

10 Maneras baratas de divulgar su clínica o consultorio.

Necesita hacer que el cliente se sienta importante.

Muchos dentistas creen que la publicidad es algo que se encuentra fuera de su alcance, demasiado caro, demasiado complicado y terminan por no hacerlo o hacerlo sólo una vez y como no ven resultados (o no pueden medirlos) terminan por dejarlo. Pero, cuando la publicidad es continua y focalizada, la clínica tiende a tener un flujo continuo de nuevos. Si los clientes potenciales tienen una visión positiva de sus servicios y su reputación antes de llamarlos o antes de que comience a tener que comprar, usted tiene más posibilidades de cerrar una venta, que en tiempos de crisis es una ventaja competitiva para su negocio.

Otra ventaja de la publicidad permanente es que no está ligado a una etiqueta de precio. Es sólo para enviar el mensaje correcto a la persona adecuada en el momento adecuado. He aquí diez ideas para hacer esto... sin gastar demasiado:

1. Haga clientes se sientan especiales. A los clientes les gusta ser reconocidos, especialmente en estos días donde todo es rápido y "el precio más bajo". Pase tiempo con él, envíeles tarjetas de cumpleaños, Navidad, Día de la Madre, etc. Añadir un toque personal a cada tarjeta de firmar de forma individual y una pequeña notita a mano para mostrar su cliente que te acuerdas de él y saber exactamente con quién estás hablando. Personalice su comunicación con el software de gestión. Escape de textos muy machacados como: "Estimado (a) Paciente..." y cree cartas personalizadas como "Hola Julia...". Todo el mundo al leer su nombre en la cabecera de una carta o tarjeta quiere saber el contenido y termina dando más atención a su comunicación.

2. Cree diferentes tarjetas para los clientes más asiduos. La mayoría de las tarjetas de presentación se descartan algunas horas después de la consulta. En lugar de tener su tarjeta estándar, crear tarjetas personalizadas.

3. Deje de servir a los clientes de los que no se beneficia. Si esta idea le da escalofríos, se equivoca. Si deja de servir a los clientes que no aprovecha, usted tiene más tiempo y recursos a los clientes que en realidad puede ayudar a crecer su negocio.

"Probablemente el 20% de sus clientes están contribuyendo a 150% y el 200% del beneficio anual; 70% no dan ganancias y el 10% del coste del 50% al 100% de sus

ganancias ", dijo el consultor Michael King. Analice bien sus datos de rentabilidad de los clientes y luego los anuncios directos y servicios especiales para los que cuidan.

4. Crear una lista de contactos de correo electrónico y enviar cartas por correo. La mayoría de empresas aprovecha el poder de los correos electrónicos y también deben enviarlas. Es muy económico. Sin embargo, ya que el e-mail marketing está en todas partes, se puede destacar que enviar, de vez en cuando, cartas personales por correo a los clientes existentes y potenciales. Sólo asegúrese de que estas cartas contengan algo que los clientes quieren leer, como noticias sobre las técnicas y los nuevos equipos que recientemente ha adquirido para su oficina, ofertas especiales o el gusto personal (un descuento en blanqueamiento dental, por ejemplo). Esta correspondencia tiene que ser de valor para los que leen, para reflejar el valor de sus servicios. **Recuerde: la mejor manera de vender es difundir.**

5. Participar en Congresos y conferencias. Puede crear rápidamente folletos interesantes con información de contacto, insertos con noticias de productos o una pequeña página web sobre un evento. Muestre a su público que está al día en las noticias y en constante actualización. Y si usted es uno de los oradores muestre subliminalmente su participación sin querer sonar arrogante.

6. Combinar negocios con placer... y solidaridad. Realizar o participar en un evento, fiesta o una conferencia por una causa que usted apoye. Esto brinda la posibilidad de conocer a varias personas y muestra sus habilidades de liderazgo. En el área de Salud la interacción social profesional es un importante motor de futuros negocios. En estos eventos evitar ser "comercial", después de todo está allí para ayudar a la comunidad o la causa. Sólo su presencia y dedicación en un acto, genere buenos frutos a medio plazo, sea paciente.

7. Crear eventos en entornos agradables .Usted puede crear un evento para celebrar el día de la madre, el padre o los niños, con reseñas de "libre" para ese grupo en particular. Realizar una llamada interesante y ofrecer un regalo para los que asisten a su "evento" (una flor, un juguete, un libro, etc.). Si usted tiene una página de Facebook o un perfil en Instagram puede hacer la divulgación y el uso no incluyendo técnicas de remarketing para atraer a un público específico sin gastar mucho.

8. Conviértete en un experto en línea. Sepa lo que interesa a sus consumidores que preguntas tienen en mente, crear un libro electrónico y ofrecerlo de forma gratuita puede ser una buena solución. Se trata de una estrategia de "muestra gratis" para ganar nuevos negocios. La recompensa viene en forma de clientes.

9. ¿Ligar con medios de comunicación locales. Para recibir la cobertura de los medios de comunicación locales, ya sea periódico, televisión, estaciones de radio o revistas especializadas, necesita una nueva historia en el momento adecuado. Un paso más allá es contratar a un profesional de relaciones públicas o de la oficina de prensa. Se obtendrá un espacio para la información, después de que los representantes de los medios de comunicación y enviar comunicados de prensa hablan de su empresa. Normalmente, esto se puede hacer por un corto plazo o de vez en cuando.

10. Por último, no dejes que escapen los clientes. Haga un esfuerzo para traerlos de vuelta. Cuesta mucho menos traer un cliente insatisfecho o que no aparece en mucho tiempo que atraer uno nuevo. Si usted no ve un cliente en un tiempo, enviar un e-mail personalizado (este proceso se puede automatizar) preguntando si está bien. Para un cliente que pasó por una mala situación, usar el teléfono, reconocer la situación y pregunte si hay algo que puedes hacer. Un descuento también es bueno. Sea amable con los clientes es la publicidad más inteligente y más barato se puede hacer.

Adaptado da Revista PEGN