

MARKETINGTIPS  
VOOR UW PRAKTIJK

HOE BRENG IK  
PREVENTIEVE  
DIERGEZONDHEID  
ONDER DE  
AANDACHT?

# VOOR DIEREIGENAREN IS PREVENTIE NIET ALTJD VANZELFSPREKEND. ALS DIERENARTS MAAKT U HET VERSCHIL!

---

**Diereigenaren hebben het beste voor met hun huisdier. Maar hoe moeten ze weten wat het beste is voor hun dier en waar halen ze deze informatie vandaan? In dit document vindt u handige marketingtips die u direct in de praktijk kunt gebruiken!**



## MARKETING TERUG OP DE AGENDA

---

**Geen 4 P's of uitgebreide marketingtheorieën, maar praktische overwegingen die waardevol zijn voor elke dierenartspraktijk. Door de hectiek van de dag is een goede positionering en effectieve marketingstrategie vaak een onder-geschoven kind. Deze leidraad helpt u om dit aspect weer structureel op uw agenda te zetten!**

Niet alleen de digitale ontwikkelingen gaan snel, ook de veterinaire branche is onderhevig aan continue veranderingen. Staat u weleens stil wat voor gevolgen dit heeft voor uw bedrijfsvoering en anticipeert u hier ook adequaat op? Met de volgende marketingtips doet u misschien nieuwe ideeën op!

# HELP UW KLANTEN OP TIJD IN ACTIE TE KOMEN

---

Tip 1

## SCHUD UW SLAPENDE KLANTEN WAKKER; ZORG DAT ZE UW PRAKTIJK BEZOEKEN!

Goede voorlichting is essentieel voor de eigenaar om zijn of haar dier preventief te beschermen. Als dierenarts heeft u een gouden communicatiemiddel in handen: het één-op-één gesprek met uw klanten. Zorg daarom dat klanten (actieve en slapende) naar uw praktijk komen voor een advies op maat.

- **Gebruik incentives als een extra motivatie om naar uw praktijk te komen of geef een leuk cadeau weg.**

Een cadeautje weggeven aan uw klanten, doet het altijd goed. Het geven van een cadeau komt sympathiek over en helpt de klantloyaliteit te vergroten. U kunt ook een actie koppelen aan een cadeau: stuur uw klanten een mail of ansichtkaart, waarbij u ze uitnodigt voor een preventieconsult bij u in de praktijk. Als dank krijgen ze een leuk presentje. Probeer het maar eens uit, succes verzekerd!

- **Start een actie of nodig uw klanten uit voor een (gratis) consult.**

Denk aan een kortingsactie of (gratis) consult. U kunt ook een open dag of een informatie-avond organiseren. Kondig uw actie, consult of bijeenkomst aan via een persbericht, sociale media, posters of kaartjes op uw balie. Ga naar onze [website](#) voor meer inspiratie. U kunt uw klanten natuurlijk ook een oproep of aankondiging sturen per post of e-mail. Stuur kaarten en coupons via uw eigen systeem (zoals Animana) of stuur ze via reminderservice Chameleon! Wist u dat u in Animana ook gebruik kunt maken van kant-en-klare teksten?

- **Schrijf huisdiereigenaren bij de verkoop van een bepaald product meteen in voor uw reminderservice.**

Heeft u geen reminderservice? Vraag dan uw softwareleverancier naar de mogelijkheden of vraag uw accountmanager van MSD Animal Health om advies. U kunt uw klanten ook stickers voor in de agenda of kalender meegeven, om ze te helpen herinneren.







## Tip 2

### GEEF UW BESTE ADVIES EN DOE EEN AANBOD DAT ONWEERSTAANBAAR IS; CREËER TERUGKERENDE KLANTEN!

Nu dat huisdiereigenaren de moeite hebben genomen om naar u toe te komen, is goed advies de vervolgstap.

