

Módulo 1

Atención al cliente y centros veterinarios



Lección 1 del módulo 1.

Módulo 1: Atención al cliente y centros veterinarios.

1.1 El Auxiliar Clínico Veterinario

El auxiliar clínico veterinario (ACV) se ha convertido en una figura esencial en un centro veterinario, este ejerce una labor de asistencia y ayuda al veterinario. Se puede decir que estos profesionales son la imagen de la clínica, ya que son los que más contacto directo van a tener con los clientes o tutores de los pacientes que entren en la clínica, por lo que tienen que estar altamente capacitados en la atención al cliente y poseer un gran abanico de conocimientos.

La principal función que debe cumplir el Auxiliar Clínico Veterinario es la atención y cuidado de animales con patologías o dolencias, pues estos serán los principales pacientes que atendamos en consulta. Aunque es cierto que muchos de ellos acudirán para monitorizar su salud o mejorar su bienestar y calidad de vida, previniendo la aparición de enfermedades. Además de esta labor, que es la base de la clínica veterinaria, y digamos, sobre la que se desarrollan el resto de áreas clínicas, encontramos funciones de gestión, que también serán funciones que el ACV debe dominar.

Vamos a comenzar a hablar de las funciones que se deben realizar para llevar correctamente la gestión de la clínica, para ello es importante que la persona que ocupe este puesto de trabajo sea organizada y proactiva. Entre las funciones de gestión podemos integrar:

~ La atención al cliente, es la pieza clave para que un centro veterinario funcione correctamente, estos deben percibir un buen trato por nuestra parte, tanto hacia a ellos como a sus mascotas. Como hemos comentado anteriormente, el ACV juega un papel fundamental, ya que va a realizar la recepción del cliente, este momento es quizá el más importante para poder fidelizarle, **esto es debido a que será lo primero que pueda ver y analizar al entrar al establecimiento**. Como todos sabemos, la primera impresión es la más importante, ¿recuerdas esa sensación cuando entras a tu sucursal bancaria y están todos los empleados revisando papeles o trabajando en el ordenador, y nadie se da cuenta de que has entrado? ¿Te imaginas si cambiamos esa situación, y en lugar de ignorarte uno de los empleados se levanta y acude a la entrada a saludarte, te pregunta cómo está tu familia y te ofrece un café? Tu percepción de dicha sucursal cambia de forma radical, te sientes su cliente más importante, y esto es justo lo que tenemos que conseguir. Cuando alguien entre en la clínica y llegue a la recepción, sé proactivo/a y amable, que sienta que es la persona más importante de la clínica. Si eres capaz de hacerle sentir importante, y eres capaz de transmitir que la salud de su compañero realmente te preocupa, habrás ganado la confianza de esta persona.

- ~ Otra de las funciones será realizar las ventas y cobros oportunos, no hay que olvidar que un centro veterinario es un negocio y, por tanto, nuestra función es cubrir esa labor, para ello podemos ofrecer activamente a la familia los productos que haya en venta como, por ejemplo, es el caso de los piensos, productos de higiene y cuidado general de la mascota. Este es un punto que desarrollaremos más adelante.

- ~ Para que la clínica de manera diaria tenga un funcionamiento adecuado habrá que llevar un correcto control de la agenda, esto conlleva gestionar las citas de manera que no se solapen unas con otras para así evitar esperas por parte de los pacientes o de sus familias, especialmente para las familias de felinos, que son mucho más sensibles al estrés, y minimizar estas situaciones provocará una situación mucho más agradable para las familias. La labor del auxiliar no reside únicamente en agendar las citas sin más, sino en prever cuánto tiempo le llevará al veterinario cada una de las consultas agendadas en un momento concreto para conseguir una planificación óptima. Esto no es sencillo, requiere que el auxiliar disponga del conocimiento suficiente para valorar qué pruebas pueden ser necesarias según la anamnesis del paciente y requiere conocer al veterinario que realizará la consulta, pues cada uno trabajará de forma diferente.

- ~ Atención telefónica y en caso de ser necesario, si el cliente necesita hablar con el veterinario, primero habrá que hacer un filtro, es decir, una anamnesis para saber qué le pasa a la mascota o qué necesita la persona que está al otro lado del teléfono, una vez tengamos la información se podrá poner al tanto al facultativo y según su disponibilidad, le pondremos en contacto con el cliente. Siempre que sea posible, el auxiliar debe gestionar la llamada y la petición del cliente, procurando que se sienta escuchado y atendido.

