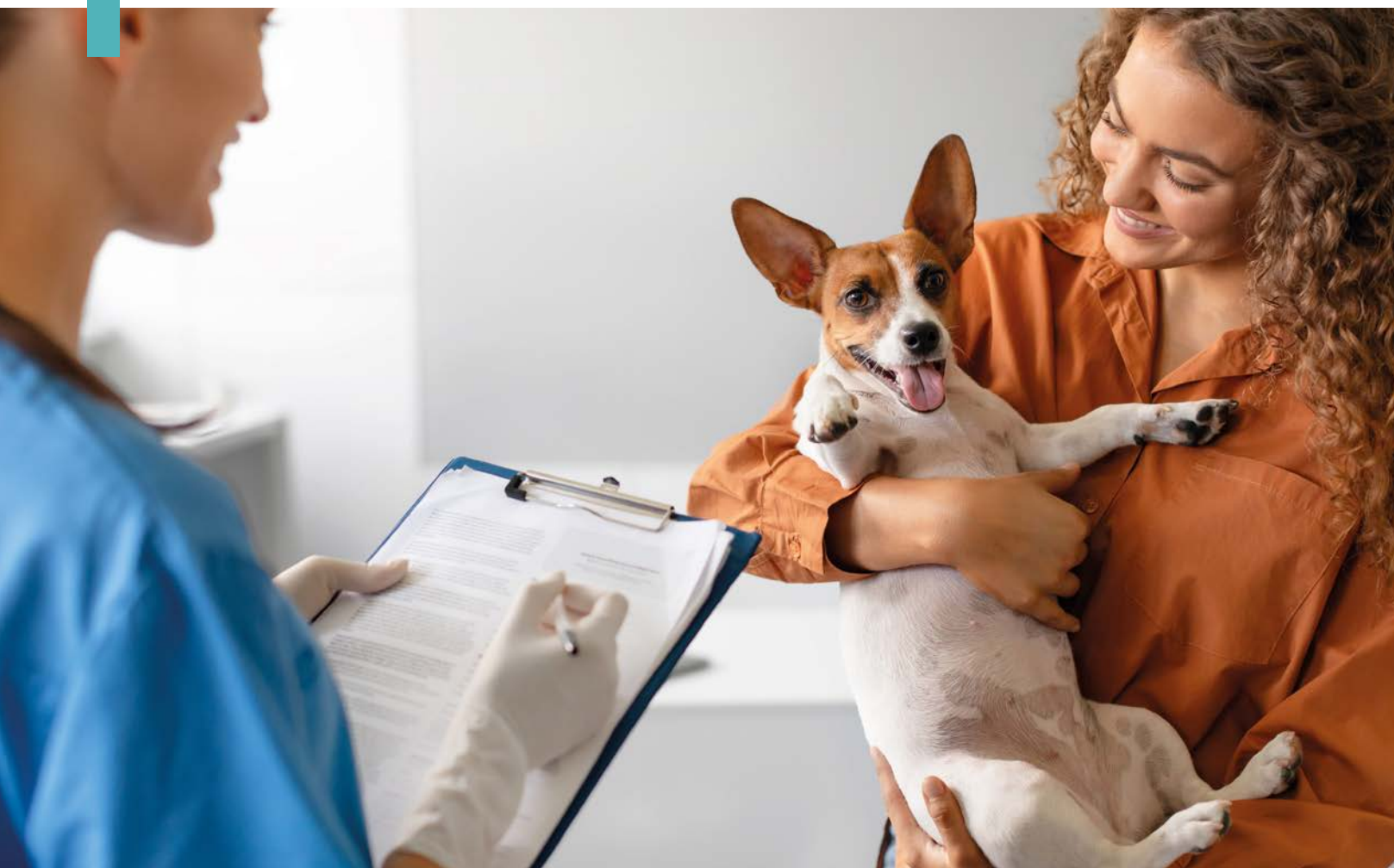




La importancia de conocer bien a nuestros clientes en las clínicas veterinarias

CONOCER BIEN A LOS CLIENTES EN LAS CLÍNICAS VETERINARIAS NO ES SOLO UNA CUESTIÓN DE CORTESÍA; ES UNA ESTRATEGIA ESENCIAL PARA GARANTIZAR EL ÉXITO DEL NEGOCIO Y EL BIENESTAR DE LAS MASCOTAS. ASÍ, AL PROFUNDIZAR EN LAS NECESIDADES, EXPECTATIVAS Y EMOCIONES DE LOS TUTORES, LAS CLÍNICAS PUEDEN CONSTRUIR RELACIONES DE CONFIANZA Y OFRECER UN SERVICIO EXCEPCIONAL.

