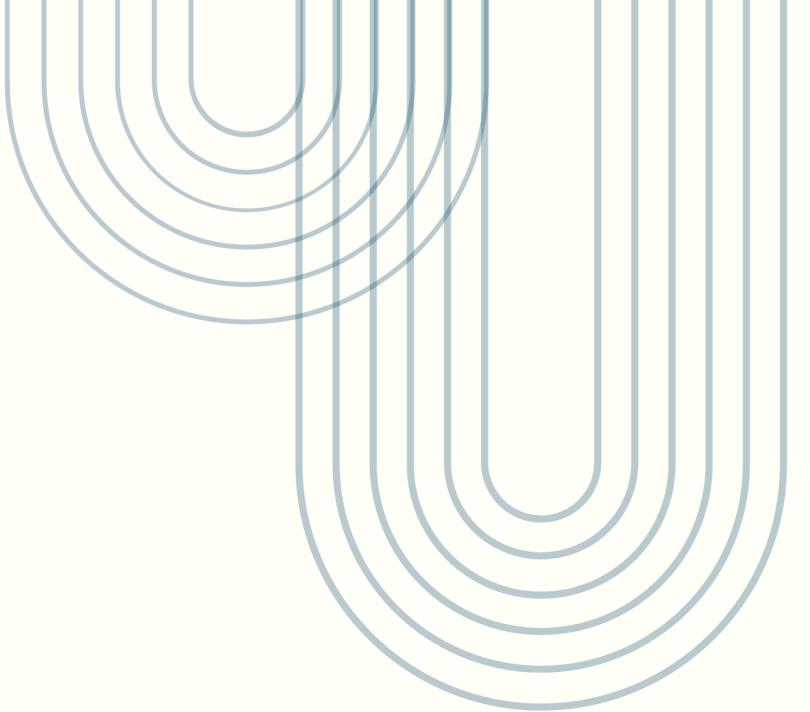




*Te devolvemos la confianza y seguridad*



# EQUIPO DE TRABAJO

**Dra. Karen Oconitrillo**

Médico y Fundadora

**Gte, Jose Retana**

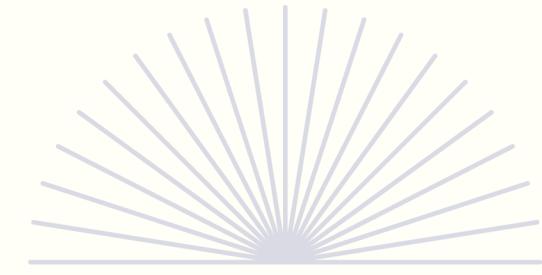
Gerente General



# ¿COMO COMENZÓ CLINICA KJ?

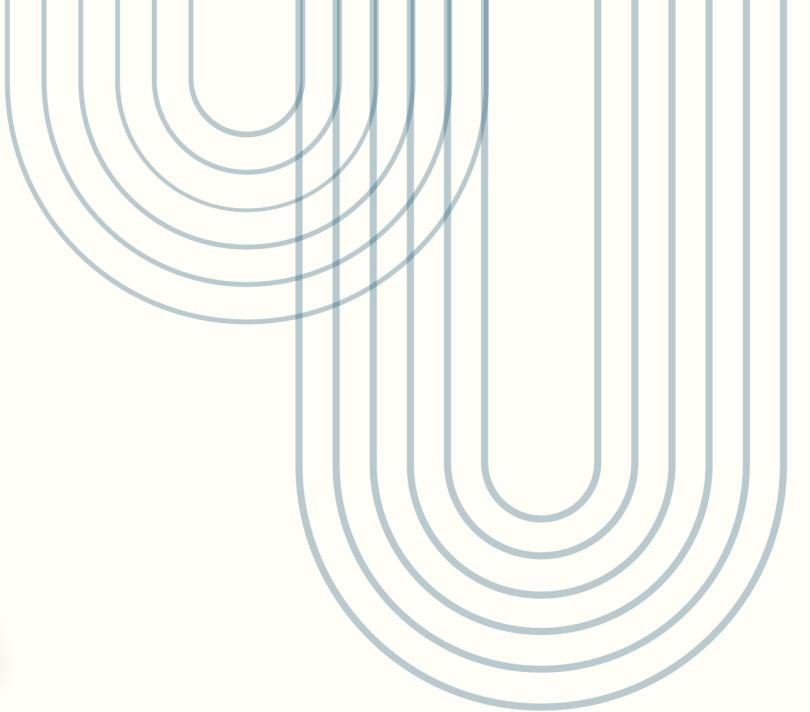
Luego de que Karen Oconitrillo concluyera sus estudios profesionales como médico y cirujano, se adentró en el mundo laboral en hospitales públicos del país. Sin embargo, deseaba poder emprender un camino más independiente, enfocándose en su área de preferencia: la medicina estética.

