

MARKETING CARE NEWSLETTER

Endomarketing: muito além do Marketing!

Por José Maria de Carvalho

Na Newsletter deste mês vamos falar de Endomarketing, que é o Marketing interno com foco nos profissionais da Clínica.

Devem ser previstas ações de Endomarketing não só para os profissionais de saúde (médicos, dentistas, etc.) mas também para os funcionários que atuam dentro da clínica na recepção, no agendamento de consultas, no auxílio na execução de cirurgias, etc.

Devem ser previstas também ações efetivas de Marketing para a rede de indicação de pacientes, como os médicos/dentistas que atendem fora da clínica e encaminham seus pacientes para um especialista da Clínica ou para a realização de exames na Clínica.

O atendimento médico prestado pelos profissionais da Clínica é um forte aliado para as ações de Marketing. A existência na Clínica de profissionais com grande especialização e com capacitação técnica diferenciada para a prestação de serviços e diagnósticos nas consultas e tratamento dos pacientes é um ponto importante a ser comunicado com o mercado nas ações de Marketing.



Endomarketing: muito além do Marketing!

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

Assim como os títulos e especializações dos profissionais, a participação em Congressos e Simpósios na área médica é um indicador da importância dada pela Clínica e pelos seus profissionais às inovações na área da saúde.

Portanto, deve haver na Clínica uma política de incentivo para que os profissionais façam cursos de especialização e participem de Congressos gerando artigos. Deve ser também haver incentivos para que os profissionais façam algum tipo de Marketing Social que divulgue a sua imagem (e da Clínica) com entrevistas e artigos na mídia.

Existem casos onde a relação do profissional de saúde com a Clínica é de “locação” de consultório ou prestação de serviço como Pessoa Jurídica (PJ). Nestes casos os sócios proprietários da Clínica devem estabelecer processos e meios formais para garantir o comprometimento desses profissionais com a Clínica.



Existem algumas formas de potencializar o relacionamento destes profissionais com a Clínica de modo que os mesmos sintam-se com a “camisa vestida”. No caso de Clínicas que possuam website, uma possibilidade é a inclusão de uma página com foto e o curriculum de cada um dos profissionais do corpo clínico com detalhes de formação, pós-graduação, especializações, experiência profissional, etc. Outras ações possíveis é a utilização pelos profissionais da saúde de jaleco com logotipo/nome da Clínica, uso de itens de papelaria padronizado da Clínica, etc.

Finalizando, deve ser lembrado que, independentemente da forma de relacionamento profissional entre cada profissional e a Clínica, todos são partes integrantes do negócio e uma atitude e postura positiva pode potencializar ações de marketing da Clínica. Para que isso ocorra, são necessárias ações contínuas de Endomarketing para que todos “vistam a camisa” da Clínica!