



Uma empresa de sucesso foca no sucesso do cliente

Sucesso do cliente é garantir que ele usufrua todas as transformações que ele buscou quando comprou o seu produto ou contratou o seu serviço, e também entregar a ele algo a mais que nem ele sabia que precisava e você tinha — OverDelivery.

O Cliente 4.0 hoje é aquele que quer ser visto, ouvido, sentido e compreendido.

Ele quer ser transformado, impactado e, sobretudo, estar satisfeito com a escolha que fez. Por isso o Sucesso do Cliente hoje, mais do que nunca, tem que ser uma das áreas mais importantes de sua empresa.

Antigamente a empresa se sentava em cima de seu sucesso e o cliente, quase sempre sem muitas escolhas, acabava cedendo. Nos dias de hoje, não existe mais Empresa de Sucesso sem o Sucesso do Cliente.

Sucesso Do Cliente > Empresa de Sucesso

Preocupar-se com a jornada do paciente leva-o a uma experiência inesquecível.

E é isso hoje que tem feito a diferença nas empresas que estão tendo sucesso: elas estão se preocupando com a Jornada Total do Cliente como um todo, do Oi ao Tchau, querendo saber em detalhes quais as reais e verdadeiras percepções dos seus clientes.

Estão sabendo por qual motivo a empresa foi procurada e teve sucesso no negócio.

Estão sabendo por qual motivo a empresa foi procurada e o cliente declinou da proposta e, muitas vezes, isso feito da maneira certa e a tempo, tem trazido muita receita para dentro da empresa, afinal, isso é dinheiro — muito —, deixado sobre a mesa ou empurrado ao seu concorrente, pois a sua empresa só se preocupa com a venda que bate a meta e não com a venda que transforma.

As empresas que se esforçam mais em vender do que reter o cliente tem mais gasto em trazer novos clientes do que em manter os clientes da base comprando mais e por mais tempo.

A empresa com foco no Sucesso do Cliente coloca mais força na retenção e isso vem de uma venda bem-feita somada a um PÓS-VENDA ATIVO e ESTRATÉGICO com foco no resultado do cliente e não na meta batida.

E levando isso para o seu consultório:

- Como você recepciona pela primeira vez seu paciente?
- Qual a frequência que você entra em contato com seu paciente para saber dele?
- Quando um possível paciente declina de uma proposta, você busca saber por qual motivo?
- O que você tem feito com a sua base de clientes para encantá-los cada vez mais e torná-lo fã de sua marca?

Se isso fez sentido para você, sugiro colocar as percepções do seu paciente no centro de suas decisões como dentista.

Hugo Nagem

www.facebook.com/hugonagem | www.instagram.com/hugonagem