- **Geef ze uw beste advies.**  
Uw klanten weten vaak niet wat het beste voor hun huisdier is, tenzij u het ze vertelt. Maak hen duidelijk hoe belangrijk goede preventie is voor de gezondheid en het welzijn van dier én mens. Voorkomen is beter dan genezen!
- **Geloof in de producten en diensten die u aanbiedt.**  
Wanneer u overtuigd bent dat preventie het welzijn van huisdieren verbetert, hoeft u uw klanten alleen nog maar goed te adviseren. De verkoop van diensten en producten gaat dan vaak vanzelf.
- **Zorg voor een onweerstaanbaar aanbod.**  
Na het adviesgesprek is uw klant klaar voor een volgende stap. Sluit daarom het gesprek af met zo'n geweldig aanbod, dat uw klanten geen redelijke bezwaren kunnen aanbrengen om het aanbod af te wijzen. Denk bijvoorbeeld aan het aanbieden van een zorgplan of een abonnement.
- **Verkoop antiparasitica in een keer voor een heel jaar. Dit komt de therapietrouw ten goede, waarmee ook diergezondheid bevorderd wordt.**  
Dat kan op verschillende manieren:
  - a. Tijdens het vaccinatieconsult;
  - b. Door de eigenaar vooruit te laten afrekenen voor een jaar en de middelen gefaseerd naar hem toe te sturen;
  - c. Door de eigenaar een jaarpakket aan te bieden, waarbij de betaling en levering gefaseerd plaatsvindt.

Tip 3

## HERHAAL DE BOODSCHAP IN AL UW UITINGEN!

### **Slechts 5% van alle informatie 'blijft hangen'.**

U kent dat gevoel vast wel: u heeft net een advies gegeven. Daarin heeft u heel duidelijk en helder uw punt toegelicht. U zag dat de huisdiereigenaar goedkeurend stond te knikken toen u aan het woord was. Hoe bestaat het dan dat uw advies niet wordt opgevolgd?

### **Herhalen, herhalen, herhalen**

Helaas is één keer vertellen niet voldoende. Het ligt iets ingewikkelder met communicatie. Uw klant onthoudt slechts 5% van de informatie na een adviesgesprek. Wil het bekijken, dan moet u de boodschap –het belang van preventie!- blijven herhalen en herhalen en herhalen en herh....

***“Tell me and I forget, teach me and I may remember.  
Involve me and I learn!”***

*Benjamin Franklin*

### **Laat de boodschap zien, horen en lezen**

Herhaal het belang van preventie op verschillende momenten en via verschillende kanalen. Aan de behandeltafel, in uw nieuwsbrief, op uw website, aan de balie, op het scherm in uw wachtkamer, op uw Facebookpagina. Het liefst laat u de boodschap zowel zien als horen, zodat meerdere zintuigen van de ontvanger aan het werk moeten.

- Gebruik onze voorlichtingsmaterialen om huisdiereigenaren attent te maken op het belang van preventieve zorg. Op onze [website](#) bieden wij diverse communicatiematerialen en praktijkondersteunende services aan die behulpzaam kunnen zijn.
- Mist u materialen? Laat ons dan weten hoe wij u kunnen helpen via [msdahsecretariaat@merck.com](mailto:msdahsecretariaat@merck.com)

Tip 4

## OVERTREF VERWACHTINGEN: MAAK AMBASSADEURS VAN UW TEVREDEN KLANTEN!

We schreven het al bij tip 1: een cadeau doet wonderen! Ook ná het bezoek aan de behandelkamer, kunt u uw klant verrassen met een cadeautje (bijvoorbeeld bij het afrekenen). Dit zorgt voor een nog prettigere klantervaring. Met een mooi woord wordt dat ook wel 'over-deliver' genoemd: uw dienstverlening is nog beter dan wat uw klant had verwacht. Een fijne klantervaring wordt niet snel vergeten en vaak doorverteld aan vrienden en bekenden! Kijk voor inspiratie en voordelige geschenken eens op [www.dierengeschenken.nl](http://www.dierengeschenken.nl)!

Tip 5

## VOLG DE OPLEIDING TOT VETERINAIR PREVENTIE PROFESSIONAL

Speciaal voor dierenartsen en geïnteresseerde paraveterinaren die een stap verder willen in preventieve diergeneeskunde, heeft MSD Animal Health de interactieve opleiding 'Veterinair Preventie Professional' ontwikkeld. Deze online opleiding bestaat uit 4 e-learningmodules (vaccinatie, ectoparasieten, endoparasieten en verantwoord gebruik van diergeneesmiddelen) en een inspirerende communicatietraining op locatie. Meld uzelf of teamleden aan voor de opleiding Veterinair Preventie Professional of vraag eerst aanvullende informatie aan via [gezelschapsdieren@merck.com](mailto:gezelschapsdieren@merck.com).



