

idea.



Concept

Design

Success



MARKETING PARA DENTISTAS

MARKETING

CONVIERTE TU CLÍNICA DENTAL
EN UN NEGOCIO EXITOSO

BIENVENIDAS A ESTE E-BOOK CREADO PARA QUE NO OLVIDES LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL MARKETING EN LA ESTRUCTURA DE UN NEGOCIO INTERNO Y EXTERNAMENTE, TU IMAGEN SI IMPORTA.

ESPERAMOS QUE ESTAS PAUTAS TE AYUDEN, Y GRACIAS POR PARTICIPAR DE ESTE TALLER.



ESTRUCTURA DE MARKETING

PARA PODER CONSTRUIR BASES FIRMES DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING, SE DEBE DE COMENZAR POR ESTRUCTURAR, ES DECIR, DEFINIR LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL, LA OPERACIÓN MISMA DEL MARKETING Y CONTAR CON LOS MANUALES NECESARIOS. ESTO TE PERMITIRÁ DETECTAR ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA QUE PUEDAS IMPLEMENTAR MEJORAS EN TU CLÍNICA.

1. REALIZA UN PLAN DE MARKETING

ESTO TE PERMITIRÁ VISUALIZAR CON ANTELACIÓN LA RUTA Y ESTRATEGIAS QUE DEBES SEGUIR, DEFINE TODOS LOS ASPECTOS DE ESTA ÁREA, CON ESTO TENDRÁS CONTROL PARA EVALUAR Y MEDIR LOS RESULTADOS. UTILIZAR EL MARKETING DE UNA MANERA SÓLO INTUITIVA HARÁ QUE OCUPES UN PORCENTAJE MÍNIMO DE LO QUE ESTA HERRAMIENTA PUEDE HACER POR TI Y TU NEGOCIO.

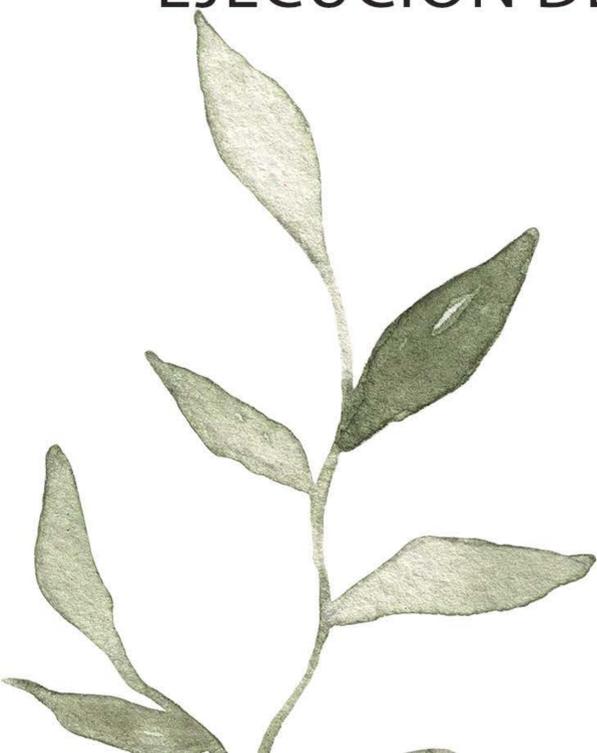


2. ELABORA UN MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE

ENTRE MÁS DEFINIDOS Y ESTANDARIZADOS SE ENCUENTREN LOS PROCESOS, MÁS FÁCIL SERÁ EJECUTARLOS CORRECTAMENTE. EL SERVICIO AL CLIENTE ES CRUCIAL PARA TODO NEGOCIO Y DESARROLLANDO UN MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE ÉSTE PODRÁ BRINDAR MEJORES RESULTADOS.

3. CONTRATA O DEFINE UN RESPONSABLE PARA EL ÁREA DE MARKETING APENAS PUEDES

LA FUNCIÓN DE MARKETING ES IGUAL DE IMPORTANTE QUE EL RESTO DE LOS DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA, POR LO TANTO, ASIGNAR UN RESPONSABLE, COORDINADOR O GERENTE, SERÁ DE SUMA IMPORTANCIA PARA ASEGURAR LA CORRECTA EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING.



