

¿POR QUÉ ES  
IMPORTANTE  
PENSAR EN  
MARKETING?



Las mascotas, muchas veces, son consideradas por sus propietarios como miembros importantes de la familia y, en consecuencia, existe una gran preocupación e interés por cuidar de su salud y brindarles una vida plena.

Asimismo, el número de familias que poseen mascotas se incrementa paulatina y sostenidamente. Por esta razón, en el campo de la veterinaria, la competencia aumenta día a día y los clientes son cada vez más selectivos.

Las familias con mascotas han notado que los servicios veterinarios no son solamente para curar enfermedades, sino para la salud preventiva. Esto se evidencia en el aumento de la esperanza de vida de perros y gatos. Además, las personas confían en que un veterinario/a les dé una guía que va más allá de la salud e implica información sobre el cuidado, el comportamiento y estilo de vida adecuados.



Este segmento de negocios crece exponencialmente cada año, por lo tanto, se vuelve más difícil diferenciarte de la competencia. Difícil, pero no imposible. Con un plan de marketing adecuado lo lograrás.

Actualmente, resulta necesario que los centros independientes del mercado veterinario apuesten por mejorar su imagen, cambiar su gestión de negocios y entregar una propuesta de valor, con el fin de adaptarse y responder a las necesidades de sus potenciales clientes.

***Los clientes de un negocio veterinario son cada vez más selectivos, por eso debes mejorar tu imagen y entregar una propuesta de valor.***



Según la revista Forbes, la generación millennial adopta un 35% más mascotas que sus antecesores.

Existen también factores sociales que impulsan a la gente a tener mayor exigencia en cuanto a la salud y alimentación de sus compañeros no humanos.

Esto tiene como consecuencia, un alargamiento en la esperanza de vida de las mascotas, gracias a las visitas periódicas al veterinario. Incluso, empresas extranjeras como Amazon y Google ofrecen a sus empleados seguros de salud para sus perros y gatos.

Aquellas tendencias, sin duda, empiezan a llegar a todo el mundo y no falta mucho para que Ecuador forme parte de esta vanguardia.

Frente a esto, lo que tienen que hacer los veterinarios es empezar a pensar en estrategias de marketing, que visibilicen su preparación para cumplir con estas nuevas exigencias.



Por esta razón, hoy, Studio Yana pone a tu disposición una serie de consejos útiles para que inicies o potencies tu plan de marketing. Con el que lograrás, sin lugar a dudas, hacer que tu negocio prospere.

***Potencia tu plan de marketing para cumplir con las nuevas exigencias de tu público objetivo.***



# ESTUDIOS REALIZADOS EN 16 PAÍSES DE LATINOAMÉRICA ARROJARON LAS SIGUIENTES CIFRAS:



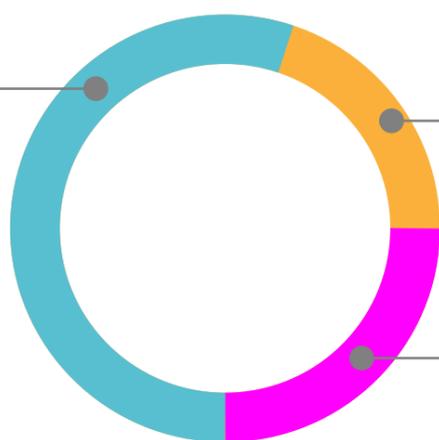
El 68% de latinoamericanos/as



tiene una o más mascotas en sus hogares

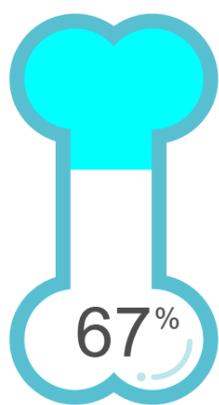
De ese porcentaje prefieren:

55%  
a los perros



25%  
a los gatos

20%  
peces, canarios, etc.



usa comida balanceada  
para alimentar a sus mascotas

La esperanza de vida

aumentó en un  
10%  
desde  
2002



aumentó en un  
4%

# TU PLAN DE MARKETING

Studio Yana te invita a desarrollar un plan de marketing estratégico y operativo; pero antes de hacerlo, debes establecer los siguientes puntos:



Realiza un análisis estratégico de tu negocio.



Define los objetivos y estrategias de marketing.



Define y segmenta tu público objetivo.



Conoce el perfil de tus clientes.



Establece tus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Un buen plan de marketing aportará grandes cosas a tu negocio, incrementará tus ventas y posicionará tu marca. Es decir, hará que tu negocio sea reconocido entre tu público objetivo. Si una clínica veterinaria pasa desapercibida, seguramente, es porque no tiene un plan de marketing funcional.