- ~ El control y la gestión del stock se debe realizar de manera rutinaria, de esta forma nos aseguramos de que no falte ninguna medicación en el centro y así el veterinario podrá administrar el tratamiento que considere oportuno, sin tener necesidad de estar buscando alternativas o sin poder ofrecer un servicio adecuado al paciente.



~ La realización de los presupuestos también forma parte de las tareas que hay que realizar durante la jornada laboral, así como gestionar las facturaciones, los pagos y cobros de la clínica.

Y, respecto a las funciones clínicas que se deben desempeñar en este cargo, encontramos las siguientes:

~ Asistir al veterinario en consultas ordinarias, lo idóneo es facilitar la labor al facultativo, para ello, es conveniente anticiparnos a sus necesidades y tener preparado el material, instrumental o vacunas que vaya a necesitar durante la consulta.

~ Ante una urgencia se deberá asistir al veterinario siguiendo las indicaciones de éste para así poder llegar a estabilizar al paciente. Si en tu caso el servicio de urgencias es de tu interés, es siempre más que recomendable realizar un curso de especialización en este ámbito, debemos comprender que el servicio de urgencias requiere de una atención inmediata, el auxiliar debe conocer los procedimientos que se pueden llevar a cabo en cada situación para adelantarse a las necesidades del veterinario.

~ Asistencia en procedimientos de diagnóstico por imagen. En una clínica veterinaria podemos encontrar sala de radiología, sala de ecografía, en ciertas ocasiones endoscopio, laparoscopia, tomografía computarizada o resonancia magnética. Siendo estas últimas las opciones menos habituales. El auxiliar deberá preparar el equipamiento y asistir al veterinario, procurando una sujeción, posicionamiento o manejo adecuados. Es importante señalar en este punto que el auxiliar que vaya a trabajar en la sala de rayos X deberá disponer de la formación reglamentaria para ello, acreditándose como operador de salas de radiodiagnóstico para adecuarse a la legislación vigente.

~ El correcto manejo de los pacientes es una tarea de gran valor.

Importante: Una manipulación errónea puede provocar daños en el animal o una incorrecta sujeción puede poner en peligro nuestra integridad o la integridad del veterinario.

- ~ Se debe encargar de la administración y suministro de los medicamentos necesarios, siempre según lo indique el veterinario con el que trabaje, pero nunca recetar. Esta última labor pertenece al facultativo.



~ Recogida de muestras diagnósticas y laboratoriales, ya sean de sangre, orina o heces. Así como se debe ocupar de su procesamiento y preparación.

- ~ Asistencia en quirófano, en estas intervenciones se trabaja mano a mano con el veterinario, y quizá, sea uno de los momentos de más tensión por los que puede pasar un auxiliar clínico veterinario, dado que cualquier mínimo detalle puede desestabilizar al animal. Para los auxiliares que quieran trabajar en este ámbito, también es muy recomendable la formación especializada, para conocer todos los procedimientos y técnicas que se pueden requerir.
- ~ Se debe mantener la limpieza tras una consulta, para ello se limpiará y desinfectará la mesa exploratoria, y en caso de ser necesario se barrerá o se hará lo que se considere oportuno para llevar a cabo la limpieza de la sala. Al igual que ocurre en quirófano, este debe ser limpiado y desinfectado antes de la cirugía y tras ella, también habrá que limpiar y desinfectar el material e instrumental empleado, veremos más adelante cómo debemos realizar esta tarea.

Importante: Es fundamental que el quirófano se encuentre desinfectado ante cualquier tipo de intervención quirúrgica.

- ~ Llevar a cabo los cuidados pertinentes en los pacientes hospitalizados como, por ejemplo, la administración de medicamentos, la toma de temperatura o presión arterial, la monitorización de sus constantes vitales, revisión de los fluidos, limpieza de la jaula, alimentación o darles sus paseos diarios para que puedan hacer sus necesidades. Cabe destacar que estos se encuentran débiles y sienten la sensación de soledad debido a que no están sus familias, hay que ser especialmente cuidadosos y cariñosos con ellos.