Por: LAIA SOLDEVILA, SENIOR CONSULTANT, LAISE ANIMAL HEALTH CONSULTING
www.laiseconsulting.com



La relación entre las clínicas veterinarias y los tutores de mascotas no es solo transaccional; se basa en la confianza, empatía y comprensión profunda de las necesidades y expectativas de los clientes.

Conocer a nuestros clientes no es un lujo, sino una necesidad fundamental para el éxito de las clínicas veterinarias. Esta conexión no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también garantiza un cuidado de calidad para sus mascotas, creando una relación duradera y mutuamente beneficiosa.

¿Conocemos realmente a nuestros clientes?

Una de las preguntas más relevantes para cualquier clínica veterinaria es: ¿conocemos realmente a nuestros clientes? A primera vista, la respuesta podría parecer afirmativa; después de todo, interactuamos con ellos regularmente. Sin embargo, el conocimiento profundo requiere más que saber el nombre de la mascota o sus citas anteriores. Involucra comprender las motivaciones, preocupaciones y expectativas que cada tutor tiene en relación con su mascota.

El *Barómetro de los nuevos hábitos y perfiles del petparent en España*, elaborado por la Asociación Española de la Industria y el Comercio del Sector del Animal de Compañía (AEDPAC), como promotor del mismo, y Hamilton, como dirección técnica, demuestra que los tutores de mascotas tienen perfiles distintos, cada uno con necesidades y comportamientos específicos. Estos perfiles incluyen:

1. Primerizos. Aquellos que enfrentan por primera vez la experiencia de cuidar una mascota. Suelen estar llenos de entusiasmo, pero también de dudas y desconocimiento, por lo que buscan orientación constante.

2. Responsables conscientes. Personas comprometidas con brindar el mejor cuidado posible. Se interesan por la prevención, la nutrición adecuada y la educación, buscando siempre información actualizada y profesional.

3. Compañeros felices. Tutores que integran a sus mascotas como parte de sus actividades diarias y familiares, enfocándose en crear un ambiente equilibrado y armonioso.

4. Leales y cariñosos. Individuos profundamente conectados emocionalmente con sus mascotas, considerándolas una parte esencial de su vida y familia.

5. Enamorados. Tutores que ven a sus mascotas como el centro de su mundo. Dedicar tiempo, recursos y atención completa a garantizar su bienestar, invirtiendo en servicios y productos premium.

Estos perfiles no son solo categorías; son herramientas para entender mejor las expectativas de los tutores y ofrecerles una experiencia personalizada que fortalezca su relación con la clínica.

La importancia de un conocimiento profundo del cliente

Conocer bien a nuestros clientes no solo mejora la calidad del servicio, también refuerza la confianza y la fidelización. En un entorno donde el 72,9 % de los tutores considera a sus mascotas miembros de la familia, como señala el mencionado Barómetro de AEDPAC y Hamilton, las clínicas deben actuar como aliados en el cuidado animal, y no solo como proveedores de servicios. Algunos de los beneficios de este conocimiento más detallado incluyen:

1. Mejora de la experiencia del cliente. Personalizar las interacciones, ya sea recordando detalles importantes o ajustando las recomendaciones, genera una conexión emocional positiva.

2. Reducción de conflictos. Al anticipar preocupaciones o dudas comunes, las clínicas pueden manejar proactivamente las expectativas, evitando malentendidos.

CONSTRUYENDO RELACIONES SÓLIDAS CON LOS CLIENTES



Elaboración: IM Veterinaria

3. Mayor compromiso. Los tutores que se sienten escuchados y comprendidos están más dispuestos a seguir las recomendaciones del veterinario, lo que se traduce en mejores resultados para la salud de las mascotas.

4. Oportunidades de crecimiento. Al entender las preferencias de los clientes, las clínicas pueden identificar áreas de mejora o servicios adicionales que podrían ofrecer.

La comunicación: el puente hacia el entendimiento

La comunicación efectiva, tanto interna como externa, sigue siendo el pilar principal para conocer y conectar con los clientes. En el artículo *Cómo interactuamos con nuestro cliente en la clínica veterinaria*, publicado en la edición número 57 de IM Veterinaria, se resalta la importancia de escuchar activamente y adaptar la estrategia de comunicación según las necesidades del cliente. Además, la comunicación clara y compasiva puede marcar la diferencia en momentos críticos, como diagnósticos complicados o decisiones difíciles.