A inicios del 2018, fundó su primera clínica que se llamó “Clínica Santa Ana” en Aserrí de Desamparados.



# PLAN DE MARKETING

Para la elaboración de este proyecto, he logrado obtener la siguiente información, dando énfasis a las preguntas que analizaremos a continuación.



# PRODUCTOS ESTRELLA

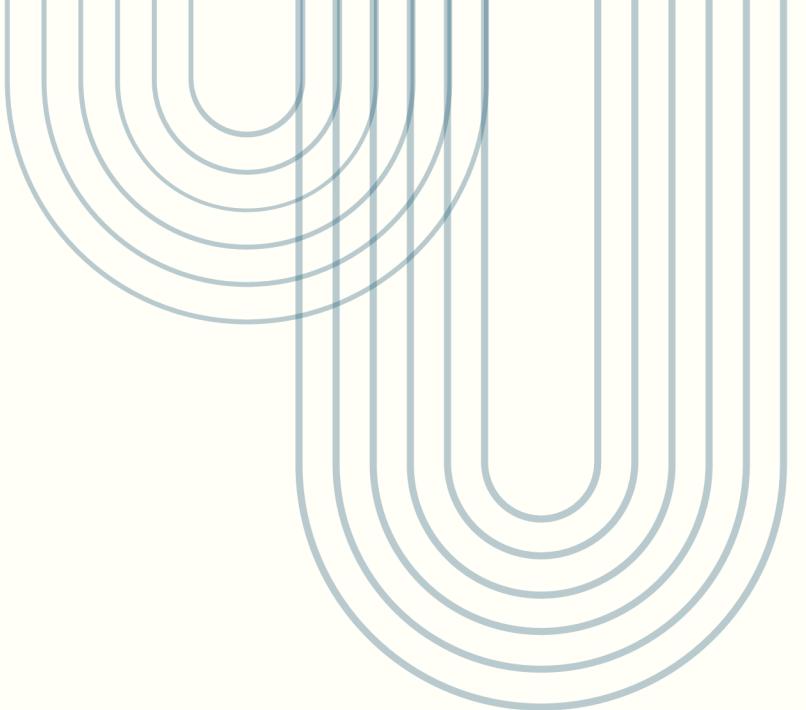
¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?

## Lipo-escultura

Procedimiento estético no invasivo, que brinda al paciente la posibilidad de moldear su figura a la deseada.