Comunicación con las familias

El auxiliar clínico veterinario siempre va a ser el nexo de unión entre "mi familia" y "mi veterinario", de ahí la importancia de que quién esté ocupando este puesto de trabajo tenga la fluidez suficiente para poder mantener un diálogo con los clientes y, a continuación, poder transmitírselo al veterinario. De esta manera podremos afianzar la relación, es decir, se podrá fidelizar al cliente, ya que estará contento con la eficacia comunicativa que existe en la clínica y en el equipo de profesionales.

Es importante que el ACV no caiga en el error de desconectar durante la conversación, por muy vacía que sienta que está siendo dicha comunicación. Para poder evitar un diálogo de este tipo, existe la posibilidad de coger las riendas de la conversación y con preguntas clave extraer la información que queremos o necesitamos para poder luego comentarlo con el veterinario y poder realizar el trabajo de manera eficaz.

Por norma general, el ACV, realizará la anamnesis, por lo que las preguntas deben de ser claras, buscando una respuesta concisa y sin que el cliente se vaya por las ramas. La anamnesis es el procedimiento que se realiza durante la primera toma de contacto con el tutor y el paciente, el objetivo es identificar las dolencias que padece y desde hace cuánto ocurre, así como su historial y posibles causas de su enfermedad.



De toda la información que se reciba durante este primer paso, el auxiliar clínico veterinario deberá quedarse con la información que considere crucial para poder colaborar en el diagnóstico de la posible patología o dolencia. Para obtener una buena anamnesis se requiere ser organizado, de este modo se evitarán historias confusas, superficiales o desorganizadas.

1.2 Atención al cliente

El servicio al cliente, como hemos dicho en el apartado anterior, es decisivo para lograr una fidelización por parte del usuario, para llevar a cabo dicha fidelización hay que lograr una buena comunicación, para ello es necesario prestar atención, atención y más atención. El receptor podrá percibir de inmediato el interés mostrado en la conversación y, de esta manera, conseguiremos que esté más receptivo a la hora de mantener una conversación, dando lugar a un diálogo sincero y profesional.

“El paciente siente la necesidad de conocer y comprender. El paciente necesita sentir que es reconocido y comprendido” George Libman Engel

Para lograr una conversación fluida y, por tanto, exitosa, debemos tener en cuenta una serie de factores fundamentales, tales como:

- ~ **Fiabilidad.** Se debe mostrar una actitud segura ante todo lo que se quiera transmitir al propietario, éste notará dicha seguridad en la conversación y le dará cierto grado de confianza, ya que, estos quieren dejar a sus mascotas en profesionales que tienen idea de qué hacer con su animal, es una manera de transmitirles confianza y seguridad.
- ~ **Cordialidad.** A la hora de tratar con los clientes hay que mostrarse simpáticos, demostrar educación y buenas maneras con el trato al cliente, siempre que se esté en recepción es importante recibir a los clientes con la mayor cordialidad posible.
- ~ **Profesionalidad.** En todo momento hay que estar a la altura de la situación y para ello debemos mostrar los conocimientos y destrezas idóneas. Es un puesto de trabajo que requiere de una persona resolutiva.
- ~ **Comunicación.** Para tener una comunicación exitosa se debe utilizar un lenguaje oral sencillo, de esta manera el cliente podrá entenderlo y sentirse cómodo a la hora de tener la conversación. Es importante estar pendientes a la conversación que se está manteniendo, al igual que al lenguaje corporal, ya que nos va a dar la suficiente información para saber qué desea y cómo lo desea y de esta manera poder cubrir sus necesidades según se va desarrollando el dialogo. Es esencial que tras la conversación el cliente haya comprendido adecuadamente el mensaje, para ello se puede preguntar si tiene alguna duda y en qué punto de la conversación e intentar resolvérsela de la mejor manera posible.

Técnicas de ventas

Dentro de este sector, al igual que en cualquier otro, no se dejan de lado las ventas, por ello, a continuación, se explican dos técnicas a tener en cuenta una vez se esté trabajando como ACV en un centro veterinario.

~ El upselling, es una técnica de marketing y ventas, que consiste en ofrecerle al cliente un producto de mayor calidad y valor. Para ello, se deben aportar argumentos suficientes y hacer que el cliente entienda que ese producto es mejor y que obtendrá mayores beneficios con ese producto que se le está ofreciendo.

