

Caso

La Dra. Fanny Rengifo, optómetra y propietaria de Opicarte, que es consultorio y tienda de ventas de lentes y monturas ubicado en una zona de alta influencia de centros médicos y con una población densa de consultorios y ópticas, tiene una base de pacientes fieles que frecuentan su local. La mayoría de sus pacientes son regulares, confían plenamente en su recomendación como profesional. Se evidencia una satisfacción generalizada en sus pacientes que devuelven la fidelidad en su consultorio con más referidos para que sean atendidos.

En virtud de una serie de estudios de actualización en su práctica profesional, la Dra. Rengifo ejerce su profesión con un criterio propio y basada en conceptos médicos que defiende con vehemencia y apasionadamente.

Situación

Para el año en curso nuestra empresa está implementando actividades de visita y de influencia con el grupo de optómetras del país y ha seleccionado a la Dra. Rengifo como una profesional con un potencial integral que la califica como una cliente de alta relevancia para el crecimiento no solo en las ventas sino en la recomendación y endorsement que puede hacer con otros colegas del medio dada su influencia.

Mariana Velásquez es la consultora que atiende la zona en la que se encuentra Opicarte. Tiene la misión de lograr que la Dra. Rengifo sea promotora de la marca mucho más de lo que lo es hoy.

La situación que se presenta en esta ocasión radica en que la doctora tiene un modelo de ejercicio de su práctica en el que evita al máximo formular lentes a sus pacientes. Tiene la convicción de que las gafas deterioran la capacidad de los órganos de generar sus propios mecanismos de corrección y que el uso de lentes correctivos es solo para casos extremos o por periodos muy controlados, es decir la Dra. Rengifo prácticamente no formula lentes. Ha logrado construir una buena reputación y es de las pocas profesionales que logra tener un buen negocio con su consulta principalmente.

El Desafío:

La tarea de Mariana entonces es la de persuadir a la doctora en el uso de las diferentes marcas con las que cuenta **Essilor**.

Mariana debe preparar una serie de visitas Opicarte, y establecer una guía que le permita encontrar la manera de que la Dra. Rengifo sea más cercana a la marca.

En la primera visita se establecerán las bases de dicha estrategia y para estos Mariana generará un diálogo de valor basado en el siguiente orden:

Situación; Argumentación; Propuesta Concreta; Funcionamiento de la Propuesta; Beneficios para la Dra. Rengifo y sus pacientes; Acuerdos involucrando todas las partes la doctora, Mariana y la empresa

La Tarea:

Presente al resto de la audiencia sus argumentos en el orden recomendado.