

Pautas de Marketing Personal con Tarjetas Sociales

Antônio Inácio Ribeiro (*)

1. Si Ud. necesita aumentar su cartera de pacientes por los meses de vacaciones (julio, enero y febrero), envíe una carta donde informa al paciente que ya pasaron doce meses de la finalización del tratamiento y como tal, se indica una consulta para un chequeo bucal dónde se verificará el trabajo anterior y la necesidad eventual de algún otro tratamiento. Puede concluirla con una frase de efecto del tipo: ¡Prevenir es mejor que curar!

2. Una manera de agilizar las consultas de las cartas de la pauta anterior, es guiar a su secretaria para que después de una semana, llame a todos a quienes se les enviaron cartas, con el pretexto de preguntar si la dirección era correcta y si la misma ya llegó. Muchos clientes contestarán: Gracias por llamar. Yo estaba por llamar y pedir una consulta.

3. Para aumentar el número de nuevos pacientes, con la misma operación, la secretaria puede comentar que la visita de consulta de mantenimiento es rápida, más o menos de quince minutos, y en la función de esto preguntar si alguien más de la familia está necesitando tratamiento dental, para aprovechar los quince minutos restantes, para algún tratamiento rápido, por ejemplo: profilaxis.

4. Cuando la entrada de dinero es baja y el movimiento de la clínica poco, la manera de incrementarla es ofrecer una participación de cinco a diez por ciento en la cobranza de los clientes con deudas de más de un año. Para que la secretaria ocupe bien el tiempo, es conveniente determinar un horario para la ejecución de esta tarea que puede ser al principio de la mañana o de la tarde.

5. Cuando necesitamos aumentar nuevos pacientes, debemos aprovechar ese mismo horario que la secretaria está llamando, para hacer salidas rápidas por los alrededores de la clínica y visitar los puntos de circulación de personas y hacer amistad con gerentes y propietarios. Pueden ser farmacias, bancos, tiendas, prestadoras de servicio o profesionales liberales. Recuerde tomar una buena cantidad de tarjetas y dar la razón de su visita y para dar distinción a ellos anote a mano el número de su celular.

6. El mejor medio de obtención rápida de cliente siempre fue a través de la indicación de parte de sus amigos y parientes. La manera de activarlos y aumentarlos es realizando una llamada telefónica específica a los mismos, comentando que la situación es difícil y que usted agradecería si él le indicara un nuevo paciente. Al recibir un nuevo paciente, recuerde llamar y agradecer a cada uno de ellos. Esta llamada telefónica activa nuevas recomendaciones.

7. Todo profesional tiene un club, compuesto de pacientes que acostumbran sistemáticamente a indicar nuevos pacientes. Nosotros a veces nos olvidamos de ellos y por falta de contacto o de memoria, ellos dejan de recomendar. Una buena práctica es hacer una llamada telefónica invitando a una profilaxis gratis. Otra idea buena es tener un fichero o base de datos de clientes que acostumbran recomendarnos, para llamarlos en el día de su cumpleaños o aniversario o santo.





Representada en Chile por www.worldmarket.cl
info@worldmarket.cl Tel. 56-2-4746574 Fax 56-2-4150513

8. Ir a fiestas de casamiento, graduaciones, cumpleaños, ferias o capacitaciones son uno de los medios más agradables y entretenidos de hacer divulgación de su profesión. Podemos encontrar viejos pacientes, hacer nuevos amigos, potenciales candidatos a ser nuevos clientes. Para que el resultado de estas participaciones tenga el efecto más práctico, recuerde siempre llevar una buena cantidad de tarjetas en el bolsillo o en la cartera. Para evitar el olvido, debe tener siempre en su casa una caja de tarjetas que deben reponerse siempre que se terminen, mientras usa la caja vacía para no olvidarse de reponerla.

(*) Doctorando en Administración de Marketing por la Universidad La Rioja - España; Master Ejecutivo en Marketing por ISAE de la Fundación Getúlio Vargas, Especialista en Marketing PUC de Paraná; Habilitado para la Enseñanza en la Educación Superior de PUC de Paraná; Postgrado en Ventas y Marketing ADVB - Miembro de la Asociación de Líderes de Ventas y Marketing de Brasil; Administrador para el Universidad Mackenzie de São Paulo y Autor de los libros "Marketing para el Profesional Liberal" y "Secretos del Éxito" además de otros 20 en estas áreas.
ribeiro@odontex.com.br