

Meilleurs conseils pour la commercialisation des lentilles de contact spécialisées



Austen Kazakoff

Austen Kazakoff est stratège débutant de l'engagement de la marque pour Marketing4ECPs, où il peut faire profiter de sa passion pour la communication narrative à des cabinets de professionnels de la vue dans toute l'Amérique du Nord. À l'extérieur du bureau, Austen demeure actif et enseigne la percussion à des élèves du secondaire de la région de Calgary. On peut joindre Austen sur le site www.marketing4ecps.com.

Parmi les nombreuses façons de faire connaître son cabinet aux patients, les lentilles de contact spécialisées offrent une possibilité de commercialisation unique comme produit de niche et une solution efficace en marketing médical.

La commercialisation des lentilles de contact spécialisées consiste à expliquer pourquoi elles sont nécessaires aux patients. Et pour y arriver, il faut commencer par le commencement. Par exemple, si vous souhaitez commercialiser un type de lentilles spécialisées qui facilite la prise en charge de la myopie, il faut commencer par expliquer ce qu'est la myopie, son évolution moyenne chez les enfants et les nouveaux traitements offerts pour ralentir sa progression.

Bien que la technologie associée à ces lentilles soit fascinante, les patients s'intéressent avant tout aux raisons pour lesquelles ils en ont besoin et aux résultats attendus de leur utilisation.

DISTINGUEZ VOS PRODUITS

Ne commettez pas l'erreur courante de regrouper toutes les lentilles de contact spécialisées en une seule et même stratégie de marketing. Commercialisez-les une par une. Lorsque vous distinguez les stratégies, répondez à la question « pourquoi ». Comprendre pourquoi certaines lentilles sont préférables aux autres permet aux patients de s'y retrouver plus facilement et de réaliser quels sont les avantages des lentilles de contact spécialisées qui leur ont été recommandées.

OÙ FAIRE CONNAÎTRE LE PRODUIT

Site Web : Créez sur votre site Web des pages consacrées à chaque type de lentilles de contact spécialisées. Une page consacrée aux lentilles sclérales, précisant quel type de personne pourrait bénéficier de leur utilisation, pourquoi elles sont prescrites et quels sont les résultats attendus, permettra aux patients qui en ont besoin de vous trouver plus facilement.

Google : Élaborez des campagnes Google Adwords qui vous permettront de figurer dans les résultats de recherche sur n'importe quel type de lentilles de contact et de vous démarquer des optométristes qui n'utilisent que des mots-clés comme « examen de la vue » ou « optométriste ».

Médias sociaux : Facebook et Instagram sont des médiums parfaits pour la publication d'informations sur les produits et les traitements offerts dans votre cabinet, quelle que soit la catégorie, y compris les lentilles de contact spécialisées. Pour augmenter votre visibilité, prévoyez un budget pour mettre de l'avant des publications ciblées. Par exemple, une publicité sur la myopie qui cible les mères d'enfants de 5 à 14 ans.

Marketing par courriel : Communiquer avec vos patients actuels est la meilleure façon de faire connaître un nouveau produit ou un nouveau service, et le marketing par courriel vous en donne la possibilité. Le marketing par courriel est efficace parce que vos patients vous connaissent déjà et vous font confiance; ils sont donc plus enclins à recevoir des informations sur de nouvelles offres. Privilégiez la simplicité et la concision de vos courriels, avec des images et des messages accrocheurs.

N'oubliez pas que les patients ignorent souvent qu'il existe des lentilles de contact spécialisées sur le marché. À nous de trouver la manière de les renseigner. ●