

¿Cómo funciona una búsqueda en Doctoralia?

En nuestra página de inicio los pacientes pueden introducir un texto dentro de una barra de búsqueda escribiendo palabras como:

- a. Síntomas/enfermedades
- b. Motivo de la visita/servicio
- c. Categoría médica/especialidad
- d. Nombre de los profesionales

Las consultas pueden (o no) ser localizadas por ciudad, región o zona concreta

Por ejemplo: para consultas online los pacientes pueden elegir localizar o no su búsqueda, según sus necesidades. Sabemos que los pacientes prefieren ver a especialistas que están más cerca de su ubicación, pero en un momento de emergencia, como nos ha enseñado la experiencia del COVID-19, no queremos excluir ninguna opción. Los pacientes pueden encontrar un especialista disponible para una consulta online sin importar dónde se encuentre el especialista.

Después de realizar una búsqueda, **los pacientes pueden ajustarla más a sus necesidades utilizando uno o algunos de los filtros** que se muestran en la parte superior de la página de resultados, como **consultas online disponibles, enfermedades, servicios, aseguradoras y métodos de pago**. Por último, pero no menos importante, también es posible ver solo especialistas que atienden **niños, especialistas con reserva online de cita** o elegir **el tipo de perfil** (especialista o clínica).

Cada resultado de búsqueda está orientado al paciente. Nuestra plataforma está diseñada para capacitar a los pacientes y permitirles tomar sus decisiones de forma independiente, de acuerdo con sus necesidades. Esta es la razón por la que los resultados de búsqueda y las clasificaciones de los especialistas son únicos para cada paciente y cada consulta. **Por lo tanto, los resultados pueden fluctuar dinámicamente a diario**, en tanto que incorporamos nuevos especialistas todos los días y cada hora, y nuestro objetivo es asegurarnos de que tengamos un resultado que se ajuste a las necesidades de cada paciente.

¿Qué factores determinan la posición de especialistas y clínicas en el listado?

Tenemos en cuenta una variedad de factores, cada uno de ellos centrado en la experiencia de los pacientes. Los más importantes son las consultas de los usuarios: nuestras clasificaciones se basan principalmente en las métricas de los pacientes. **Esto significa que clasificamos los perfiles de los especialistas en función de lo "atractivos" y relevantes que sean para los pacientes, y de si proporcionan una mejor experiencia al paciente.** Asimismo, estamos comprobando también el número previo de reservas de cita para ayudar a los profesionales a maximizar sus esfuerzos.

Dado que los resultados de búsqueda son únicos para cada paciente, fluctúan dinámicamente según la **consulta** iniciada por cada uno de ellos, según la **disponibilidad del especialista específico** y, por último, pero no menos importante, según los **filtros** utilizados en nuestro listado.

Las necesidades de los profesionales, así como las de los pacientes, son únicas y pueden diferir de una especialidad a otra. Por esta razón, uno de nuestros pilares más fuertes es nuestro equipo de asesores de clientes: agentes dedicados y profundamente capacitados para el éxito del cliente que siguen y guían a nuestros clientes con un solo objetivo: **hacer que cumplan sus objetivos**. Su trabajo es ayudar a los profesionales a mantener actualizados sus perfiles, comprender sus necesidades y apoyarlos para optimizar el uso de nuestro producto.

Por otro lado, también es cierto que hay algunas acciones reconocidas que los profesionales pueden querer seguir para tener mejores perfiles y una muy buena conversión de su tráfico en más reservas y opiniones. Vamos a verlos.

1. Disponibilidad

Los usuarios acuden a nuestra plataforma para buscar un profesional de la salud y reservar una visita de manera online. Es por eso que tener una agenda habilitada y reservable es crucial para usted. Queremos presentar una variedad de especialistas con los que los usuarios pueden reservar online para que la experiencia de búsqueda y reserva de cita sea completa. Sabemos que los **criterios de búsqueda de nuestros usuarios difieren**: algunos usuarios llegan a nuestra plataforma con casos de emergencia, otros necesitan reservar una visita que no sea urgente pero que se ajuste a su horario. Recomendamos publicar en su perfil de Doctoralia todos los espacios disponibles (sucede que los pacientes también pueden necesitar un especialista durante el fin de semana) y mantenerlos actualizados.