## UW VAK EN HET COMPETITIEVE LANDSCHAP BLIJVEN VERANDEREN; VERANDER MEE!

Tip 6

### WERK AAN EEN MISSIE, VISIE EN MERKIDENTITEIT

Wat maakt uw praktijk uniek en onderscheidend van de rest? Creëer eigen kernwaarden en gebruik dit als kapstok bij zowel strategische overwegingen als in uw communicatie. Als er een goede basis is, kunt u hier altijd op terugvallen. Ook bij veranderingen of toekomstige vraagstukken. Om het voor u makkelijk te maken even wat zaken op een rijtje:

Missie	Visie	Strategie
Waar staan we voor?	Waar gaan we voor?	Hoe gaan we dit bereiken?
Intern gericht (organisatie)	Extern gericht (omgeving)	Doelgericht
Wie zijn we?	Wat kunnen we betekenen?	Hoe kunnen we dit waarborgen?
Identiteit, kernwaarden	Toekomst, droom	Plan, tactiek
Vanuit het verleden	Richting de toekomst	Richting de kern
Tijdloos	Bijstellen wanneer nodig	Jaarlijks bijstellen

Tip 7

### GA MEE IN WAT UW KLANTEN WILLEN

**Stel uw aanbod samen op basis van wat uw klanten willen en wat het beste past bij uw praktijk. Een aantal voorbeelden:**

- Word een 'cat friendly praktijk'.  
([www.my-msd-animal-health.nl/gezelschapsdieren/katvriendelijke-praktijk](http://www.my-msd-animal-health.nl/gezelschapsdieren/katvriendelijke-praktijk))
- Werk angstvrij (fearfreepets.com).
- Maak online afspraken mogelijk via uw website of via WhatsApp.
- Bied workshops en trainingen aan (bv. een vuurwerktraining) of organiseer een preventieavond.
- Ontvangt uw klant liever een SMS of appje ter herinnering?  
Hoe meer contactmogelijkheden u aanbiedt, hoe beter!

Tip 8

## ZORG DAT ER OVER U WORDT GESPROKEN

**Zorg dat er online en offline –in positieve zin- over u gesproken wordt; creëer een zogeheten ‘marketing buzz’.**

- Motiveer mensen om een beoordeling te schrijven over uw praktijk, bijvoorbeeld op uw Facebookpagina of via Google. Dit verbetert uw zoekbaarheid (SEO) en betrouwbaarheid als mensen zoeken naar een dierenartspraktijk in de buurt. Heeft u een negatieve opmerking gekregen? Laat u niet uit het veld slaan en maak gebruik van onze [richtlijnen](#) voor het gebruik van Facebook en reacties via social media.
- Spreek geen verwachtingen uit, maar overtref ze. Als u dit als motto toepast in uw interactie naar de klant, dan gaan ze vanzelf over u spreken, zowel offline als online, bijvoorbeeld:
  - Stuur eens een Ansichtkaart naar uw klanten, gericht aan hun huisdieren.
  - Houd verjaardagen bij en stuur klanten een verjaardagskaart of -mail.
  - Heet uw klanten welkom wanneer ze uw praktijk bezoeken; noteer de namen van dieren op een groot ‘welkom-bord’ of laat de namen verschijnen op een beeldscherm.
  - Bied uw klanten een kopje koffie aan in de wachtkamer.
  - Verras uw klanten op een andere manier: ga met uw team om de tafel zitten om leuke suggesties te verzinnen

**Wist u dat het veel vertrouwen wekt als u reageert op online reviews?  
Zo kunt u schade beperken bij een negatieve reactie en mensen bedanken  
die een positieve beoordeling hebben geschreven.**

Tip 9

## CREËER UW EIGEN CONTENT

**U hoeft helemaal geen professionals in te huren om uw klanten te inspireren met mooie dierenverhalen uit de praktijk!**