Para poder aplicar esta técnica de venta se debe buscar el momento oportuno, es decir, justo en el momento en el que el cliente está decidiendo comprar determinado producto, por ejemplo, un pienso, poder ofrecerle justo en ese momento otro producto de mayor calidad. Es importante que para lograr vender el producto que se desea no se insista al cliente, ya que podría provocar en él el efecto contrario y sentirse agobiado con la compra. Las principales ventajas del upselling es la satisfacción del cliente y el incremento de los ingresos, debido a la venta de un producto de mayor valor.

~ El cross-selling, traducido del inglés significa "venta cruzada". El objetivo de esta técnica de ventas es proporcionar al cliente varias posibilidades de productos no planificados por él, pero que tienen relación directa con el producto inicial que se quiere llevar.

Las ventajas del cross-selling es que se consigue aumentar el ticket medio, la fidelización de los clientes, ya que están comprando productos que están relacionados con su producto inicial y también se produce un fortalecimiento de la relación entre el ACV y el cliente, ya que de esta manera se muestra un alto grado de interés y preocupación por las necesidades del cliente y el paciente.

La principal diferencia entre ambas técnicas de marketing y ventas es que realizando el upselling, se le ofrece al cliente un producto o servicio de mayor calidad y precio, mientras que, en el cross – selling, se le ofrece al cliente productos relacionados con su producto inicial, sin tener en cuenta el valor del producto que se le ofrece.

Importante: En ningún momento el cliente debe sentir la sensación de que nuestro principal interés es realizarle una venta.

La llamada telefónica

Una llamada telefónica muchas veces es el primer contacto que tiene el centro veterinario con los clientes, por lo que es primordial transmitir el mensaje de manera más clara, sencilla y segura, ya que no podemos respaldarnos en el lenguaje corporal. Hay que tener muy presente en todo momento que ante cualquier llamada telefónica se debe responder con energía, nunca hay que coger el teléfono y mostrar a través de él un tono de desgana.

A continuación, vamos a ver un pequeño ejemplo de cómo hay que responder ante una llamada telefónica y cómo suele desarrollarse una conversación telefónica, las etapas por las que pasa son las siguientes:

- ~ Primero, antes de nada, se saluda al cliente, se recomienda hacer una pequeña introducción porque no hay nada más impersonal que hablar con "la clínica" sin saber quién es la persona que está tras esa llamada. Un ejemplo de una buena recepción telefónica sería:

"Hola, buenos días. Clínica veterinaria, le atiende"

- ~ A continuación, se recomienda iniciar la conversación, no esperar a que el cliente mencione el motivo de su llamada. En este caso se podría decir:

" ¿En qué puedo ayudarle? "

Es importante tener en cuenta que la comunicación siempre tiene que ser coherente.

- ~ Una vez realizada la introducción, el cliente ya sabrá a quién se dirige y, además, con la pregunta anterior ya se habrá iniciado la conversación por parte del ACV. Llegado el turno del cliente, en este momento expondrá sus necesidades o realizará las preguntas que crea convenientes para que sus dudas queden resueltas, en esta parte de la conversación es esencial prestarle especial atención, ya que por teléfono la conversación se dificulta al no tener un contacto visual directo.
- ~ Una vez determinadas sus necesidades, es clave ofrecer una solución adecuada, por norma general, gran parte de las llamadas terminan en consultas en la propia clínica o en el domicilio. Los clientes cuando llaman por teléfono, lo más habitual es que estén receptivos a asistir a una consulta presencial, por tanto, habrá que ofrecérsela como primera opción.

De esta manera el veterinario podrá realizar una exploración al animal y poder diagnosticar una posible enfermedad y posterior tratamiento. Por teléfono es imposible pasar una consulta, por mucho que desarrollen los síntomas de su mascota.

~ Una vez resuelta la consulta telefónica, habrá que dar fin a la conversación, esto es tan fácil como preguntarle a la persona que está tras el teléfono:

“ ¿Le puedo ayudar en algo más? ”

~ Una vez el cliente responda a esta última pregunta se procederá a confirmar de forma breve y concisa los hechos ocurridos durante la conversación, poniendo en este caso el ejemplo de que se le haya agendado una cita, para ello habrá que recalcar el día y la hora.

~ Y ya, por último, se finalizará la conversación, para ello habrá que esperar para colgar el teléfono, no hay que hacerlo antes que el cliente, ya que puede quedarse con la palabra en la boca mientras nos está agradeciendo la atención recibida.

¿Sabías qué?: Para que una conversación telefónica sea óptima, se debe usar la regla de los tres minutos, es decir, la conversación no debe durar más de ese tiempo, ya que, es el tiempo suficiente para lograr una conversación clara y concisa.

