

MARKETING CARE NEWSLETTER

Análise S.W.O.T. para Clínicas!

Por José Maria de Carvalho

O que é Análise S.W.O.T.

É uma técnica utilizada para fazer o levantamento dos pontos fortes e fracos de um profissional ou empresa, e para identificar as oportunidades e ameaças existentes no ambiente de negócio. A análise SWOT é feita após a finalização da análise Ambiental externa e interna ao ambiente no qual a o profissional ou empresa está inserida.

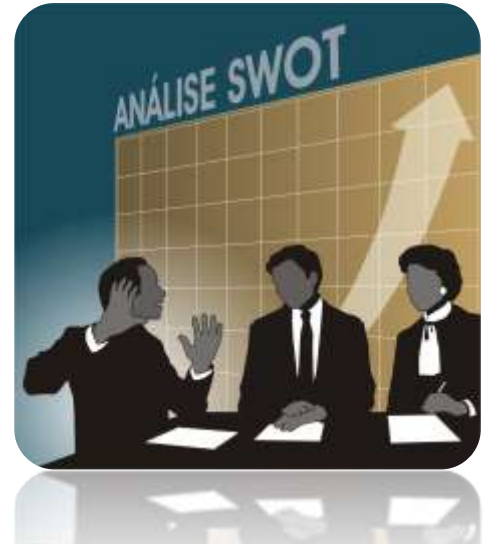
O termo S.W.O.T. é uma sigla em inglês, que representa um acrônimo de: Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities), Ameaças (Threats). Em português costuma-se também utilizar o termo PFOA (Potencialidades, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças). Foi Albert Humphrey, líder de um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford nos anos 60, que primeiro formulou a técnica da análise SWOT.

Vantagens da Análise S.W.O.T

Aplicada em uma empresa a análise SWOT, permite descobrir nichos sustentáveis no mercado. Quando utilizada num contexto de um profissional, a análise SWOT ajuda a pessoa desenvolver sua carreira de forma a tirar o maior proveito de seus talentos e de suas capacidades face as oportunidades existentes.

O que faz a análise SWOT particularmente poderosa é que possibilita uma forma sistematizada para descobrir as oportunidades que seu negócio está melhor posicionado para explorar. E por outro lado, ao compreender os pontos fracos do seu negócio, você pode se precaver e controlar e eliminar previamente as ameaças evitando surpresas.

Uma reflexão mais profunda na análise SWOT, permite olhar o ambiente onde está o seu consultório/clínica e seus concorrentes,



Análise S.W.O.T. para Clínicas

A Oaken Marketing Care presta serviços para a área da saúde em Consultoria de Marketing e serviços de Marketing Digital, Google Marketing, websites, SEM, SEO, folders, catálogos, vídeos institucionais e para Youtube, identidade visual, *branding*, logotipos e publicidade na Internet. Entre em contato conosco!

Fone: (019) 3722-0820 e (019) 9704-8888
email: contato@marketingcare.com.br

"Se você não cuidar bem dos seus clientes os seus concorrentes o farão!"

e começar a definir estratégias para aumentar a sua competitividade identificando oportunidades de diferenciação da concorrência.

Sua Análise S.W.O.T. necessita de respostas para as perguntas abaixo!

Pontos fortes (Strengths):

O que você, sua clínica e equipe fazem bem? Que recursos especiais você possui e pode aproveitar? Quais os seus diferenciais? O que a concorrência, a sua equipe, os clientes e os fornecedores acham que você faz bem?

Ao levantar os seus pontos fortes, faça-o sob a ótica dos seus concorrentes. Por exemplo, se todos os seus concorrentes fornecem serviços de alta qualidade, então prover serviços de alta qualidade não é uma força no mercado, é uma necessidade (ou requisito básico para competir!).

Pontos Fracos (Weaknesses):

No que você precisa ficar atento? O que precisa melhorar? O que deve ser evitado? Onde você possui menos recursos que a concorrência? Quais são suas fraquezas identificadas pelos outros? Quais os fatores que fazem você perder clientes no primeiro contato?

Novamente você deve refletir sob uma ótica interna e externa: Os outros parecem ter uma percepção de fraquezas que você não vê? Os seus concorrentes estão fazendo alguma coisa melhor do que você? É melhor ser realista agora, enfrentando qualquer verdade desagradável o mais cedo possível!

Oportunidades (Opportunities):

Quais são as oportunidades que você pode identificar na sua cidade ou região? O que seus clientes desejam e/ou necessitam que pode servir como oportunidade de ampliar as suas receitas? Como agregar valor aos seus serviços? Quais são as tendências interessantes (Ex. hábitos, tecnológicas, etc.) que você pode aproveitar e incorporar a seu favor?

Atentar que boas oportunidades podem vir associadas a mudanças: em tecnologia, em hábitos, em escala de consumo, em políticas governamentais, em padrões sociais, em perfis populacionais, em estilo de vida, etc. Algumas oportunidades devem ficar mais destacadas, se você olhar para seus pontos fortes e perceber que estes podem potencializar estas oportunidades. Por outro, você deve analisar as suas fraquezas e verificar se você pode potencializar oportunidades, eliminando alguma delas.

Ameaças (Threats):

Que obstáculos (legislação, obrigações regulatórias, concorrentes) podem lhe prejudicar? Qual o ponto forte do seu concorrente que pode ser uma ameaça para você? Quais as estratégias e diferenciais dos seus concorrentes? Os requisitos exigidos para os seus serviços estão mudando? A mudança tecnológica está ameaçando sua posição como prestador de serviços? Você tem inadimplência ou problemas de fluxo de caixa? Poderia qualquer um dos seus pontos fracos ameaçar seriamente o seu negócio?

Conclusão

A realização desta análise permite tanto apontar o que precisa ser feito como colocar os problemas em perspectiva. Os Pontos Fortes e Pontos Fracos são frequentemente vistos à ótica interna do seu consultório/clínica, já as Oportunidades e Ameaças muitas vezes dizem respeito a fatores externos.

Após responder as perguntas acima, um Plano Estratégico e de Marketing deve ser elaborado para o seu Consultório ou Clínica de modo a consolidar tanto os seus objetivos/metabolismos como as ações táticas a serem tomadas para se alcançar os resultados desejados.