



*Medical Aesthetics Customer Delight & Productivity
WorkBook*

VIRAL GROWTH



Customer Delight

Είναι οι άκρως προσωποποιημένες μετά την πώληση [ενέργειες που εφαρμόζει η επιχείρηση on-line & off-line](#), οι οποίες εξυπηρετούν περαιτέρω τον πελάτη με σκοπό να:

- Ενδυναμώσουν τη σχέση μεταξύ επιχείρησης και πελάτη
- Χτίσουν σχέση εμπιστοσύνης και
- Εξασφαλίσουν την διατήρηση της επικοινωνίας με τον πελάτη μέχρι την πραγματοποίηση της επόμενης αγοράς του

Το καλύτερο όμως είναι ότι οι ενέργειες αυτές, ιδιαίτερα οι διαδικτυακές, θα σας κρατήσουν, κοντά στον πελάτη και μακριά απ τον “ανταγωνισμό της τιμής”!



Γιατί είναι σημαντικό για την επιχείρησή σας;

Γιατί είναι η με σεβασμό και ενσυναίσθηση μεταχείριση των ανθρώπων που σας εμπιστεύονται, αποτέλεσμα του οποίου είναι η αύξηση:

- [Του μέσου όρου συναλλαγών](#)
- Των [συστάσεων που λαμβάνεις](#) από τους ευχαριστημένους πελάτες σου και
- [Του τζίρου](#)

Πώς να το κάνετε για την επιχείρησή σας

On-Line

- Γράψτε άρθρα
- Ανεβάστε φωτογραφίες
- Φτιάξτε videos
- Ηχογραφήστε ένα μήνυμα

Μοιραστείτε τα στα:

- Εταιρικό σας Blog
- Social Media
- Μέσω αυτοματοποιημένων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου – emails
- Διοργανώστε ένα webinar

Off-Line

- Στείλτε ένα σχετικό συμβολικό δώρο
- Μια ευχετήρια κάρτα γιορτής, γενεθλίων, Χριστουγέννων κλπ
- Ένα τηλεφώνημα για να μάθετε ότι είναι όλα εντάξει με το προϊόν ή την υπηρεσία
- Κάλεσε τους σε μια Live ή Digital εκδήλωση

Τα πιο συνηθισμένα λάθη που πρέπει οπωσδήποτε να αποφύγετε

- Αποστολή Newsletters που το περιεχόμενό τους να μιλάει για
 - το πόσο καλή εταιρεία είστε
 - πόσα χρόνια εμπειρίας έχετε
 - **προσφορές που ζητάνε συνέχεια χρήματα**
- Προσφορές για προϊόντα και υπηρεσίες που δεν σχετίζονται με την αγορά
- Την απρόσωπη επικοινωνία (π.χ σας τηλεφωνώ από το τμήμα πωλήσεων της εταιρείας...)
- Την μη τήρηση αυτών που υπόσχεστε κατά την εξέλιξη οποιασδήποτε επικοινωνίας, εντός και εκτός ιατρείου.



Η Πρόκληση του Customer Delight

Μία από τις μεγαλύτερες και πιο συνηθισμένες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι επιχειρήσεις είναι η αύξηση των πελατών και του τζίρου τους!

“Τι κάνουμε με τους υφιστάμενους πελάτες μας και τι με την εισροή των νέων υποψήφιων πελατών;”

Ακούγεται καλό σαν πρόβλημα έτσι δεν είναι; Αν και η εισροή νέων υποψήφιων πελατών μπορεί να ακούγεται εξαιρετική, αν δεν έχετε εκπαιδεύσει την ομάδα πωλήσεών σας με τις απαιτούμενες διαδικασίες αξιοποίησης και καλλιέργειας – Nurturing & Delight - των υφιστάμενων πελατών σας, το πρόβλημα θα είναι ίδιο με αυτό της επιχείρησης που δεν έχει καθόλου νέους υποψήφιους πελάτες!.



Η Πρόκληση του Customer Delight

Η παραδοσιακή outbound μέθοδος (κρύα τηλεφωνήματα, ραντεβού κλπ) που εφαρμόζατε μέχρι σήμερα, δεν συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις και τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στις μέρες μας ώστε να έχετε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Είναι σημαντικό να επικοινωνείτε με υποψήφιους πελάτες, αλλά ακόμα σημαντικότερο είναι να επικοινωνείτε με τους κατάλληλους και την κατάλληλη στιγμή!