## Aqua Láser Lipo

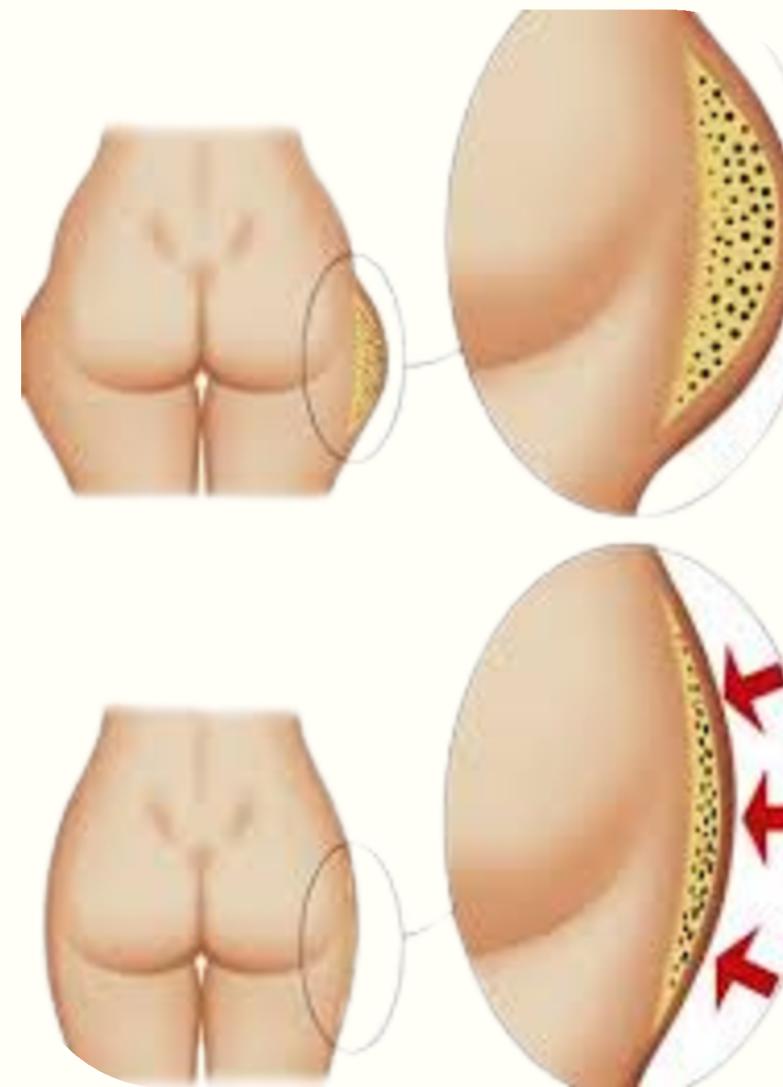
Minimamente invasiva, sin dolor y ambulatoria.

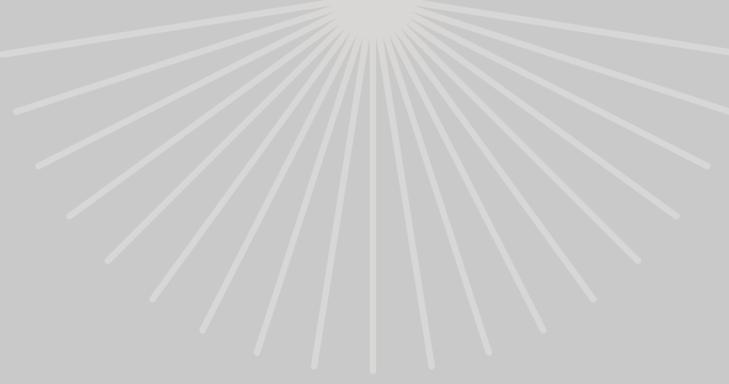


# LIPOESCULTURA

## Ejemplo

En la siguiente imagen vemos cómo funciona el tratamiento estético.





# FODA

Escribir los 4 aspectos del FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades- Amenazas) que identifica a la empresa?



## FORTALEZAS

Procedimientos seguros con personal capacitado, sin ninguna complicación médica, los resultados confiables y servicio personalizado con buen seguimiento a los pacientes.

## OPORTUNIDADES

Instalaciones más amplias sin embargo, en proceso de mejora y más equipo médico/estéticos para expandir la gama de servicios al público.