Siguiendo los anteriores pasos se logrará una buena conversación ya que ésta será efectiva, eficiente y personalizada.

Nunca se debe tapar el auricular con la mano debido a que se suele oír todo y es de muy mala educación. Es preferible dar al botón de “mute” o tomar nota del recado, anotando el teléfono de contacto y todos los datos que sean necesarios.

Al igual que se tienen que llevar a cabo los anteriores aspectos nombrados para lograr una conversación exitosa, es importante evitar ciertos comportamientos que pueden generar una mala imagen hacia uno mismo. Las tres conductas más importantes a evitar son:

- Elevar el tono de voz, ya sea para referirnos a alguno de nuestros compañeros o al propio cliente.

- Evitar no mirar a nuestro interlocutor cuando nos está hablando, ya que podemos mostrar cierto grado de desinterés, esto siempre habrá que aplicarlo cuando se esté tratando con el cliente cara a cara.
- Evitar dar explicaciones de temas de los cuales carecemos de la suficiente información o que puedan ser distintas a las que dé algún otro compañero del centro veterinario.

Además de recibir llamadas por parte de los clientes, en ocasiones se realizarán desde el centro veterinario al propietario, para poder realizar un seguimiento de su mascota, ofrecerle o explicarle un presupuesto de una cirugía, un tratamiento, etc. Esta función pertenece mayormente al auxiliar clínico veterinario, está dentro de sus funciones de gestión.

1.3 Elementos de la comunicación

Los canales de comunicación con el cliente son herramientas muy útiles en los centros veterinarios, ya que, contribuyen a conocer sus necesidades, resolver sus dudas y ofrecerles soluciones de forma rápida. Para lograr esto existen distintos medios de comunicación como son las redes sociales, páginas web, correos electrónicos, chat en línea, canales de comunicación externos, llamadas telefónicas, atención personal, etc.



Los elementos de la comunicación son los factores que forman parte del proceso de la comunicación, es decir, en el envío y recepción de los mensajes. Los cinco elementos de la comunicación son:

- ~ Emisor. Es la persona que emite el mensaje.
- ~ Receptor. Es el que recibe el mensaje del emisor y lo interpreta. Para que la comunicación sea efectiva es necesario que el emisor y el receptor compartan canales y códigos de comunicación.
- ~ Código. Es el lenguaje que se utiliza para que la comunicación sea efectiva.
- ~ Mensaje. Es el contenido que el emisor quiere hacer llegar al receptor.
- ~ Canales de comunicación. Son los medios físicos mediante los cuales se transmite el mensaje.

Entre los medios multimedia que puede usar una clínica veterinaria encontramos las redes sociales, los blogs o las páginas webs. Para mantener un contacto más directo con los clientes se suelen usar las redes sociales, actualmente las más utilizadas son el WhatsApp y el correo electrónico. A través de ellas se puede entablar una conversación directa con el cliente, donde se le puede preguntar por la evolución de su mascota, coger citas y mandar los recordatorios correspondientes a ese animal como, por ejemplo, las desparasitaciones, las vacunas e incluso las citas pendientes.

Importante: *Mientras más canales de comunicación se establezcan aumentarán las oportunidades de llevar una buena relación con el cliente.*

Hay que tener en cuenta que a lo largo del día en una clínica veterinaria acceden gran diversidad de personas con sus mascotas, debemos ajustarnos al perfil de cada cliente y mantener ese contacto a través del canal de comunicación más acorde a su perfil. Por ejemplo, una persona que no posea correo electrónico o no haga mucho uso del teléfono móvil, ya sabemos que no vamos a tener una comunicación exitosa a través del email o del chat en línea, por lo que en este caso se recomienda realizar una llamada telefónica.