Η Πρόκληση του Customer Delight

Αυτό που κρατάτε στα χέρια σας είναι μία διαδικασία, εστιασμένη στον τρόπο επικοινωνίας με τους πελάτες αυτούς που έχουν ήδη αλληλεπιδράσει και αγοράσει κάτι από την επιχείρησή σας.

Εκτός απ' το να περιμένουν τον πελάτη να φτάσει στην πόρτα του ιατρείου τους, οι πετυχημένες εταιρείες επικοινωνούν με τον πελάτη τους πολύ γρηγορότερα, μιας και είναι πιο «ζεστός» και πιο «εκπαιδευμένος».

Χρησιμοποιήστε αυτό το kit σαν βάση για να μπορέσετε να φτιάξετε την διαδικασία φροντίδας (nurturing process) του υφιστάμενου πελάτη σας.



Πώς να το Χρησιμοποιήσετε

Τα παρακάτω templates σας βοηθούν να ξεκινήσετε την δημιουργία της προσωποποιημένης διαδικασίας επικοινωνίας και πωλήσεων σας. Μόλις κάνετε τις πρώτες σας δοκιμές και εξοικειωθείτε με την διαδικασία και τις διάφορες απαντήσεις που θα λάβετε, παίξτε τροποποιώντας όπου και αν χρειάζεται ώστε να τα προσαρμόσετε στις δικές σας ανάγκες, ύφος και στυλ..

Στα επόμενα slides θα βρείτε πραγματικά παραδείγματα από αυτά που χρησιμοποιούμε κι εμείς, αναλύοντας το κάθε στοιχείο που τα κάνει πετυχημένα και αποτελεσματικά.



The Qualifier

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι όσοι εισέρχονται στην βάση δεδομένων σας δεν είναι όλοι διαπιστευμένοι να μπουν σε μια διαδικασία προώθησης των πωλήσεων, όπως αυτή που περιγράφεται λεπτομερώς σε αυτό το εγχειρίδιο.

Το μάρκετινγκ και οι πωλήσεις θα πρέπει να συνεργαστούν για τη δημιουργία Συμφωνίας Επιπέδου Υπηρεσιών (SLA) σχετικά με τους παράγοντες που κάνουν έναν υποψήφιο πελάτη κατάλληλο για την επιχείρηση, καθώς και τη διαδικασία που απαιτείται για τη σύνδεση με αυτούς στη συνέχεια.



Connect #1

Day 1

Connect Call #1

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

1. Πως τα περνάς αυτόν τον καιρό;
2. Τι σε απασχολεί περισσότερο αυτές τις μέρες;
3. Ακούστε τον, χωρίς να τον διακόψετε και χωρίς να αναφερθείτε σε κάτι που να αφορά στο άτομο ή την επιχείρησή σας, παρά ΜΟΝΟ αν σας ρωτήσει.
4. Καταγράψτε τους τίτλους των θεμάτων που σας εξέφρασε.



Connect #1

Connect **Email** #1

Τίτλος μηνύματος: Γρήγορη ερώτηση

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Το μήνυμα αυτό είναι ένα follow up της προσπάθειας που έκανα νωρίτερα να μιλήσουμε στο τηλέφωνο.

Ήθελα απλά να πω ένα γεια,

1. να δω πως τα περνάς αυτές τις μέρες και
2. τι σε απασχολεί αυτόν τον καιρό.



Dissecting Connect #1

1. Αυτό λειτουργεί επειδή είναι σύντομο, έχει την παρακίνηση και δε ζητάει την πραγματοποίηση αγοράς και γενικά χρήματα.
2. Για να συνδεθείτε πραγματικά με τον πελάτη, πρέπει να αισθανθεί ότι τον ακούτε με προσοχή, καταλαβαίνετε τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει,
3. Ποια είναι τα αποτελέσματα των προκλήσεων που αντιμετωπίζει;
4. Συγκεντρώστε υλικό για επόμενες συζητήσεις, τηλεδιασκέψεις, άρθρα, webinars κλπ



Connect #2

Day 3

Connect Call #2

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Στην προηγούμενη επικοινωνία μας αναφέρθηκες [πρόκληση που αντιμετωπίζει].
Για τον λόγο αυτό έγραψα κάποιες σκέψεις σχετικά αυτό [πρόκληση που αντιμετωπίζει] και σκέφτηκα ότι θα σε ενδιαφέρει.

