CHECKLIST · PLAY MARKETING

Diagnóstico de Presencia Digital

Los 12 puntos que reviso antes de aceptar un cliente nuevo — para que sepas exactamente dónde estás parado antes de invertir un solo dólar en marketing.

Play Marketing

playmarketing.ca

1. Búsqueda local

Si esto falla, todo lo demás es más difícil — es lo primero que reviso.

☐ Tu Google Business Profile está reclamado y verificado

No basta con que exista — tiene que estar bajo tu control, no el de una agencia anterior o nadie.

☐ Cada sucursal tiene su propia ficha, sin duplicados

Fichas duplicadas o "huérfanas" confunden a Google y a tus pacientes por igual.

☐ Nombre, dirección y teléfono (NAP) son idénticos en todas partes

Google, tu web, tus redes y directorios — cualquier inconsistencia le resta confianza a tu ficha.

☐ Tienes categoría principal correcta y categorías secundarias relevantes

La categoría equivocada te esconde de las búsquedas que sí importan.

CÓMO SE VE EN LA PRÁCTICA

Google Business Profile	"Clínica Vista Dental"
Sitio web	"Vista Dental Clinic"
Facebook	"Vista Dental — Clínica Dental Familiar"
Directorio Yelp	"Vista Dental - Downtown Office"

Cuatro nombres distintos para el mismo negocio. Google no puede confirmar que sea la misma entidad, así que reparte la autoridad de tu marca entre cuatro fichas débiles en vez de concentrarla en una fuerte.

2. Reputación y reseñas

☐ **Tienes un sistema (no solo buena suerte) para pedir reseñas**

Reseñas orgánicas y esporádicas no compiten con una clínica que las pide sistemáticamente después de cada cita.

☐ **Respondes tus reseñas — buenas y malas**

Una mala reseña sin respuesta pesa más que diez buenas sin contestar.

☐ **Ninguna reseña rompe normas de confidencialidad del sector**

Especialmente en salud — hay una forma ética de gestionar esto sin exponer información de pacientes.

3. Tu sitio web

☐ **Tienes una forma clara de contactarte en cada página**

Si alguien tiene que buscar cómo escribirte, ya lo perdiste.

☐ **Sabes cuántos visitantes realmente te contactan**

Sin esto, no puedes saber si tu web funciona o solo existe.

☐ **Tus servicios o tratamientos de mayor valor tienen su propia página**

Una sola página genérica compite mal contra alguien buscando algo específico.

4. Redes y contenido

☐ **Publicas con un calendario, no cuando se te ocurre**

Publicar sin estrategia consume tiempo y no construye autoridad real.

☐ **Todos tus canales dicen lo mismo sobre tu marca**

Si cada red suena distinta, no tienes una marca — tienes varias voces sueltas.

Cómo interpretar tu puntaje

10-12 marcados — Tu base es sólida. Lo que sigue es afinar: probablemente estás listo para invertir en visibilidad activa (contenido, pauta) en vez de en reparar fundamentos.

6-9 marcados — Tienes piezas reales, pero incompletas. Es la zona donde más negocios se quedan estancados sin saber por qué — porque a simple vista todo "existe", solo que no está conectado.

0-5 marcados — Hay trabajo de base pendiente antes de que cualquier otra inversión rinda. No es un mal diagnóstico — es la información más valiosa que puedes tener ahora mismo.

3 errores que veo más seguido en el Diagnóstico

1. **Fichas duplicadas en negocios multi-sede.** Cuando una sede se muda o cierra, la ficha vieja rara vez se elimina — Google sigue mostrándola, a veces por encima de la actual.
2. **Un formulario de contacto como único canal.** Sin línea telefónica dedicada ni opción de WhatsApp, se pierde a quien prefiere resolver algo en 30 segundos en vez de llenar un formulario y esperar.
3. **Contenido bilingüe que "suena traducido".** Un lector bilingüe lo nota de inmediato — y es justo el público que más pesa para un negocio latino en Norteamérica.

¿Marcaste menos de 9 de 12? Es exactamente la señal de que un Diagnóstico gratuito te ahorraría tiempo — te digo en 15 minutos qué de esto es más urgente para tu caso, sin cotización genérica de por medio.