

## **Cione ayuda a sus ópticos a comunicarse y fidelizar a sus pacientes con el nuevo CRM**

**Consciente de que el 71% de los pacientes que mejoraron la experiencia de cliente aumentaron su retorno y tráfico a la tienda, Cione pone en marcha este nuevo servicio para sus ópticos que, partiendo de una base de datos de calidad, les va a permitir aumentar la frecuencia de las visitas de los clientes, fidelizarlos, evitar fugas a otras ópticas y reactivarlos**

El tiempo que un paciente tarda en volver a la óptica, de media, se sitúa en los cinco años desde la primera compra. “El sector óptico tiene aún mucho que hacer en este sentido”, señala Patricia Hernández, directora de Marketing de Cione. Así, y para ayudar a los ópticos a comunicarse con sus clientes y a fidelizarlos en el nuevo entorno digital, Cione lanza su nuevo servicio CRM. “Con él, trasladamos al sector óptico prácticas habituales en otros mercados, puesto que todos los negocios necesitan hacer marketing, y los sanitarios no son una excepción”, añade Hernández.

Las estadísticas no dejan lugar a dudas. El 71% de los establecimientos que mejoran la experiencia del cliente aumentan su retorno económico y el tráfico a tienda. Para apoyar a los ópticos de Cione en este sentido a llegar a todos los públicos, también a los mayores en la era digital, todas las estrategias de marketing necesitan de una misma herramienta, una base de datos de calidad, validada según el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

Cione va a tutelar a sus socios en este sentido, apoyándose en la digitalización, para lograr las máximas ventajas con el mínimo esfuerzo por parte de los asociados. Los ópticos de Cione recibieron una formación específica, que se repetirá periódicamente en Cione University, en la que se insistió en un código de buenas prácticas en este sentido, y fundamentalmente en la necesidad de registrar a los clientes, y tomar sus datos, siempre con su previo consentimiento, como marca el RGPD.

Así, y gracias al nuevo servicio CRM de Cione, los ópticos van a conectar más y mejor con sus clientes, evitarán fugas a otros establecimientos, llegarán a más personas y más allá de su barrio y, con todo ello, aumentará la frecuencia de visita a la óptica de su público actual. “Hemos diseñado el sistema para fidelizar a los clientes de nuestros socios y para conseguir que los recomienden a otras personas, de manera que los ópticos se puedan centrar en la atención al paciente”, señala Hernández. Cione es consciente de que cada cliente es diferente y quiere ser tratado y que se comuniquen con él en función de sus necesidades, que no son las mismas para todos. “Esta es una de las utilidades más importantes, entre otras muchas, que tiene el CRM, que nos permite personalizar la comunicación para cada cliente de nuestros ópticos”, señala Hernández.

Cione ha llevado a cabo en la primera parte del año 2022 experiencias piloto con varias ópticas que han resultado muy exitosas. En la reciente asamblea de Grupo Cione, los socios pudieron escuchar los testimonios de quienes han apostado por ello. “Nuestro compromiso es el de convertir los SMS e emails que lanzamos a través del CRM en visitas. Hoy día, llevar a pacientes a la óptica es, probablemente, la inversión más costosa que existe. Vamos a hacer que los ópticos de Cione estén en

la mente del consumidor, y para ello buscaremos resultados cada día, con coherencia y con constancia”, añade Hernández.

Respetando siempre la propiedad de las bases de datos, Cione llevará a cabo hasta 12 campañas al año por SMS e email en nombre del óptico, lo que incluye el diseño, envío y medición y seguimiento de cada campaña. “El CRM de Cione es un trabajo en equipo: el de la central consiste en llevar a los clientes a la tienda, y el del óptico, convertir las visitas en ventas. Juntos, somos garantía de éxito”, termina Hernández.

**Datos de contacto:**

Javier Bravo  
606411053

Nota de prensa publicada en: [Las Rozas-Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>