

CORSO

LETTERA AL DENTISTA

MARKETING PER ODONTOTECNICI



Introduzione

Senza alcuna esperienza precedente, avrai l'opportunità di esaminare esempi pratici con i nostri metodi; ti sentirai a tuo agio nello scrivere una lettera di presentazione al tuo futuro cliente dentista.

Nelle lezioni sarai guidato da Roberto Checchi su come si applicano i concetti e le tecniche per questo tipo di strumento di Marketing.

Sarai in grado di superare gli ostacoli che generalmente impediscono la stesura di una buona Sales Letter. Ti sentirai finalmente pronto a scrivere delle lettere vincenti.

Benvenuto in questo video, scopriremo a cosa serve una “Lettera al Dentista” e perché è importante scriverla.

Facile, ti serve perché deve rompere il ghiaccio, devi farti conoscere, devi informare il tuo possibile cliente su chi sei e su cosa fai, come la tua azienda può risolvere i suoi problemi, deve iniziare abbattere quella che è la sua chiusura iniziale nei confronti di un nuovo laboratorio, perché come tutti quando ti si presenta un fornitore non hai mai davvero voglia di ascoltarlo, specialmente se non l'hai mai visto.

Nonostante un nuovo fornitore possa avere dei prodotti interessanti o delle cose che migliorerebbero il tuo lavoro tendenzialmente siamo bloccati da barriere molto alte, la prima lettera al dentista sicuramente serve per abbattere queste barriere.

Questo corso parla di LETTERA al Dentista e non di MAIL volutamente, perché in questo momento storico particolare siamo tartassati da centinaia di email, mille informative e da grandi rotture di *****, nonché da telefonate assillanti, quindi le telefonate a freddo mettile da parte, se già le stai usando questa tecnica non abbandonarla, semplicemente inizia a farti conoscere dal tuo cliente dentista rompendo il ghiaccio con delle lettere, con questo mezzo “datato” diventi innovativo è un ritorno al passato come dice Dan Kennedy il maestro che insegna a tutti queste cose.

Un ritorno al passato in un mercato dove in il dentista è sì un tuo possibile cliente, ma è prima di tutto una persona e quindi come tale viene tartassato come me e come te da messaggi pubblicitari continui, ha quindi l'attenzione del pesce rosso, cioè di pochi secondi, finiti i quali si distrae e perde interesse, ed è qui che la lettera fa la differenza, è un modo di comunicare particolare (rispetto alla massa) che ti serve per rompere il ghiaccio in modo tale da iniziare a creare una fessura per farti conoscere.

Perché le lettere e non affidarsi ad un'agenzia web? Semplicemente perché come ti ho ben spiegato in un capitolo intero del libro noi siamo uno dei cosiddetti B2B, cioè business to business cioè facciamo è una vendita da azienda ad azienda, nel mio caso è la mia azienda di consulenza verso il tuo laboratorio odontotecnico, nel tuo caso da laboratorio odontotecnico allo studio dentistico, quindi anche in questo caso come vedi è un Business to Business.

Il tuo generalmente è un business ben circoscritto perché tendenzialmente è localizzato nelle prossimità della tua sede, anche se qualcuno di voi lavora in un raggio più ampio, ma comunque all'interno della provincia, difficilmente un laboratorio di Milano ha dei clienti a Reggio Calabria, in qualsiasi caso inoltre essendo noi B2B, il tuo cliente è ben profilato, ossia, il 90% hanno dei siti web, quindi dopo averli trovati su Google saprai con precisione la loro posizione ed il loro indirizzo, per il momento lasciamo stare il numero di telefono perché stiamo parlando di lettere al dentista, non chiamarlo a freddo a meno che tu non lo stia già facendo, introduci questo nuovo modo di contattare il dentista (informandolo), lo lascerei sicuramente a bocca aperta.

Il B2B oltre ad essere il nostro tipo di mercato è anche il nostro modo di comunicare, dato che sappiamo dove si trova fisicamente il nostro cliente non abbiamo bisogno di un'agenzia web che spara tutto a tutti, quelle vanno bene per i B2C (Business to Consumer - Azienda che vende direttamente al cliente finale), potrebbe quindi andare bene per uno Studio Dentistico che sta cercando nuovi clienti finali e non sa dove trovarli, quindi si rivolge alla ricerca sui Social o su Google sfruttando il cosiddetto Marketing Online, per quanto riguarda noi va benissimo l'Offline Marketing che oltre ad essere una novità rispetto ai tuoi competitor.

Presumo che almeno la prima parte del mio libro tu l'abbia letta, quindi sei andato ad analizzare quello che è il tuo possibile cliente target, perché la lettera va creata proprio in

funzione di questo, dobbiamo colpire il nostro potenziale cliente come con una spada laser, dobbiamo usare le parole giuste, non occorre essere un poeta, non serve inventarsi nulla, ti basta seguire come ho detto anche nel libro i quattro passaggi che andremo ad analizzare in questo corso, ossia:

Cosa devi scrivere, quindi quali sono le parole da usare;

Come le devi inserire nella tua lettera per camuffare un'informativa in un testo "tra amici" per evitare che venga recepita come una lettera pubblicitaria (altrimenti dovremmo usare altre procedure), a seconda di come posizioni le parole e le frasi la lettera vola nel cestino più o meno velocemente, il nostro obiettivo è farla restare sulla scrivania, altrimenti sarebbe fatica sprecata;

Quando spedire la lettera, oltre ad analizzare quali tecniche utilizzare;

Dopo. Cosa fare dopo l'invio.

Affronteremo questi quattro step uno dopo l'altro in quattro video ben distinti, come ho già fatto nel libro e vedremo passo dopo passo come muoverci, non occorre essere un genio, non devi neanche essere un poeta o un autore di romanzi o un cantastorie, sarà sufficiente una paginetta come vedrai, il tutto come sempre ipersemplificato.

FAI CRESCERE IL TUO LABORATORIO



www.marketingperodontotecnici.it