Θα ήθελες να το δεις και να το κουβεντιάσουμε;
Που να στο στείλω;



Connect #2

Connect **Email** #2

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Στην προηγούμενη επικοινωνία μας αναφέρθηκες [πρόκληση που αντιμετωπίζει].
Για τον λόγο αυτό έγραψα κάποιες σκέψεις σχετικά αυτό [πρόκληση που αντιμετωπίζει με Link στο άρθρο] και σκέφτηκα ότι θα σε ενδιαφέρει.

Θα ήθελες να το δεις και να το κουβεντιάσουμε;



Dissecting Connect #2

1. Δείξτε ότι δώσατε σημασία στον πελάτη σας.
2. Με την χρήση ενός άρθρου μπορείτε να τον κατευθύνετε στην ιστοσελίδα σας, στην οποία θα μπορέσει να δει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα σας
3. Με αυτόν τον τρόπο έχετε προχωρήσει ένα βήμα παραπέρα δείχνοντας τι έχετε κάνει για αυτούς.
4. Σημαντικό. Αφήστε τους να περιμένουν περισσότερο. Μην προδίδετε αμέσως όλα σας τα χαρτιά – μυστικά.



Connect #3

Day 6

Connect Call #3

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Στο τελευταίο email - μήνυμα που σου έστειλα, αναφέρθηκα στα [tips X,Y,Z]. Για την καλύτερη κατανόησή τους, σκέφτηκα να κάνω ένα webinar – teleconference

Είναι κάτι που θα το ήθελες;



Connect #3

Connect **Email** #3

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Στο τελευταίο email - μήνυμα που σου έστειλα, αναφέρθηκα στα [tips X,Y,Z]. Για την καλύτερη κατανόησή τους, σκέφτηκα να κάνω ένα webinar – teleconference

Είναι κάτι που θα το ήθελες;



Dissecting Connect #3

1. Θέλετε να τραβήξετε την προσοχή γρήγορα; Κάντε αναφορά σε κάτι πρωτοποριακό που δεν έχει κάνει κανείς
2. Διατηρήστε την προσοχή και το ενδιαφέρον τους με ενέργειες που δείχνουν ότι τους σκέφτσετε και αφιερώνετε χρόνο γι αυτούς.

Βέλτιστες πρακτικές

1. Κάντε μια απογραφή του υφιστάμενου περιεχομένου σας που να είναι σχετικό με το πρόσωπο που θέλετε να επικοινωνήσετε.
 - Κρατήστε τις επικοινωνίες σας σύντομες
 - Τηλεφωνήματα κάτω από 15'
 - Emails με λιγότερες από 200 έξεις
2. Να αναφέρεστε στον αγοραστή τουλάχιστον τις διπλάσιες φορές από αυτές που αναφέρεστε στο εαυτό σας
3. Κλείστε όλα τα τηλεφωνήματα και τα email με μία ερώτηση
4. Δώστε μεγάλη προσοχή στον τίτλο των email
5. Το περιεχόμενο που στέλνετε να έχει την μορφή οδηγιών
6. Αν δεν έχετε περιεχόμενο ιδιοκτησίας της εταιρείας σας δεν υπάρχει πρόβλημα. Μπορείτε να στείλετε περιεχόμενο άλλων.

Let's talk about your Branding.

Αφήστε μας να σας καθοδηγήσουμε στο πώς το Inbound Marketing μπορεί να μεταμορφώσει την επιχείρησή σας και γιατί είναι η αποδεδειγμένη μέθοδος online επιχειρηματικότητας

Τι να περιμένετε:

- Μία τηλεφωνική ή video συνομιλία διάρκειας 30' με κάποιον από τους συμβούλους μας
- Αξιολόγηση των υφιστάμενων στρατηγικών μάρκετινγκ & Branding της επιχείρησής σας
- Ανάλυση και αξιολόγηση της ιστοσελίδας σας
- Προτάσεις βελτιστοποιήσεων

Ζητήστε την δωρεάν συμβουλευτική σας και μάθετε περισσότερα για αυτά που μπορούμε να κάνουμε για εσάς.

[**Book Your Consultation**](#)