

MARKETING DIGITAL NO CONSULTÓRIO: COMO IMPACTAR OS PACIENTES?



Neste conteúdo iremos abordar:

1. Definição de marketing digital;
2. Quais as vantagens do marketing digital no consultório?
3. Como impactar os pacientes através do marketing digital?

A internet chegou para revolucionar a sociedade como um todo, incluindo a forma como as pessoas compram, se entretêm e se relacionam umas com as outras. Da mesma forma, o mundo on-line também chegou aos consultórios e, se utilizado de maneira estratégica, pode trazer inúmeros benefícios ao profissional de saúde.

Antes de abordar o marketing digital, é importante esclarecer o que é marketing, que ao contrário do que muitos pensam, vai muito além de “fazer propaganda”.

De acordo com o professor universitário Philip Kotler, que é considerado o guru do marketing moderno, marketing tem a seguinte definição:¹

“Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”.

Philip Kotler

Definição de marketing digital

Com a chegada da era digital, o marketing também passou por transformações e os meios digitais passaram a ser incorporados a esse processo. Conheça a seguir a definição de marketing digital, também de acordo com Kotler:²

“É a atualização do Marketing que compreende a realidade do consumidor conectado, que é aquele que leva em consideração, na sua decisão de compra, informações disponíveis na internet sobre empresas e produtos”

Philip Kotler

É essencial pontuar que o avanço dos recursos tecnológicos impactou de forma significativa a relação entre marcas e negócios com seus clientes. Isso porque, se no marketing “tradicional”, a comunicação era unilateral (marca - consumidor), com o consumidor como alvo, na atualidade houve uma mudança nessa lógica de segmentação, posicionamento, direcionamento e diferenciação da marca para sua aceitação na sociedade, uma vez que o consumidor tem uma voz muito mais ativa.²

Assim, nos dias atuais não basta que um restaurante ofereça uma boa comida com preços atrativos – é preciso ainda que ele seja bem avaliado em plataformas e aplicativos.²

Essa nova relação não é diferente quando se trata de consultórios: profissionais recebem avaliações de pacientes em diferentes plataformas e essa reputação digital certamente pode impactar no agendamento de novos pacientes.

Quais as vantagens do marketing digital no consultório?

É fato: o marketing digital é uma realidade que veio para ficar e por isso, para os profissionais que ainda não estão adaptados a essa nova forma de se relacionar com seus clientes, é preciso vislumbrar que o marketing digital traz inúmeras vantagens.

Conheça abaixo alguns dos benefícios em implementar ações de marketing digital no consultório:³



Divulgar seus estudos científicos e pesquisas;



Transmitir informações críveis aos pacientes, ajudando a combater fake news;



Divulgar melhor os serviços prestados;



Ser encontrado em buscadores (como Google) por novos pacientes;



Divulgar sua formação e histórico profissional;



Demonstrar sua autoridade em determinada área/assunto;



Mostrar-se um profissional próximo e confiável.

E todas essas vantagens podem ser obtidas na conveniência do seu próprio consultório ou residência, sem precisar se deslocar para isso. Isso sem mencionar, que apenas através do mundo digital é possível atingir um número tão vasto de pacientes e potenciais pacientes.

Como impactar os pacientes através do marketing digital?

Antes de começar a utilizar as ferramentas digitais para alcançar seus pacientes e prospectar novos clientes, é preciso delimitar uma estratégia para onde o marketing de seu consultório será conduzido.

Conheça abaixo alguns passos que devem ser contemplados nesse processo: ³



ESTABELEÇA OBJETIVOS

O que você está buscando: Atrair novos pacientes? Divulgar novos serviços? Reforçar sua autoridade?