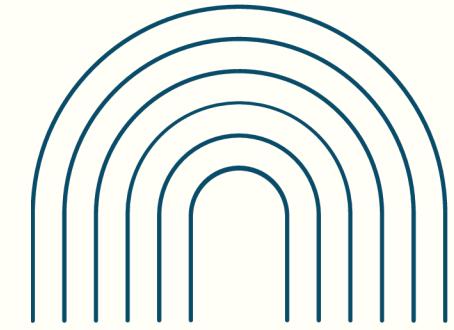


## DEBILIDADES

La prostitución de los procedimientos, convencer al paciente de procedimientos informales y mal aplicados.

## AMENAZAS

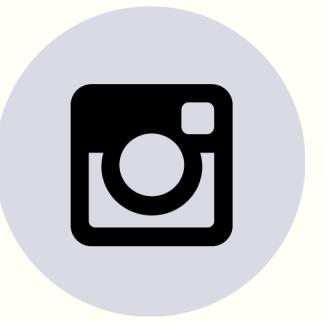
Que otras grandes empresas puedan ingresar en el mercado estético a nivel precio y no tanto calidad.



# REDES SOCIALES

---

¿Tienen redes sociales? ¿Cuáles son las direcciones web de sus redes sociales?



# CLINICAKJ

---

<https://www.instagram.com/clinicakj/>

Seguidores: 19,400



# CLINICAKJ

---

<https://www.facebook.com/clinicakj/>

Seguidores: 15,007



# ESTRATEGIA

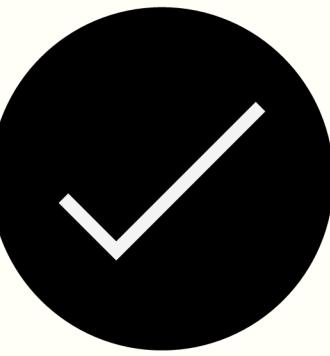
---

¿Cuál es la estrategia que usan para llegarle al mercado? Se alinea con los objetivos del negocio.



## PRECIO

Brindar un servicio que vaya de la mano en el aspecto calidad-precio. Tratamientos que son accesibles de costear para el público.



## COMPROMISO

Enfasis especial en el compromiso de brindar un resultado gratificante para el paciente, de acuerdo a lo esperado; con expectativas claras y reales.



## CONFIANZA

Devolver la seguridad a nuestros clientes especialmente, luego de malas experiencias estéticas obtenidas por tratamientos en el pasado.



# CASO DE ÉXITO

---

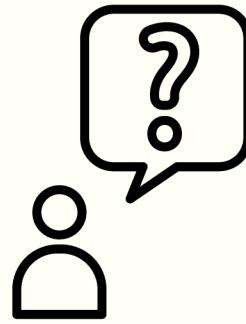
¿Tienen algún caso de éxito referente a un cliente  
hablando sobre el producto clave de la empresa. Sí o No.  
Cuál es?



# XINIA MIRANDA

Logró bajar de 100 Kilos a 75 Kilos.

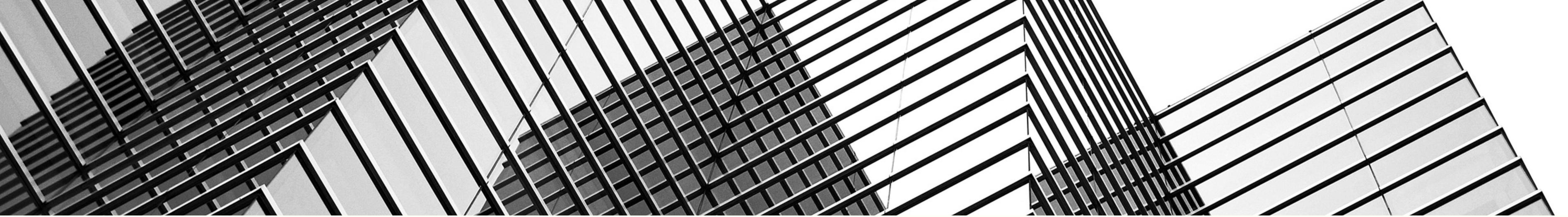
El tiempo de tratamiento: Inicio el tratamiento en Noviembre del 2023 y actualmente, aún se encuentra en proceso.