# MARKETING VETERINARIO: 4 CONSEJOS

## 1

### Tu clínica tiene que hablar por sí misma

Como sabes, la primera impresión cuenta mucho. Por eso es importante que cuides cada detalle del interior y exterior de tu local. Debe estar limpio, ordenado y sin olores, debe contar con una sala de espera amplia y cómoda para tus pacientes y sus propietarios. El exterior de tu clínica debe tener uno o varios carteles y letreros que llamen la atención. Además, debes tener publicidad interna, que tus clientes puedan revisar mientras esperan su turno.



# 2

## Crea contenidos relevantes y amigables

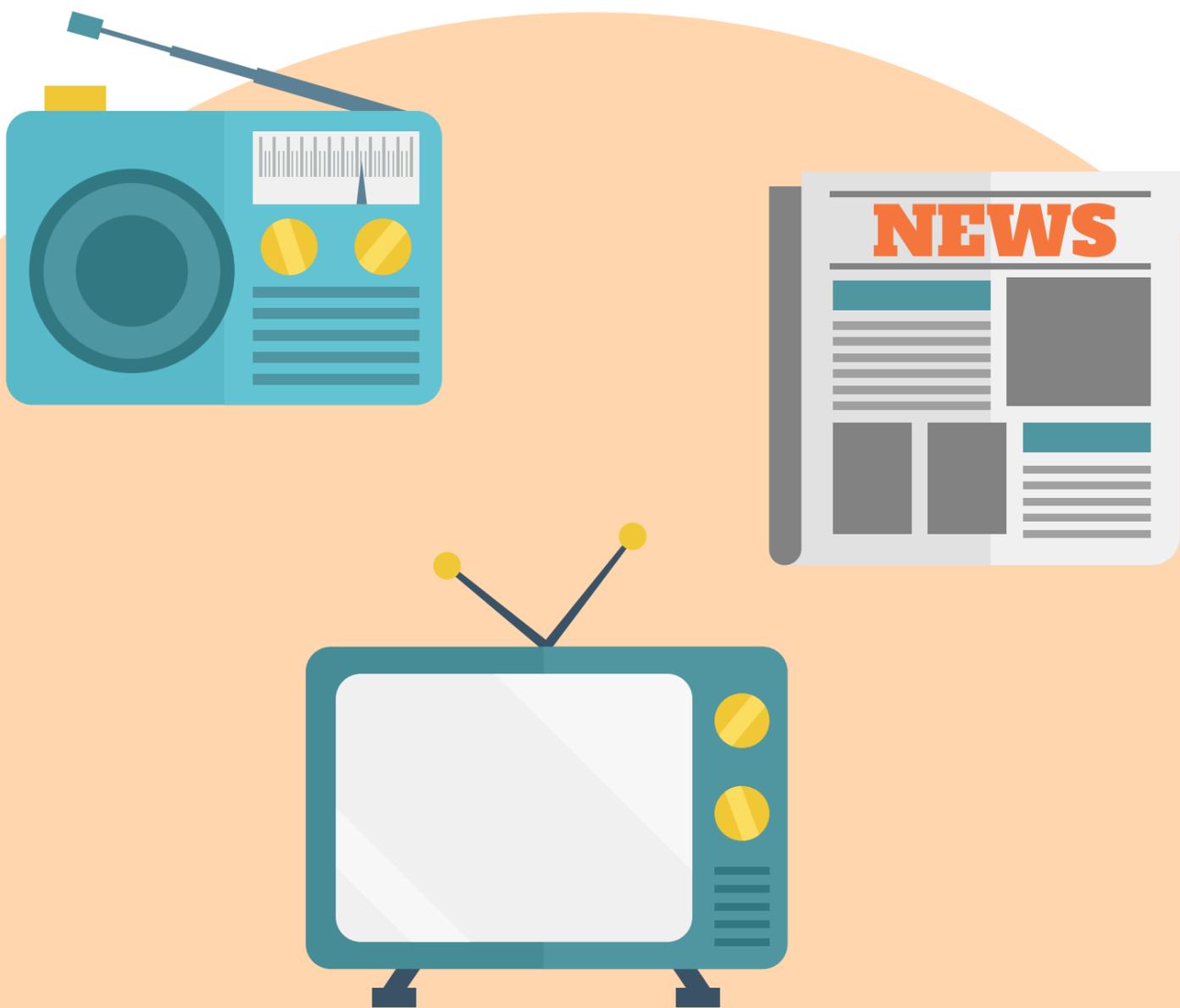
Tu publicidad debe resultar útil para tus clientes y no debe estar destinada solamente a vender, sino que debe informar, de esta manera, atraerás la mirada de tu público hacia tu negocio y ellos tomarán la decisión de contratarte y ser tus clientes. Algunos de los temas de los que puedes hablar sobre datos curiosos sobre las mascotas, periodicidad de sus vacunas, desparasitaciones, enfermedades frecuentes, entro otros. Además, esa información debe ser fácil de leer, es decir, debe contar un lenguaje sencillo y sin tecnicismos.