Somente após responder a essas questões, comece a traçar sua estratégia



CONHEÇA SEU PÚBLICO

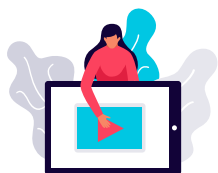
Gênero, faixa etária, classe social, hobbies, angústias. Conhecer seu público a fundo ajuda a direcionar sua estratégia e a forma como você se comunica com essas pessoas



BUSQUE PARCEIROS

Tente não fazer tudo por conta: muitas vezes, vale a pena investir em pessoas especializadas que ajudem a direcionar sua comunicação e definir metas a curto e médio prazo

A partir desses passos, é possível então definir ações que vão impactar pacientes atuais e atrair possíveis novos pacientes para o seu consultório. Seguem abaixo algumas dicas que poderão ajudar nesse processo: ^{2,3}



TENHA UMA IDENTIDADE VISUAL

Ter uma identidade visual (incluindo logotipo, fontes e cores padrão) ajuda seus pacientes a reconhecerem seu negócio entre tantos outros, além de transmitir mais credibilidade e profissionalismo.



ESTEJA PRESENTE

Site, redes sociais, plataformas etc. Entenda por onde seus pacientes navegam e se faça presente nesses meios digitais, divulgando seus serviços e conteúdos de interesse do seu público-alvo.

Lembre-se que é preciso que haja uma certa frequência de postagens – só assim suas postagens irão aparecer na timeline dos seus pacientes. Tente entender também quais são os assuntos de interesse do seu público. Busque transmitir as mensagens de forma clara, objetiva e em uma linguagem simplificada.



TENHA UM SITE

Além de estar presente nas redes sociais, considere ter um site do seu consultório. Isso porque no site é possível ter um blog e abordar assuntos técnicos (em uma linguagem simplificada) de uma forma um pouco mais profunda – ao contrário das redes sociais.

No mais, a partir do site é possível criar um mailing, lista de pessoas interessadas em receber notícias e novidades referentes ao seu negócio. A vantagem de ter seu próprio mailing é a possibilidade de criar um relacionamento mais próximo com essas pessoas, que poderão virar porta-vozes dos seus serviços para outras pessoas.

Para que o site traga melhores resultados, é preciso considerar que ele seja responsivo (que funcione bem em telas de smartphones, tablets ou notebooks), que tenha imagens de boa qualidade e textos escritos de forma clara, objetiva e que sejam de fácil entendimento do seu público.



PRODUZA CONTEÚDO

O marketing de conteúdo sem dúvida é uma das ferramentas mais poderosas em tempos digitais e que pode ser definido como uma estratégia de produzir e transmitir conteúdo relevante para um determinado público-alvo, com o objetivo de atrair, educar sobre um assunto e fidelizar essas pessoas.⁴

Além desses benefícios, através do marketing de conteúdo é possível gerar e reforçar sua autoridade sobre um determinado assunto ou área. Dessa forma, quando uma pessoa pensar em um profissional que seja referência nesse assunto, há maiores chances de buscar por seus serviços.

O marketing digital pode ser uma ferramenta de grande potência para consultórios quando utilizada de forma estratégica, com constância e coerência.

Assim, o conhecimento desse processo por parte dos profissionais de saúde é de fundamental importância para que sua aplicação seja feita de forma assertiva, resultando em uma ampliação do número de clientes, aumentando lucros, divulgando serviços e ainda prestando serviços à sociedade.

Referências Bibliográficas: **1.** Freitas VB. A evolução do marketing digital e os conceitos de marketing social. (link) Acesso em Nov/22. **2.** SEBRAE. O que é marketing digital para Kotler. (link). Acesso em Nov/22. **3.** Priory Comunicação. Marketing para médicos: conheça os benefícios dessa estratégia. (link) Acesso em Nov/22. **4.** Conexa Medicina. Afinal, qual é o papel do marketing de conteúdo para médicos? Acesso em Nov/22.



Conheça a loja virtual de Nestlé Health Science

www.nutricaoatevoce.com.br



Avante
Nestlé HealthScience

Plataforma de atualização científica de Nestlé Health Science

www.avantenestle.com.br

NHS22.0289

Acompanhe as novidades do Avante Nestlé nas redes sociais:

AvanteNestlé **avantenestlebr** **AvanteNestléBR**

Serviço de atendimento ao profissional de saúde: **0800-7702461**. Para solucionar dúvidas, entre em contato com seu representante.

Material destinado exclusivamente a profissionais de saúde. Proibida a distribuição aos consumidores.