4. CUENTA CON UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

LA ESTANDARIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN UNIFORME DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE TU CLÍNICA O MARCA PERSONAL VIENE DESDE LA CREACIÓN DE UN MANUAL. APLICACIONES, LOOK & FEEL Y LINEAMIENTOS SON INDISPENSABLES EN ESTE DOCUMENTO. PARA VOLVERTE MARCA DEBES SER CAPAZ DE SER RECONOCIBLE, ESTO NO SE PUEDE LOGRAR SI VAMOS CAMBIANDO LA IMAGEN SEGÚN EL DISEÑADOR DE TURNO.

5. TEN UNA PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES FUNCIONALES

LA COMUNICACIÓN DIGITAL ES PRIMORDIAL, POR ELLO, LOS ELEMENTOS MÍNIMOS CON LOS QUE TODA EMPRESA DEBE CONTAR ES UNA PÁGINA WEB FUNCIONAL Y RESPONSIVE (ADAPTABLE A TODOS LOS FORMATOS), ASÍ COMO REDES SOCIALES ALIMENTADAS DE FORMA CORRECTA Y CONSTANTE.

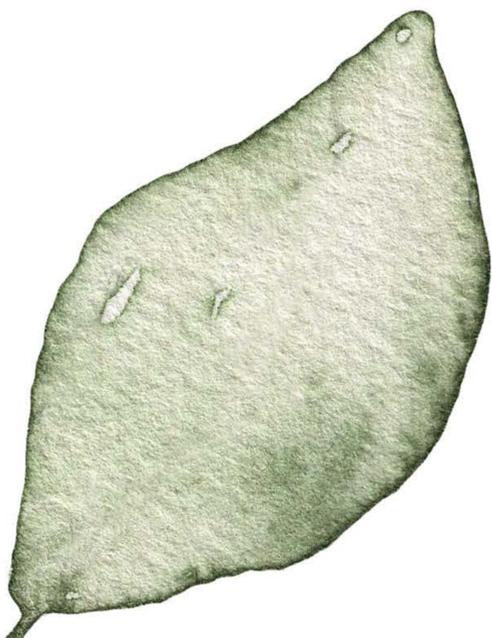


ENDOMARKETING

EL ENDOMARKETING ABARCA TODAS LAS ACCIONES EJECUTADAS HACIA DENTRO DE LA CLÍNICA. EN POCAS PALABRAS, ES EL ENFOQUE DEL MARKETING HACIA LA COLABORACIÓN, RECIPROCIDAD Y FELICIDAD DE QUIENES TRABAJAN CONTIGO.

6. CREA UN PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL PARA TUS COLABORADORES

TODA PERSONA DESEA PERTENECER A UNA EMPRESA QUE SE PREOCUPE POR SU CRECIMIENTO DENTRO DE ELLA. ES POR ESTO QUE TENER ESTABLECIDO UN PLAN DE CARRERA TE PERMITIRÁ GENERAR UN MAYOR COMPROMISO.





7. DESARROLLA UNA BREVE INDUCCIÓN A LA CLÍNICA PARA EL PERSONAL NUEVO

CONTAR CON UN PROGRAMA DE INDUCCIÓN A LA EMPRESA ES LA FORMA MÁS FÁCIL DE INICIAR A COMPARTIR CON ELLOS LA VISIÓN Y OBJETIVOS DE TU CLÍNICA O CONSULTA, ASÍ COMO EL RESTO DE LA FILOSOFÍA QUE DEBEN APOYAR Y ADOPTAR QUE ES LO MÁS IMPORTANTE.

8. TEN DEFINIDOS PERFILES Y DESCRIPCIONES DE PUESTO

SIEMPRE ES MÁS FÁCIL REALIZAR UNA TAREA CUANDO ÉSTA SE ENCUENTRA DESCRITA. CONTAR CON PERFILES Y DESCRIPCIONES DE PUESTO PARA EL PERSONAL NUEVO TE PERMITIRÁ QUE ALCANCEN MÁS FÁCILMENTE LOS OBJETIVOS. NO DES LAS COSAS POR HECHO, SI ELLOS NO REALIZAN ALGO POR QUE NO SE LOS ENSEÑASTE PASA A SER TÚ RESPONSABILIDAD.



SERVICIO AL CLIENTE

GENERA UNA EXPERIENCIA SOBRESALIENTE PARA EL CLIENTE, COMO LA ATENCIÓN PERSONAL, TELEFÓNICA Y EN LÍNEA.

9. CREA UNA EXPERIENCIA AGRADABLE PARA EL CLIENTE

CREAR UN SISTEMA DE ATENCIÓN Y UN CONCEPTO DE EXPERIENCIA TE AYUDARÁ A QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE SEAN ALCANZADAS Y SUPERADAS EN CADA VISITA

10. EVALÚA TU SERVICIO

TENER MEDIDAS IMPLEMENTADAS PARA EVALUAR CONSTANTE O PERIÓDICAMENTE LA CALIDAD DEL SERVICIO, TE PERMITIRÁ MEJORAR ESTE VALIOSO ELEMENTO PARA LOS CLIENTES.