2. Ser "atractivo"

En la fase de "exploración", cuando los usuarios buscan profesionales de la salud y los comparan, es importante que capte su atención y proporcione todos los detalles necesarios

para que un posible paciente tome la decisión final. **Asegúrese de que su perfil sea atractivo, preciso y actualizado:**

- Suba una foto de perfil adecuada.
- Enumere todos los servicios que ofrece con precios / coberturas de aseguradoras (es casi imposible que los pacientes reserven una visita si no conocen el precio o si no saben si su seguro estará cubierto)
- Asegúrese de que la descripción de su perfil sea completa y precisa (describese usted mismo: su experiencia y sus conocimientos; no se olvide de la información práctica: qué tipo de pacientes trata, qué idiomas habla, cómo pueden comunicarse con su consulta, etc.).

3. Las opiniones importan

Sabemos que nuestros pacientes están leyendo las opiniones de otros pacientes y que estas influyen en sus elecciones. Por ese motivo **los profesionales de la salud deben estar abiertos a las opiniones por parte de los pacientes**. Las opiniones son una fuente de información independiente y aumentan el atractivo de su perfil. También es bueno responder a las opiniones, ya sean positivas o negativas. Esto muestra que está comprometido con su trabajo y se comunica con los pacientes, lo que juega un papel importante en el proceso de decisión.

Creemos que las opiniones son un factor importante al evaluar la experiencia de reserva de cita de un paciente. Sin embargo, esto no significa que solo tengamos en cuenta la cantidad de opiniones: también consideramos su calidad y su actualidad.

Puede aprender más sobre cómo incrementar el número de opiniones [aquí](#).

4. Pacientes recurrentes

Debido a que nuestro enfoque de la clasificación en nuestra plataforma nunca fue estático, seguimos evaluando los listados para brindar la mejor experiencia a los pacientes. Hemos introducido una variable adicional que afecta el posicionamiento en los listados. Estamos analizando la proporción de pacientes que regresan. **Los pacientes recurrentes** son una señal para nuestro algoritmo de que los especialistas brindan una buena experiencia a medida que los pacientes regresan a ellos. Consideramos pacientes recurrentes aquellos que realizan su siguiente visita con el mismo especialista a través de Doctoralia.es. Sabemos que la proporción de pacientes que regresan difiere según la especialización, y nuestro algoritmo lo refleja. También proporcionamos herramientas que pueden ayudar a los especialistas a mejorarlo (puede leer más al respecto [aquí](#)).

¿Qué tipos de perfiles puede tener un profesional de la salud o una clínica en Doctoralia?

Nuestros clientes pueden elegir tener:

1. **Un perfil básico:** esta es una cuenta gratuita que permite a los especialistas crear su propio perfil e ingresar detalles básicos sobre su profesión y experiencias.
Por ejemplo: un cliente puede obtener las opiniones de los pacientes con un perfil básico, pero no puede recibir reservas por Internet, ya que la posibilidad de reservar en el calendario es una función dedicada a los perfiles Premium y First Class.
2. **Un perfil Premium:** esta opción brinda acceso a más servicios y características que permiten a los clientes ser más visibles, convertir su tráfico en reservas y brindar más servicios a sus pacientes.
Por ejemplo: si un cliente tiene un perfil Premium, los pacientes pueden reservar una visita por Internet desde su propio perfil. Los especialistas también pueden administrar sus visitas utilizando nuestra agenda, así como beneficiarse de muchas otras características interesantes.
3. **Un perfil First Class:** en este caso los clientes dispuestos a pagar tarifas adicionales pueden tener una posición más alta en nuestros listados de búsqueda en comparación con otros tipos de perfiles. El número de perfiles First Class es limitado. Solamente 15 clientes de la misma especialidad y localización pueden contratar perfiles First Class. Guardamos espacios fijos en la parte superior de cada página de los listados para perfiles First Class. Cuando tenemos más perfiles First Class que ubicaciones disponibles, entonces rotamos dichos perfiles First Class. En el caso de que, debido a esta rotación, un perfil no se muestre como perfil First Class para una búsqueda determinada, el cliente aparecerá posicionado según su puntuación entre los perfiles Premium y básico.