# MENSAJE

---

¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro porque los clientes deberían estar con su empresa y no con la competencia?



El mensaje muy es claro y conciso.

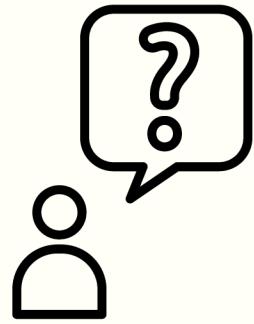
Su lema es " Te devolvemos la confianza y seguridad."

Comentarios usuales en consulta son:

"Es que yo me hice esto y no funciona.",

"Ya me canse de pagar y verme igual.",

"Pagué un paquete y nunca hay espacio."

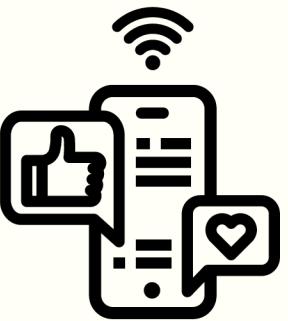


# EVALUACIÓN

---

¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto  
que ofrecen al usuario?

# MÉTODOS



## WHATSAPP



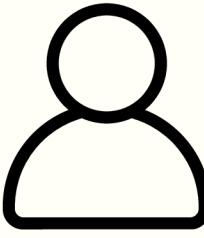
Se comunican con los clientes por medio de whatsapp para darles un seguimiento mas personalizado y ver como se ha sentido.



## LLAMADA TEL.



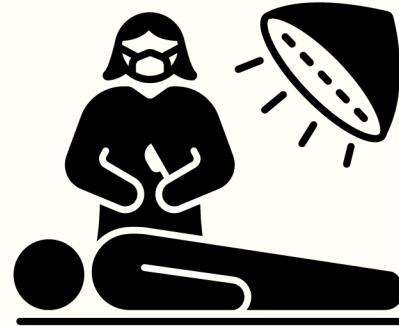
Es menos frecuente, sin embargo tambien realizan llamadas para dar seguimientos a los pacientes.



# CLIENTE

¿Por qué otro tipo de cliente no compra su producto o adquiere el servicio. Según su opinión, ¿cuáles pueden ser las causantes?

# CONTRASTE



CIRUGIA

El paciente que es quirúrgico y cree  
que los procedimientos invasivos van  
a ser mas efectivos que los  
mínimamente invasivos.



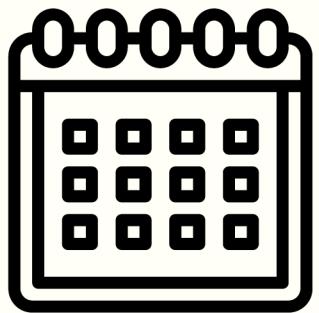
COMPROBAMOS

Los clientes que desean ahorrar  
costos y prefieren comprar productos  
a un menor costo pero de menor  
calidad.



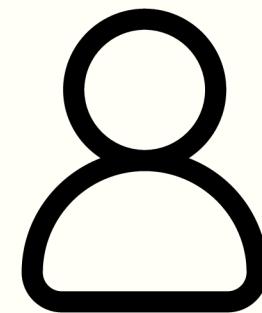
¿De acuerdo al objetivo del negocio, podrían requerir a futuro una aplicación?. Explique porque SI o NO?

# USOS



## AGENDAR

Darle la posibilidad al paciente de poder elegir un espacio disponible, sin necesidad de requerir asistencia de un tercero.



## PERFIL

Crear un récord para cada paciente, que pueda ser consulta en linea, donde pueda consultar sus citas, recetas médicas o cualquier otra información relevante.

**Muchas gracias.**