BRANDING

11. EL DESARROLLO DE BRANDING EN UNA EMPRESA O CLÍNICA IMPLICA LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA, VERIFICACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL LOGOTIPO, ESLOGAN, TEXTO, COLORES Y TIPOGRAFÍA. ASÍ MISMO, DEBES CUIDARTE DE LAS APLICACIONES EN PUBLICIDAD Y TODOS AQUELLOS ELEMENTOS QUE CONTENGAN LA MARCA.

TRABAJA EN UN CONCEPTO DIFERENCIADOR

CONTAR CON MEDIOS DISPONIBLES DE COMUNICACIÓN PARA QUE LOS CLIENTES NOS CONTACTEN, ES INDISPENSABLE. DEBEN PERMITIR ESE ESPACIO LIBRE Y SIN PRESIÓN PARA QUE ELLOS SEAN HONESTOS CONTIGO.



12. ATIENDE TODOS LOS ASPECTOS DEL BRANDING ARQUITECTÓNICO

LAS INSTALACIONES DE TU CLÍNICA O CONSULTA SON PARTE IMPORTANTE DE LO QUE LOS CLIENTES PERCIBEN DE TU MARCA, POR LO TANTO, DEBEN DE SER CUIDADAS Y PERMEADAS CON TU CONCEPTO DE BRANDING

13. TÚ ERES UNA EXTENSIÓN DE LA MARCA, TRABAJA EN TU IMAGEN PERSONAL

LAS PERSONAS TAMBIÉN SON PARTE DEL BRANDING DE LA EMPRESA, POR LO TANTO TE DEBES OCUPAR DE QUE TÚ IMAGEN PERSONAL VAYA ACORDE A LO QUE LA MARCA DESEA TRANSMITIR



14. EL MATERIAL QUE ENTREGUES AL CLIENTE, DEBE TENER TU MARCA

SI CONTAMOS CON UNA MARCA, DEBEMOS DE UTILIZARLA. TODOS LO QUE ENTREGAS, BIEN SEAN PRODUCTOS, PROMOCIONALES O MATERIAL INFORMATIVO QUE DEMOS AL CLIENTE, DEBEN ESTAR DISEÑADOS Y ADECUADOS A NUESTROS LINEAMIENTOS DE MARCA, Y POR SUPUESTO, CONTAR CON EL LOGOTIPO Y LOS COLORES CORPORATIVOS.

15. CONOCE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE TU CLIENTE

CONOCER AL CLIENTE Y SUS NECESIDADES ES EL PRIMER PASO PARA PODER CREAR UNA ESTRATEGIA DE VENTA ADECUADA. DEFINE QUÉ INFORMACIÓN REQUIERES Y PREGÚNTALA MEDIANTE UN CUESTIONARIO O DE MANERA INFORMAL DURANTE LA CITA Y CREA CON ELLO UNA BASE DE DATOS.





16. CREA GUIONES QUE PERMITAN ESTANDARIZAR LA ATENCIÓN

CADA VENDEDOR O PERSONA QUE INTERACTÚE CON LOS CLIENTES, DEBE TENER SU ESTILO Y ACTUAR CON NATURALIDAD. SIN EMBARGO, CONTAR CON GUIONES PERMITIRÁ HACER MÁS EFICIENTE EL SERVICIO Y ASEGURAR QUE LOS CLIENTES SIEMPRE SEAN ATENDIDOS DE LA MISMA MANERA

17. OFRECE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

LA VENTA CRUZADA ES UNA BUENA ESTRATEGIA PARA AUMENTAR EL VALOR PROMEDIO POR CLIENTE. OFRECE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE DE ACUERDO AL PERFIL Y NECESIDADES DE TU CLIENTE PUDIERAN SERLES DE UTILIDAD. SIEMPRE SIENDO HONESTA Y BUSCANDO EL MEJOR RESULTADO PARA TU PACIENTE



*¡Esperamos que hayas
disfrutado!*

Y ESTO TE PERMITA HACER UN CHECKLIST PARA
MEJORAR ASPECTOS DE MARKETING IMPORTANTES PARA TI....

**PERO SOBRE TODO ESPERAMOS QUE HAYAS
APRENDIDO MUCHO DE ESTE EBOOK!**

