

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

El tipo de relación que establecemos con cada segmento de clientes se adapta a sus necesidades específicas y busca construir un vínculo duradero basado en confianza, accesibilidad y satisfacción:

1. Atención personalizada:

- Ofrecemos soporte humano dedicado, ideal para personas mayores y clientes con movilidad reducida que necesitan una atención más cercana y comprensiva.
- Las líneas telefónicas están atendidas por personal capacitado para brindar orientación clara sobre el uso de medicamentos y resolver inquietudes específicas.
- Los farmacéuticos disponibles ofrecen un servicio directo que refuerza la seguridad y confianza en el tratamiento del cliente.

2. Asistencia automatizada:

- La plataforma digital proporciona una experiencia eficiente y accesible para gestionar pedidos, realizar pagos y recibir actualizaciones en tiempo real sobre el estado de las entregas.
- Se incluye una sección de preguntas frecuentes detallada y un chatbot para responder de forma inmediata a dudas comunes, reduciendo tiempos de espera.
- Recordatorios automáticos aseguran que los clientes no olviden reponer sus medicamentos esenciales.

3. Relaciones proactivas:

- Implementamos campañas de seguimiento diseñadas para clientes recurrentes, incluyendo comunicaciones personalizadas sobre promociones y nuevos servicios.
- Los recordatorios de reposición de medicamentos ayudan a mantener la continuidad de los tratamientos, evitando interrupciones perjudiciales para la salud.
- Encuestas periódicas de satisfacción permiten identificar áreas de mejora, garantizando que el servicio evolucione con las necesidades del cliente.

4. Comunidad y confianza:

- Creamos programas de fidelización que recompensan a los clientes por su lealtad con beneficios exclusivos, descuentos o envíos gratuitos.
- Boletines informativos periódicos proporcionan contenido educativo y consejos relacionados con la salud, mostrando un compromiso genuino con el bienestar de los clientes.
- Promovemos una comunicación abierta y constante, fortaleciendo la percepción de nuestra marca como un aliado confiable en el cuidado de la salud.

Conclusión:

Este modelo no solo mejora la experiencia del cliente mediante soporte humano y herramientas digitales eficientes, sino que también fortalece la confianza y la lealtad a través de programas de fidelización, educación y comunicación constante. Al priorizar el bienestar y la satisfacción, se crea un vínculo duradero que posiciona a la empresa como un aliado confiable en el cuidado de la salud.