

## 1. Objetivo del manual

Este manual define cómo se expresa Neogenia en todos sus puntos de contacto: web, redes sociales, consultas, email, materiales educativos y comunicación comercial.

Su objetivo es garantizar una comunicación **coherente, humana, clara y basada en evidencia científica**, alineada con el propósito de Neogenia: devolver la calidad de vida a personas con disbiosis y problemas digestivos complejos.

## 2. Esencia de marca aplicada a la comunicación

### Qué hace Neogenia

Ayuda a personas que llevan tiempo sufriendo **síntomas digestivos y sistémicos** a entender qué ocurre en su cuerpo y a recuperar su calidad de vida y su bienestar a través del estudio y tratamiento de la microbiota.

### Mensaje clave:

*Ciencia y acompañamiento para que vuelvas a vivir sin dolor ni miedo a comer.*

### Cómo lo comunicamos

Desde la ciencia, con resultados probados, experiencias de pacientes, cercanía y acompañamiento humano.

### Qué nunca hacemos

- Prometer curas milagro
- Comunicar desde la moda o el hype
- Hablar de microbiota sin explicar límites y contexto

## 3. Personalidad y tono de voz

### Personalidad de Neogenia

Neogenia comunica como:

- Una **profesional experta** (sabe, estudia, contrasta)
- Una **acompañante empática** (escucha y valida)
- Una **educadora clara** (explica para comprender)

## Tono de voz

- **Directo:** sin parecer excesivamente médico o científico.
- **Casual profesional:** cercano, no excesivamente formal.
- **Cálido:** empático,
- **Educativo:** explica el porqué, pero sin tratar al paciente como un niño.

Do:

“Si llevas tiempo con hinchazón y problemas digestivos y no encuentras solución, no es normal. Probablemente el origen está en tu microbiota.”

Don't:

“Nuestro método revolucionario soluciona cualquier problema digestivo.”

## 4. Forma de dirigirse al paciente

- Siempre de **tú**
- Lenguaje respetuoso, nunca paternalista
- Validamos su experiencia y emociones

✓ “Sabemos lo frustrante que es comer sin saber cómo te va a sentar.”

✗ “El paciente presenta sintomatología digestiva.”

## 5. Lenguaje y estilo de redacción

### Principios clave

- Frases cortas, claras y sencillas de comprender
- Un mensaje principal y pocos mensajes secundarios
- Uso de ejemplos y analogías

### Uso del lenguaje científico

La terminología médica es bienvenida **siempre que se explique.**

Ejemplo:

“La disbiosis es un desequilibrio de la microbiota: cuando las bacterias beneficiosas y las que no lo son dejan de estar en equilibrio.”

## Palabras que SÍ usamos

Microbiota · Equilibrio · Evidencia · Personalizado · Acompañamiento · Bienestar.  
Calidad de vida

## Palabras que evitamos

Revolucionario · Cura · Detox · Solución definitiva

## 6. Pilares estratégicos de los mensajes

Siempre que nos comuniquemos a través de cualquier soporte (web, redes sociales, folletos, posters...) alinearse con al menos uno de estos pilares de nuestra propuesta de valor:

1. **Resultados reales y calidad de vida**  
*Vuelve a comer sin miedo. Recupera tu vida.*
2. **Transformación del paciente**  
El antes y el después importan, pero también el proceso.
3. **Rigor científico accesible**  
Ciencia clara, honesta y sin promesas vacías.
4. **Multidisciplinariedad demostrada**  
Mostramos cómo trabajan juntas digestivo, nutrición y psicología.
5. **Acompañamiento emocional integrado**  
El bienestar emocional es parte del tratamiento, no un extra.

## 7. Storytelling clínico de Neogenia

El storytelling es el eje central de la comunicación para generar conexión con los usuarios y convertirlos en leads y finalmente pacientes:

### Tipos de historias

- **Historia de transformación** (antes / después): el foco se pone en el *proceso*
  - “Antes de llegar a Neogenia, esta paciente llevaba años tratando la hinchazón solo con dietas. El estudio de microbiota mostró una disbiosis con sobrecrecimiento bacteriano. Al trabajar nutrición + probióticos + apoyo emocional, los síntomas se redujeron progresivamente.”
- **Historia de descubrimiento**: entender la microbiota cambia el abordaje
  - “Durante años, esta paciente había eliminado alimentos pensando que tenía intolerancias pero nada terminaba de funcionar. Al analizar su microbiota, descubrimos un desequilibrio claro que explicaba la hinchazón constante y el malestar tras comer”
- **Historia del paciente** (prueba social): el foco se pone en la *persona*

- “Laura, 42 años. Años con hinchazón diaria y miedo a comer fuera. Tras analizar su microbiota y ajustar nutrición y probióticos, en 6 semanas volvió a comer sin dolor.”
- **Historia del futuro** (qué es posible lograr)
  - “Imagínate volver a sentarte a la mesa sin pensar si te va a sentar mal. Salir a comer fuera sin miedo. Tener energía durante el día y no vivir pendiente de tu digestión. Cuando la microbiota vuelve a estar en equilibrio, el cuerpo deja de estar en alerta constante.

Reglas:

- Casos reales, aunque sean anónimos
- Resultados realistas
- Mostrar el proceso: Test → Interpretación → Plan → Seguimiento

## 8. Método Neogenia

Comunicar siempre el método Neogenia (ruta de tratamiento):

**Test → Interpretación → Plan personalizado → Seguimiento**

Esto aporta claridad, confianza y diferenciación.

## 9. Brand Voice Playbook para Redes Sociales

Las redes sirven para:

- Generar confianza y credibilidad
- Educar sin saturar
- Mostrar resultados reales
- Convertirnos en prescriptores

Cómo hablamos:

- Primera persona plural o segunda persona
- Tono cercano y profesional

Hooks recomendados

- “Si comes bien y aun así te hinchas...”
- “Esto no es normal, aunque te lo hayan dicho.”
- “En consulta vemos esto cada semana...”

Formatos prioritarios

- Reels (30s): doctores, nutricionista, microbióloga

- Carruseles con consejos prácticos: suplementos, recetas, formas de cocinar, qué pedir en un restaurante si tienes SIBO
- Casos de pacientes: antes y después

CTA habituales

- “Empieza a entender tu microbiota”
- “Reserva tu valoración inicial”

## 10. Framework de Casos de Paciente

### Estructura

Bloque	Qué se cuenta	Objetivo
1. Contexto inicial	Perfil del paciente y síntomas	Identificación del lector
2. Antes	Impacto en la vida diaria y emociones	Mostrar el problema real
3. Descubrimiento	Qué reveló la microbiota	Explicar la raíz y generar autoridad
4. Intervención Neogenia	Qué plan se aplicó y qué profesionales intervinieron	Mostrar método y multidisciplinariedad
5. Acompañamiento	Seguimiento y ajustes	Validar el acompañamiento humano
6. Resultados	Mejoras concretas y tiempo	Mostrar evidencia y eficacia
7. Después	Estado actual del paciente	Inspirar esperanza y motivación
8. Cierre humano	Frase final de impacto	Emoción, motivación a actuar

## 11. Referencias de comunicación (inspiración)

- Andrew Huberman- divulgación científica accesible

<https://www.youtube.com/shorts/Xopijs7m2UA>

- Dr. Emeran Mayer – eje intestino-cerebro  
<https://www.youtube.com/watch?v=6q5LzklGBds>
- Dr. Rob Knight – datos sin alarmismo
- Dr. Justin Sonnenburg – dieta y microbiota