En este sentido, las clínicas deben invertir en la formación del equipo, desarrollando habilidades como la inteligencia emocional y la capacidad de transmitir información técnica de manera comprensible. Herramientas como infografías visuales o vídeos explicativos también pueden ser útiles para educar a los tutores de manera más efectiva.

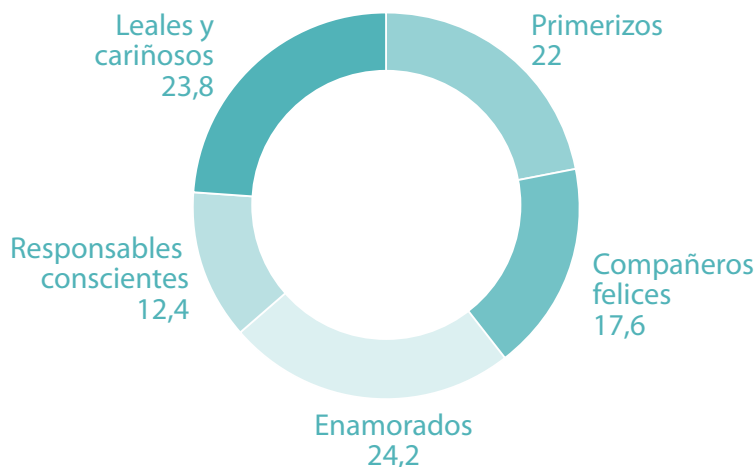
Impacto del conocimiento del cliente en la fidelización

La fidelización no ocurre de manera automática; es el resultado de un esfuerzo consistente por superar las expectativas del cliente. Según el artículo *Cómo la comunicación interna y externa puede transformar tu clínica*, publicado en la edición número 56 de IM Veterinaria, una comunicación clara y honesta sobre tratamientos y costos es esencial para construir confianza. Además, estrategias como programas de fidelización, descuentos personalizados y seguimientos posconsulta refuerzan la lealtad del cliente.

En este sentido, el Barómetro de AEDPAC y Hamilton también destaca que un alto porcentaje de tutores están dispuestos a invertir significativamente en sus mascotas, lo que subraya la importancia de ofrecer servicios premium adaptados a sus necesidades y preferencias.

TIPOLOGÍA DE 'PETPARENTS' EN ESPAÑA

%



Fuente: Barómetro de los nuevos hábitos y perfiles del petparent en España

Retos comunes al intentar conocer mejor a los clientes

A pesar de los beneficios, hay desafíos inherentes a este enfoque. Entre ellos:

1. Tiempo limitado. Las consultas suelen ser breves, lo que dificulta profundizar en las expectativas y preocupaciones del cliente.

2. Falta de formación. Algunos miembros del equipo pueden carecer de habilidades en comunicación o inteligencia emocional, lo que puede limitar la calidad de las interacciones.

3. Resistencia al cambio. Implementar nuevas prácticas, como el uso de encuestas o software, puede enfrentar resistencia tanto del personal como de los clientes.

Superar estos desafíos requiere compromiso y visión estratégica, pero los beneficios a largo plazo justifican el esfuerzo.

Ejemplos prácticos para implementar cambios

- **Charlas educativas.** Organizar talleres o webinars sobre temas de interés para los clientes, como nutrición o prevención de enfermedades.

- **Protocolos de comunicación.** Establecer guías claras sobre cómo abordar diferentes tipos de interacciones, desde diagnósticos complicados hasta discusiones sobre costos para todos los miembros del equipo.

- **Uso de tecnología.** Aplicaciones móviles para recordar citas, compartir informes o permitir consultas virtuales pueden mejorar significativamente la experiencia del cliente.

Conocer bien a los clientes en las clínicas veterinarias no es solo una cuestión de cortesía; es una estrategia esencial para garantizar el éxito del negocio y el bienestar de las mascotas. Al profundizar en las necesidades, expectativas y emociones de los tutores, las clínicas pueden construir relaciones de confianza y ofrecer un servicio excepcional.

La implementación de estrategias basadas en comunicación efectiva, personalización y uso de tecnología no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también posiciona a las clínicas como líderes en su sector. Aunque el proceso puede presentar desafíos, los resultados en términos de fidelización, satisfacción y cuidado animal justifican plenamente el esfuerzo. Así, cada interacción se convierte en una oportunidad para fortalecer la conexión y garantizar que cada mascota reciba el cuidado que merece.

¿Vas a perder esta oportunidad? 🐾