

Social Maggie desvela las claves de la importancia de estar en las redes sociales para los médicos

Social Maggie será una de las ponentes del II Congreso Online que se celebrará del 25 al 27 de mayo

Las redes sociales son parte del día a día de casi todo el mundo, pero puede ser que a nivel profesional quepa la pregunta de si son o no realmente necesarias. Desde el punto de vista de Maggie Rojano, social media strategist y creadora de Social Maggie "para cualquier profesional sanitario, o para cualquier otro profesional de cualquier otro sector, no es obligatorio estar en redes sociales. Muchas veces me da la sensación de que los profesionales de la salud en general se sienten culpables por no estar en las redes y no es obligatorio".

Esta presencia es un tema muy controvertido, y por ello será uno de los bloques del II Congreso Virtual Transforma Tu Consulta del 25 al 27 de mayo, del que Maggie Rojano formará parte como ponente.

¿Por qué red social empiezo?

Lo primero que hay que tener claro es decidir si uno quiere tener visibilidad en redes sociales y trazar una estrategia. Una vez que se tiene esto claro hay que tener tres puntos establecidos:

- Contar con ayuda profesional. Según esta social media strategist, "si vas a pasar a usar las redes de un entretenimiento, a usarla como una herramienta de marketing recomendaría dar este salto con un profesional que sepa orientarte y hacer una estrategia para ello. Si se va a lanzar a usar redes sociales es preferible que cuente con un profesional que le oriente y así sacar el máximo partido y no malgastar recursos".

- Ser constantes. Es fundamental tener compromiso y constancia para lograr tener visibilidad.

- Las consecuencias de la visibilidad. "Si todo va bien y funciona, vas a tener mucha visibilidad. Esto tiene unas consecuencias, en forma de comentarios que no siempre son positivos y que tienes que gestionar con tu reputación online", puntualiza Maggie Rojano.

Cuando se tienen estos tres pilares claros, se puede saltar a las redes sociales. En este momento, se puede cuestionar por qué red social empezar. Maggie explica que "no hay una red social ganadora, por así decirlo. Cada red social es muy diferente. La respuesta rápida y correcta sería: donde esté tu público. Pero no eres adivina y no sabes dónde está tu público. Para ello, debes analizar primero lo que se llama en marketing el buyer persona".

¿Cuánto tiempo se deben dedicar a las redes?

Es una cuestión que se cuestiona mucho: el tiempo que hay que dedicarle a los perfiles de redes

sociales. Según la especialista, "si vas a decidir estar en las redes tienes que ser constante. Más que acto de presencia, yo haría hincapié en la constancia. No te pongas un mes a lo loco porque quieras lanzar lo que sea que tengas para lanzar y cuando hayas terminado te retires y nadie sepa nada más de ti. Es constancia, construir relaciones como en el mundo real. Constancia, periodicidad y que sea contenido de valor y aporte mucho", finaliza.

Datos de contacto:

Agencia de comunicación MAD&COR
www.madandcor.com
675943952

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Medicina Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>