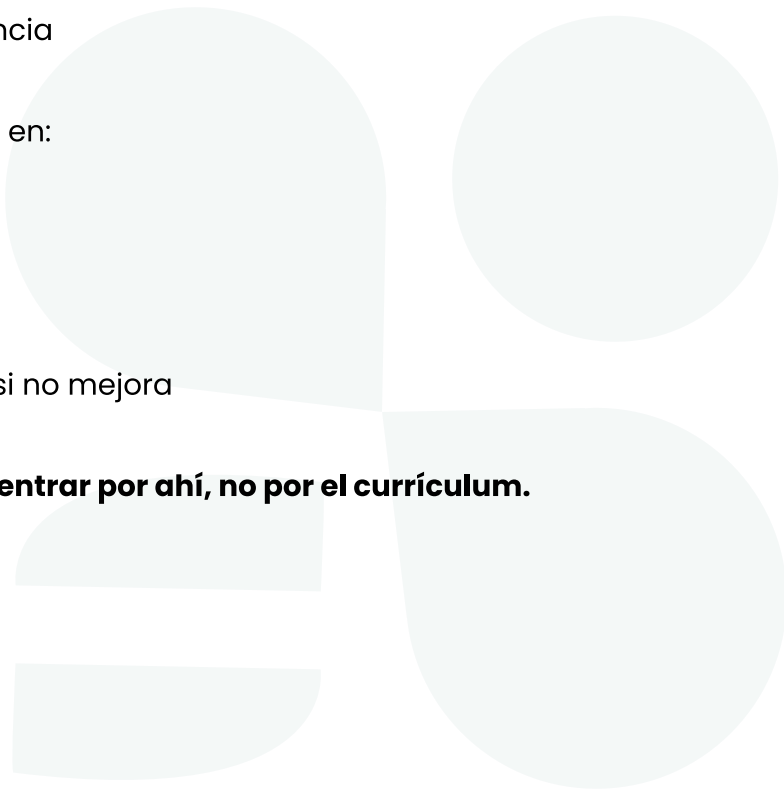
El paciente NO piensa en:

- Técnicas
- Métodos
- Estudios
- Años de experiencia

El paciente piensa en:

- Dolor
- Miedo
- Limitaciones
- Frustración
- Consecuencias si no mejora

**Tu mensaje debe entrar por ahí, no por el currículum.**



# Ejercicios prácticos, Define tu mensaje principal

## 3. QUÉ ES EL MENSAJE PRINCIPAL

El mensaje principal es la frase que define:

- A quién ayudas
- Con qué problema
- Para qué resultado

Debe ser:

- Simple
- Claro
- Comprensible para cualquier persona
- Repetible en todos tus canales

## 4. LA FÓRMULA BASE

Completa esta frase:

"Ayudo a \_\_\_\_\_ que tienen \_\_\_\_\_ a conseguir \_\_\_\_\_."

Ejemplos incorrectos:

- "Ayudo a personas a mejorar su salud física"
- "Tratamientos personalizados para todo tipo de lesiones"

Ejemplos correctos:

- "Ayudo a personas con dolor lumbar a volver a moverse sin miedo"
- "Ayudo a personas con dolor cervical a trabajar sin molestias"

# Ejercicios prácticos, Define tu mensaje principal

## 5. AFINAR EL MENSAJE (NIVEL PROFESIONAL)

Para mejorar tu mensaje:

- Elimina tecnicismos
- Usa palabras emocionales
- Habla de consecuencias reales
- Piensa en situaciones cotidianas

Ejemplo:

Mensaje básico:

**“Ayudo a personas con dolor de hombro a recuperarse.”**

Mensaje afinado:

**“Ayudo a personas con dolor de hombro que no pueden dormir bien a recuperar movilidad sin miedo.”**

## 6. EJERCICIO PRÁCTICO PASO A PASO

Paso 1: Escribe 3 versiones de tu mensaje usando la fórmula.

Paso 2: Léelas en voz alta.

Paso 3: Pregúntate: ¿lo entendería alguien sin conocimientos de salud?

Paso 4: Elige UNA sola versión.

Paso 5: Usa esa versión como eje de tu comunicación durante 30 días.

Importante: no cambies el mensaje cada semana. La repetición genera confianza.

## 7. DÓNDE USAR TU MENSAJE PRINCIPAL

Tu mensaje principal debe aparecer en:

- Bio de redes sociales
- Descripción de tu perfil
- Inicio de tu web
- Contenido recurrente
- Presentaciones y charlas

Si tu mensaje no está claro en estos puntos, el paciente se pierde.

## 8. ERRORES COMUNES A EVITAR

- Querer ayudar a todo el mundo
- Usar lenguaje técnico
- Cambiar el mensaje constantemente
- Copiar el mensaje de otros fisios
- Hablar más de ti que del paciente

Un mensaje claro no te encasilla, te posiciona.

Cuanto más específico es tu mensaje, más fácil es que el paciente correcto te encuentre, confíe en ti y te escriba.



ELIGE UNA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL  
**ESPECIALIZADA EN CLÍNICAS DE LA SALUD**

**COMO NOSOTROS**

**[www.beelevel.es](http://www.beelevel.es)**

 **614 517 813**

**[info@beelevel.es](mailto:info@beelevel.es)**