- Schrijf zelf een casus over gezondheidsproblemen die vaak voorkomen in uw praktijk, bijvoorbeeld een hond met grasaren, en hoe deze voorkomen kunnen worden.
- Laat klanten weten wat uw huisdier voor u betekent of wat uw passies zijn.
- Ga vloggen of houd een blog bij. Uw klanten vinden het leuk om een kijkje achter de schermen te krijgen.
- Nodig uw klanten uit om foto's en verhalen te sturen naar de praktijk. Deel deze, met toestemming, op uw social mediakanalen en vertel hun verhaal!
- Gebruik de onderwerpen die belangrijk zijn voor uw klanten als basis voor nieuwe content. Welke vragen worden regelmatig gesteld? Wat zijn de reacties op uw social media berichten? Hieruit kunt u veel nieuwe ideeën halen.



Tip 10

## WEES VINDBAAR IN GOOGLE

**Wist u dat Google meer dan 200 verschillende criteria gebruikt om uw website te beoordelen en op basis daarvan uw zichtbaarheid bepaalt?**

- De snelheid van uw pagina is een belangrijk criterium. Deze kunt u [hier](#) checken.
- Hoe vaker u de content op uw website vernieuwt, hoe beter dat is voor de vindbaarheid in Google. Maak een nieuwspagina aan en post regelmatig een actualiteit, een blog of een dierenweetje.
- Is uw pagina geschikt voor mobiel gebruik? Dit kunt u [hier](#) controleren.
- Ziet u dat er problemen zijn met uw website? Neem contact op met uw beheerder en optimaliseer uw website om meer verkeer naar de pagina te krijgen!

Tip 11

## KIES JE KAMPIOENEN

Marketingactiviteiten in een dierenartspraktijk zijn in veel gevallen geen voltijdfunctie, maar activiteiten die naast de dagelijkse werkzaamheden gedaan worden. Zorg daarom voor een goede taakverdeling op basis van iemands affiniteiten, kwaliteiten of hobby's. Fotografeert iemand graag? Waarom dan niet deze persoon verantwoordelijk maken voor het maken van praktijkfoto's? Met de juiste taakverdeling vult het team elkaar goed aan en creëert u waardevolle synergie.

Tip 12

## KIES JE COMMUNICATIEKANALEN EN HOUD DEZE BIJ

Waarschijnlijk gebruikt u Facebook als platform om te communiceren naar huisdier-eigenaren. Maar heeft u ook al eens gedacht aan Twitter of Instagram? Vooral Instagram is razend populair! Wanneer u verschillende platforms gebruikt, moet u vaak wel de boodschap iets aanpassen. Bij Twitter is een sterke tekstuele boodschap gewenst. Bij Instagram draait het vooral om een krachtig beeld. De social media ontwikkelingen gaan heel snel. Houd deze ontwikkelingen goed in de gaten en vertaal ze naar kansen voor uw praktijk. Maak gebruik van uw netwerk en partijen waar u mee samenwerkt. Wist u dat de [Facebookpagina](#) van MSD Animal Health schrijft over de meest uiteenlopende onderwerpen en dat u deze berichten ook kunt delen op uw eigen Facebookpagina?

Tip 13

## CONCRETISEER UW PLANNEN EN EVALUEER

Als er geen plannen of doelstellingen op papier staan, dan blijft het vaak alleen bij mooie ideeën in uw hoofd. En het laatste wat u wilt zeggen is: "hadden we dat maar zo gedaan", toch? Concretiseer uw plannen door ze te noteren en op te volgen. Evalueer uw doelstellingen: wat is het effect van uw inspanningen geweest? Moet u ergens uw plannen of strategie bijstellen? Meten is weten!

### TOT SLOT

We hopen dat u met plezier aan de slag gaat, om het belang van preventieve diergezondheid onder de aandacht te brengen. Wilt u aanvullend advies of heeft u ideeën voor nieuwe promotiematerialen of communicatiematerialen?

Laat het ons weten via [msdahsecretariaat@merck.com](mailto:msdahsecretariaat@merck.com).

We denken en ontwikkelen graag met u mee!