

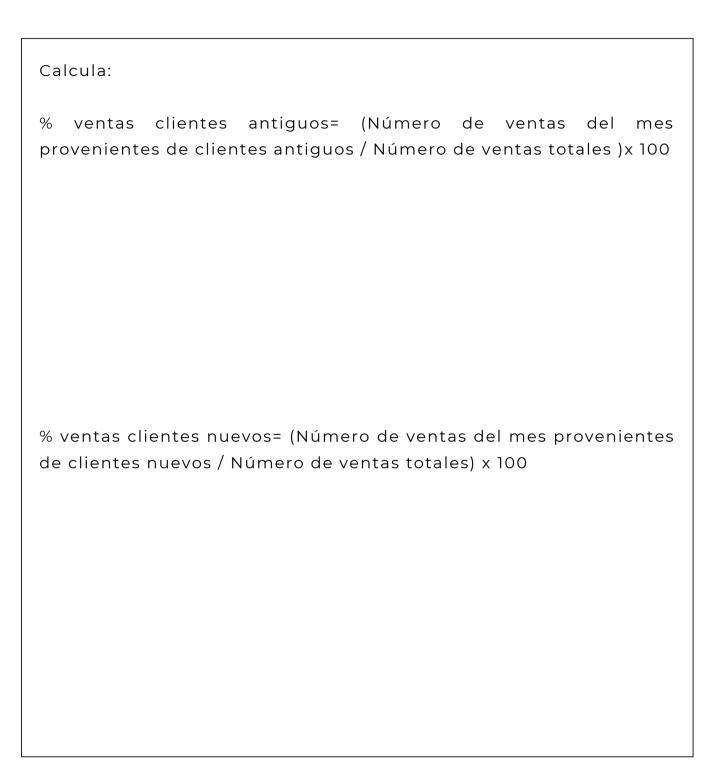
Estrategia de retención de pacientes

¿Cuantos clientes recurrentes tienes ¿Recuerdas muchas personas o familias qu sean clientes fieles a tu negocio? Escribe lo nombres de los que recuerdes.				



2

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





- ¿A qué tipo de clientes estás llamando en tu centro óptico?
 - O RECIENTES: 6 meses 2 años sin acudir a tu centro
 - O ABANDONADOS: 2 4 años sin acudir a tu centro
 - O OLVIDADOS: 4 6 años sin acudir a tu centro
 - Haz un listado de pacientes que llamar para revisión anual y llámalos, aunque no requieran ningún cambio en sus gafas.

