



Estrategia de retención de pacientes

- 1** ¿Cuántos clientes recurrentes tienes?
¿Recuerdas muchas personas o familias que sean clientes fieles a tu negocio? Escribe los nombres de los que recuerdes.



2

Ve a la contabilidad de tu empresa y calcula estas 2 métricas:

Calcula:

% ventas clientes antiguos= (Número de ventas del mes provenientes de clientes antiguos / Número de ventas totales)x 100

% ventas clientes nuevos= (Número de ventas del mes provenientes de clientes nuevos / Número de ventas totales) x 100



3

¿A qué tipo de clientes estás llamando en tu centro óptico?

- RECIENTES:** 6 meses - 2 años sin acudir a tu centro
- ABANDONADOS:** 2 - 4 años sin acudir a tu centro
- OLVIDADOS:** 4 - 6 años sin acudir a tu centro

4

Haz un listado de pacientes que llamar para revisión anual y llámalos, aunque no requieran ningún cambio en sus gafas.