# 3

## No olvides a los medios de comunicación

Puedes anunciarte en revistas, vallas, radios, de tu zona. Primero busca los medios de tu zona o los preferidos por tu público objetivo. Una vez identificados, debes seleccionarlos tomando en cuenta los costos, si sus líneas argumentales van acordes con tus objetivos, a cuántas personas quieres llegar con tus anuncios, entre otras.



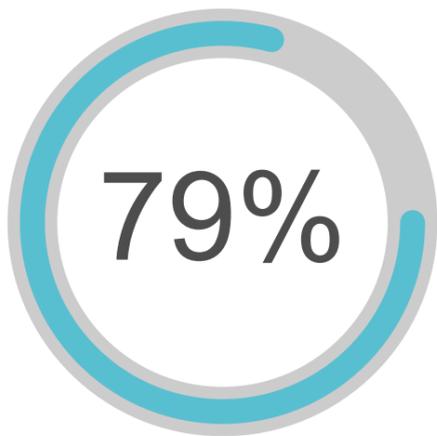
## 4

## Ofrece una atención al cliente personalizada

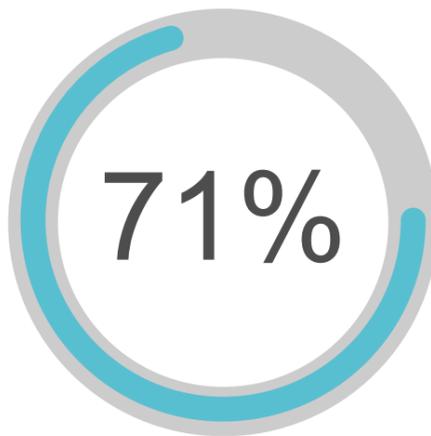
Si lo que quieres es fidelizar a tus clientes, la atención de calidad y el trato personalizado son primordiales. Toma en cuenta que tus clientes deciden poner en tus manos la vida y la salud de un ser querido y esperan que los trates bien, con el mismo cariño que ellos lo hacen. Evita respuestas automáticas, trata de establecer un vínculo con tu paciente, para que sienta que le importas. Por otro lado, recuerda que la atención al cliente no termina cuando se acaba la cita, el servicio post venta es indispensable.



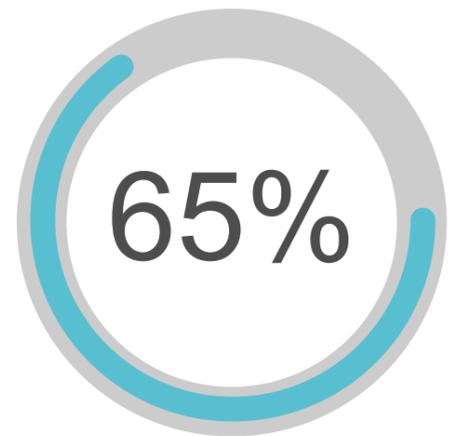
# APÚNTALE AL MARKETING DIGITAL



De los ecuatorianos usa internet



está activo en redes sociales



tiene un smartphone

¿Sabías que en Ecuador hay 13.48 millones de usuarios de Internet? Esa cifra representa el 79% de toda la población ecuatoriana y el 71% usa redes sociales. ¿Qué te parecería también llegar a ese público?, en Studio Yana creemos que es imprescindible y estamos seguros de que mientras lees esto, miles de personas en tu ciudad están buscando servicios veterinarios por Internet.

Los tiempos han cambiado y hoy tus potenciales clientes están buscando información sobre el cuidado y la salud de sus mascotas desde sus computadoras y sus smartphones. Es aquí donde el marketing digital toma un rol protagónico en tu giro de negocios.

El marketing digital no se trata solo de tener una página web. Incluye también los correos corporativos, publicidad en Google Adwords, pauta en Facebook, Instagram, en fin, el marketing digital te da presencia donde se encuentra tu nicho de mercado.

Lo más recomendable es que cuentes con una agencia especializada en el marketing en tu campo, para que tus esfuerzos e inversiones tengan resultados. Porque de otro modo, si intentas hacerlo tú mismo, muy probablemente pierdas tu tiempo y tu dinero, además de poner en riesgo la reputación de tu negocio veterinario.

No tengas miedo, el marketing digital, de la mano de expertos, te abrirá un sinnúmero de posibilidades de crecimiento.

Somos una agencia boutique especializada en el sector de la salud, con sólidos principios en el Inbound Marketing.

Nos enfocamos en generar resultados satisfactorios que respondan a los objetivos de nuestros clientes.

Nuestra estrategia es el desarrollo de contenidos relevantes y creativos.

Estamos a tus órdenes.

