

Fase 6: Relación con los Clientes

Objetivo: Definir y analizar las estrategias que utilizarás para establecer, mantener y fortalecer la relación con tus clientes, alineándolas con las necesidades de tu negocio y tus segmentos de clientes.

Instrucciones:

1. Tipo de relación con los clientes:

o Describe el tipo de relación que tendrás con tus clientes.

o Piensa en opciones como:

- Relación personal (atención personalizada, asesoramiento).
- Relación automatizada (uso de bots, formularios online).
- Autoayuda (recursos que los clientes pueden usar por sí mismos).

En nuestra clínica buscaremos relaciones personales con los clientes ya que los servicios que ofrecemos son tratamientos personalizados a cada uno de nuestros pacientes caracterizados con las necesidades que puedan presentar por la lesión que tengan en ese momento. Utilizaremos las relaciones automatizadas con el uso de nuestras redes sociales y nuestro número de teléfono para enviar notificaciones de recordatorio de citas y dudas sobre las lesiones de cada paciente y nuestras redes sociales como relaciones de promoción de nuestras ofertas en bonos de tratamientos.

2. Estrategias de captación de clientes:

o Explica cómo atraerás a nuevos clientes a tu negocio.

o Incluye tácticas como programas de prueba, eventos, promociones iniciales o campañas publicitarias.

- **Promociones Iniciales:**
 - + **Descuento de bienvenida:** Ofrecer un 30% de descuento en la primera sesión o consulta inicial gratuita.
 - + **Paquetes promocionales:** Crear ofertas especiales en paquetes de sesiones, como 5 sesiones por el precio de 4.
 - + **Referidos:** Por cada cliente nuevo referido, ambos (cliente nuevo y quien lo refiere) obtendrán un descuento o una sesión gratuita.
- **Programas de Prueba:**
 - + **Jornada de valoración gratuita:** Organizar días específicos donde los clientes puedan realizarse una evaluación inicial sin costo.
 - + **Mini sesiones de fisioterapia:** Ofrecer sesiones cortas de 20-30 minutos a precio reducido para darles una muestra del servicio.

- **Eventos y Talleres:**
- + **Talleres gratuitos:** Organizar talleres sobre temas como "Cómo prevenir lesiones en la oficina" o "Técnicas para mejorar la recuperación muscular."
- + **Participación en eventos deportivos:** Ofrecer valoraciones gratuitas, masajes rápidos o charlas sobre cuidado físico en competiciones locales.
- **Campañas Publicitarias:**
- + **Redes sociales:** Publicar contenido educativo y promocional en Instagram, Facebook y TikTok, incluyendo anuncios dirigidos a personas interesadas en salud y bienestar en tu área.
- + **Publicidad local:** Usar periódicos locales, radios y carteles en puntos clave como gimnasios, farmacias y centros médicos.
- **Colaboraciones Estratégicas:**
- + Asociarme con gimnasios, entrenadores personales, y médicos especialistas para recibir referencias y ofrecer descuentos a sus clientes o pacientes.
- + Crear alianzas con empresas para ofrecer programas de fisioterapia laboral a sus empleados.
- **Fidelización y Seguimiento:**
- + Ofrecer descuentos en futuras sesiones para quienes reserven inmediatamente después de su primera visita.
- + Realizar seguimientos personalizados a nuevos clientes para reforzar la relación y motivarlos a continuar el tratamiento.

3. Estrategias de fidelización:

o Detalla cómo mantendrás a tus clientes actuales comprometidos y satisfechos.

o Considera métodos como programas de recompensas, descuentos exclusivos, soporte de calidad o contenido personalizado.

- **Programas de Recompensas:**
- + **Sistema de puntos:** Cada sesión realizada otorga puntos que pueden canjearse por descuentos en futuras visitas o servicios adicionales, como masajes o terapias especializadas.
- + **Bonificaciones por lealtad:** Ofrecer sesiones gratuitas o descuentos importantes tras un número determinado de visitas.
- **Descuentos Exclusivos:**
- + Ofrecer promociones especiales solo para clientes regulares, como descuentos en paquetes de sesiones o terapias complementarias.

- + Crear campañas de temporada, por ejemplo, descuentos en fisioterapia deportiva antes de eventos deportivos locales.
- **Soporte de Calidad:**
- + **Seguimiento personalizado:** Llamadas o mensajes posteriores a las sesiones para conocer el progreso del cliente y ofrecerles recomendaciones.
- + **Atención personalizada:** Asegurar que cada cliente reciba un plan de tratamiento adaptado a sus necesidades y objetivos.
- + **Facilidad de contacto:** Brindar acceso a consultas rápidas por correo electrónico o WhatsApp para resolver dudas relacionadas con el tratamiento.
- **Educación y Contenido Personalizado:**
- + Enviar correos electrónicos con consejos, ejercicios personalizados y artículos relacionados con las condiciones específicas de cada cliente.
- + Compartir videos y guías exclusivas sobre cómo mejorar la recuperación o prevenir recaídas en redes sociales o plataformas privadas para clientes.
- **Evaluaciones Regulares:**
- + Ofrecer valoraciones periódicas gratuitas para evaluar su progreso y ajustar sus tratamientos según sea necesario.
- + Organizar sesiones de revisión grupales o individuales para motivar a los clientes a seguir con sus terapias.

4. Estrategias de crecimiento:

o Describe cómo harás crecer tu base de clientes.

o Piensa en estrategias como referencias por parte de clientes actuales, ampliación de servicios o desarrollo de nuevas funcionalidades para tu producto.

Realizaremos una minienquesta para que los clientes nos den su opinión sobre la clínica y trabajadores y cosas que nos digan para poder mejora, tanto comentarios positivos como negativos subirlos a la página web. Además de darle ofertas al cliente que por un numero de sesiones le regalamos una sesión o que si invita a un amigo tiene un % de descuento, etc. Finalmente, con el paso del tiempo implementaremos más sesiones de diferentes tipos de rehabilitación o fisioterapia (3a edad).

5. Integración con la experiencia del cliente:

Reflexiona sobre cómo tus estrategias de relación con los clientes estarán alineadas con la experiencia que deseas ofrecerles.

Asegúrate de que refuercen tu propuesta de valor.

Lo más importante está en brindar una atención cercana y personalizada con cada cliente, que tengan buena accesibilidad (si no pueden asistir cambiar la fecha o hacer la sesión virtual), entregar recompensas y programas de fidelidad y que tengan un compromiso con la salud a largo plazo y se sientan cómodos y con ganas de volver.