Es importante que el auxiliar clínico veterinario emplee estos elementos de la comunicación para:

- Entender al cliente, es decir, intuir o lograr saber qué necesita el cliente en cada momento para así poder ajustarse a sus necesidades. De esta forma, conseguiremos que el cliente salga del centro con una sensación satisfactoria.
- En todo momento hay que hacer ver al cliente que tenemos todo el interés centrado en ellos, tiene que ver disponibilidad por parte del ACV. En caso de que se esté realizando alguna gestión administrativa y entra un cliente se deja de realizar ese proceso para atenderle, una vez descubiertas sus necesidades y tras haberlas cubierto, se puede volver a la tarea inicial.
- Para el cliente, como es lógico, lo más importante es su compañero, por tanto, debemos mostrar interés y preocupación por su "pequeño". De esta manera, el cliente notará cercanía hacia ambos y como consecuencia, es muy probable que quiera volver al mismo centro veterinario, ya que la atención hacia ambos ha sido excelente y cercana.
- Bajo ningún concepto el cliente tiene que notar interés por facturar, es evidente que no deja de ser un negocio, pero la mejor manera para llevar adelante una empresa dentro de este sector es transmitiendo confianza al usuario, de esta manera se dejará aconsejar y estará más dispuesto a ceder en la compra de determinados productos, esto ocurre por la confianza que depositan en el auxiliar clínico veterinario. Por tanto, no deben llevarse la sensación de que solo interesa la facturación, ya que es un error de cara al cliente y a la imagen de los centros veterinarios.

1.4 Gestión del stock

El control del stock forma parte de la logística empresarial, en concreto de la logística de distribución. La gestión del stock consiste en llevar un control de todas las existencias presentes en la clínica veterinaria, es una cuestión vital para el centro veterinario llevar controlado el stock y dicha gestión será correcta cuando sea posible reducir la cantidad de producto almacenado y asegurar el suministro al cliente en el momento adecuado.

Podemos definir distintos tipos de stock:

- ~ Stock activo, hace referencia al número de artículos con los que debe contar una empresa en condiciones normales para poder satisfacer la demanda de sus consumidores.
- ~ Stock de seguridad o protección, son los artículos que se mantienen en reserva. Están por encima de las cantidades normales de almacenamiento. En las clínicas este tipo de stock se usa en los productos más utilizados, para así asegurar siempre sus existencias.
- ~ Stock de presentación. Son los productos que están a la vista del consumidor y son para venta directa.
- ~ Stock de recuperación. Son artículos que han sido devueltos por razones de calidad, pero pueden ser reutilizados y puestos a la venta de nuevo. Cuando no pueden ser puestos en venta de nuevo o reutilizados se considera stock muerto.

Llevar a cabo una buena gestión de stock es fundamental para poder atender a tiempo la demanda de nuestros clientes, independientemente del momento o de la temporada. La forma más sencilla para poder gestionar un stock, es de la manera visual. De esta forma controlamos la cantidad de los productos y así ir poder ir pidiendo según se vayan consumiendo, no dando opción a que se agoten. En todo momento se debe contar con stock suficiente de piensos, en consulta (medicamentos y fungibles, es decir, agujas, jeringas, guantes... es decir, aquellas cosas que se deterioran o se destruyen una vez son usadas), en el laboratorio (portaobjetos, cubreobjetos, líquidos de fijación para las distintas citologías) y, también es de vital importancia y no pasar desapercibido la zona de quirófano, donde hay que contar con stock suficiente en todo momento por si se tiene que programar alguna cirugía de urgencia, en esta zona habrá que

contar con el instrumental quirúrgico suficiente, sedantes, tubos endotraqueales, guantes, suturas y más fungibles necesarios.

Los distintos centros veterinarios poseen programas informáticos para poder llevar a cabo el control de stock de la empresa. Para que un programa de gestión sea considerado una herramienta útil debe poseer una base de datos de clientes, un apartado para la gestión de stock y almacén y otro para la facturación, gestión de cobros y pagos.

El papel del auxiliar clínico veterinario (ACV) es fundamental en el funcionamiento adecuado del programa, ya que será el que maneje la parte comercial y la base de datos. Ambas partes son esenciales, la primera para poder llevar un buen control de stock, compras y ventas. Y la segunda parte, es la base de fidelización y de satisfacción de los clientes, de modo que a la hora de abrir una ficha a un cliente tenemos que rellenar todos los campos, para tener la mayor información posible y así poder mandar recordatorios a los clientes sobre citas, revacunaciones, desparasitaciones, etc. De este modo se consigue gran parte de la fidelización que se busca en los clientes.

Un dato importante a tener en cuenta es que aquellas clínicas que cuentan con la presencia de auxiliares clínicos veterinarios funcionan mejor, son más rentables y presentan mejores resultados. El principal motivo es que se pueden aplicar mejores planes de marketing y mejora la comunicación consiguiendo un mayor porcentaje de fidelización.