

Cómo traer de vuelta a los pacientes que no vuelven

La venta más fácil de una óptica es el paciente que ya la conoce: ya confió en usted, ya sabe dónde queda y necesita un control cada año. Esta guía explica cómo recuperarlo sin pagar publicidad y sin meterse en problemas con Meta ni con la ley.

1 Cuántos pacientes está perdiendo (2 minutos)

Tome papel y responda tres preguntas. Al lado va un ejemplo.

- | | | |
|---|--|-------|
| 1 | ¿Cuántos pacientes atiende en un mes normal? | 60 |
| 2 | Multiplique por 12: son los pacientes que atendió en un año.
60×12 | 720 |
| 3 | ¿Más o menos qué parte de esos pacientes no ha vuelto a su control?
Si vuelven 4 de cada 10, no volvieron 6 de cada 10: un poco más de la mitad. | ≈ 430 |

En el ejemplo, **unos 430 pacientes** que ya conocen la óptica no han vuelto. No hay que conseguirlos: ya están en su base de datos. Cada uno que regrese y compre es una venta completa sin pagar publicidad.

2 El método viejo y el nuevo

VIEJO

Esperar a que cada paciente se acuerde por su cuenta. Si escribe por WhatsApp un domingo, se le contesta el lunes. Nadie sabe cuántas personas dejaron de venir a su control, ni cuántas se hicieron el examen y compraron sus gafas en otra óptica: cada una es una venta que se llevó la competencia.

NUEVO

Tener la lista de quién lleva 6 y 12 meses sin venir, escribirle a tiempo con un mensaje corto y medir cuántos agendan. Lo que se mide, se mejora.

3 Los 4 mensajes que toda óptica debería enviar

Textos de ejemplo. Cámbielos a su forma de hablar; lo importante es el momento en que salen.

1 · Recordatorio de cita (un día antes)

Hola, Ana. Le recordamos su cita mañana a las 10:00 a. m. en Óptica Ejemplo. ¿Nos confirma su asistencia?

Menos gente que agenda y no llega.

2 · Control anual (al año del último examen)

Hola, Ana. Ya se cumple un año de su último examen visual. ¿Le agendamos su control? Tenemos espacio esta semana.

Cada paciente vuelve cuando le toca, no cuando se acuerda.

3 · Recuperación (a quien lleva más de un año sin venir)

Hola, Ana. Hace un tiempo no la vemos por Óptica Ejemplo. ¿Quiere que le reservemos un espacio para revisar cómo está su visión?

Se envía una vez y sin insistir.

4 · Reseña en Google (después de la entrega)

Hola, Ana. Gracias por confiar en nosotros. ¿Nos ayuda con una reseña en Google? Le toma un minuto: [enlace]

A todos los pacientes, sin filtrar.

4 Tres reglas que protegen su óptica (y por qué le convienen)

1 · Escríbale solo a quien le dio permiso

LA REGLA Los mensajes de promoción van solo a pacientes que aceptaron recibirlos. Lo exige la Ley 1581 de protección de datos, y la Superintendencia de Industria y Comercio puede sancionar a quien no la cumpla.

LE CONVIENE Quien dio permiso espera su mensaje y responde. Quien no, puede reportarlo como spam, y WhatsApp puede limitar o bloquear el número de su óptica.

HAGA HOY

Agregue a su historia clínica o formulario de ingreso: «¿Autoriza recibir recordatorios y promociones por WhatsApp? Sí / No».

2 · Use mensajes aprobados por WhatsApp

LA REGLA	Si el paciente no le ha escrito en las últimas 24 horas, WhatsApp Business solo deja enviarle un mensaje con una «plantilla» que Meta revisó y aprobó.
LE CONVIENE	Un mensaje sin aprobar simplemente no llega, y usted cree que sí lo envió. Con la plantilla aprobada, el recordatorio sale y la cita no se pierde.
HAGA HOY	Escriba sus 4 mensajes (los de la sección 3) y páselos a revisión una sola vez. Después los usa siempre.

3 · Pida la reseña a todas las personas que atiende

LA REGLA	Algunos sistemas preguntan primero «¿Cómo calificaría su experiencia?» y solo a quien responde con 5 estrellas le envían el enlace de Google; a quien no queda satisfecho le piden opinar en privado. Eso se llama filtrar reseñas y va contra las políticas de Google, que puede eliminar las reseñas conseguidas así.
LE CONVIENE	Un perfil con muchas reseñas reales, incluso alguna regular bien respondida, da más confianza que uno con pocas y perfectas. Y preguntar cómo le fue sí está permitido: sirve para enterarse a tiempo de una queja y resolverla antes de que se vuelva una mala reseña.
HAGA HOY	Envíe el enlace de reseña a todas las personas al entregar sus gafas. Si además hace una encuesta, que la respuesta no decida quién recibe el enlace. Y responda todas las reseñas, también las malas, con amabilidad.

5 Cómo saber si está funcionando

Cada mes, anote estas cuentas **por cada mensaje**. Así sabe cuál le trae pacientes y cuál hay que cambiar.

MENSAJE	QUÉ CONTAR
Recordatorio de cita	De los que agendaron, ¿cuántos llegaron?
Control anual y recuperación	¿A cuántos les escribió, cuántos agendaron y cuántos compraron?
Reseña en Google	¿Cuántas reseñas nuevas llegaron este mes?

Y una cuenta más: ¿de dónde vino cada paciente que compró? WhatsApp, Instagram, Facebook, Google o recomendación. Así sabe dónde vale la pena invertir.

¿Prefiere que esto funcione solo?

En andresguerra.co dejamos todo esto funcionando en su óptica, con su mismo número de WhatsApp (lo que incluye depende del plan):

- Los 4 mensajes de esta guía y todo el seguimiento de cada paciente salen solos y a tiempo: confirmación de la cita, recordatorio 2 horas antes, aviso de gafas listas, control a los 6 y 12 meses, entre otros.
- Un asistente que responde y agenda por WhatsApp, Instagram y Facebook, también de noche y en fin de semana.
- Encuesta después de la compra, con aviso a su equipo si un paciente queda inconforme.
- Un informe cada mes con citas, asistencia y ventas por canal.

Empiece por el número exacto de su óptica. En el diagnóstico gratuito de 30 minutos le muestro cuántos pacientes lleva más de un año sin ver, cuánto podrían valer y qué automatizar primero. No tiene que enviarme su lista de pacientes: basta con tener a mano tres datos aproximados.

1. Cuántos pacientes atiende al mes.
2. De cada 10, cuántos cree que vuelven a su control al año siguiente.
3. Cuánto gasta en promedio un paciente cuando compra.

Escriba DIAGNÓSTICO por Instagram o Facebook a @andresguerra.co, o agende en andresguerra.co/#agenda