

Bonjour à tous,

Ça fait **4 mois** que ces **621 patients** sans rendez-vous n'ont été appelés que **deux fois**. Deux fois, ce n'est **pas suffisant**. On est en phase de lancement, la clinique est nouvelle, et il est **critique** de rappeler ces clients bien plus que ça. Si on ne le fait pas, on manque **d'énormes opportunités** pour remplir nos horaires et générer du revenu.

Pourquoi on doit rappeler plus que deux fois :

1. **Les clients sont sollicités par d'autres** : Si on ne reste pas en contact avec nos patients, ils iront ailleurs. D'autres cliniques sont **actives**, elles les contactent régulièrement, et elles sont prêtes à prendre nos patients. **Rester en tête** des clients, c'est la clé pour ne pas perdre ces opportunités. Deux appels en quatre mois ne suffisent pas pour rester leur premier choix.
2. **La répétition crée l'engagement** : Il est prouvé que plus une personne est contactée régulièrement, plus elle est susceptible de répondre positivement. **La plupart des clients ne vont pas réagir au premier ou au deuxième appel**, mais un troisième ou un quatrième rappel peut les convaincre. Si on arrête après deux rappels, on laisse ces clients **glisser** sans même se battre pour eux.
3. **Ils ont d'autres priorités** : Beaucoup de clients ne pensent pas à la santé de leur animal au quotidien. Ils ont des emplois, des familles, des imprévus. **C'est à nous de leur rappeler l'importance des soins**. Si on ne le fait pas, leurs priorités resteront ailleurs, et on perd l'opportunité de les ramener à la clinique.
4. **L'inertie est l'ennemie** : Si on ne rappelle pas plus de deux fois, on laisse de l'inertie s'installer. Une fois qu'un client a reporté une première fois ou qu'il n'a pas répondu à deux appels, il y a encore moins de chances qu'il prenne l'initiative de nous rappeler. **Plus on attend, plus c'est difficile de les récupérer**. C'est pour ça qu'il faut insister et rappeler plusieurs fois.
5. **On est une start-up** : On n'a pas la notoriété ni la base de clients solides qu'ont les cliniques bien établies. Chaque patient compte, chaque rendez-vous manqué est une perte pour nous. **Deux rappels, c'est comme si on laissait 90 % des clients de côté**. Si on ne rappelle pas plus, on sabote notre propre croissance.
6. **Le taux de conversion est faible, c'est normal** : Il est attendu que **9 clients sur 10 disent non** ou repoussent. C'est une statistique normale dans tous les secteurs où il y a de la prise de rendez-vous. Mais **si on ne fait que deux appels**, on n'atteindra jamais ce **10 %** de clients qui diront "oui". Il faut persévérer pour atteindre cet objectif. Abandonner après deux rappels, c'est comme **baisser les bras avant même d'essayer**.
7. **On montre qu'on s'investit** : Rappeler les clients plusieurs fois montre que nous **prenons soin** d'eux et de leurs animaux. Cela montre que nous sommes **proactifs** et que nous nous soucions de leur santé. Un suivi constant renforce la relation avec nos clients et améliore leur fidélité. Si on ne rappelle pas, on montre qu'on n'est pas aussi engagé qu'on le devrait.
8. **C'est un investissement dans notre succès** : Chaque appel, même s'il ne conduit pas immédiatement à un rendez-vous, est un **investissement dans la relation client**. Un client qui a été contacté plusieurs fois se sentira davantage pris en charge

et aura plus de chances de revenir pour des services futurs. **La persévérance paie** à long terme, bien plus que deux appels épisodiques.

Ce qu'il faut faire immédiatement :

- **Rappelez tous les patients, sans exception.** Pas juste deux fois, mais autant que nécessaire pour obtenir une réponse. On ne peut pas se permettre de laisser tomber après seulement deux tentatives.
- **Remplissez les horaires :** Si on ne fait pas ces appels, nos salles de consultation restent vides. Cela affecte directement notre chiffre d'affaires et notre capacité à faire tourner la clinique.
- **Persévérez.** Le "non" est temporaire, mais l'effort de suivi est ce qui fait la différence entre une clinique qui réussit et une clinique qui stagne.

Je veux voir **des résultats dès maintenant**. On ne peut pas se permettre de laisser passer ces opportunités. Si vous avez des questions, je suis disponible, mais sinon, **prenez le téléphone et remplissez les créneaux**.

Merci,
Jean Samuel