

MARKETING CARE NEWSLETTER

Marketing para Clínicas e Consultórios

Por José Maria de Carvalho

Antes de começar a fazer ações de marketing é importante saber qual o valor percebido que os seus clientes atribuem aos serviços da sua clínica ou consultório. Quanto melhor for a experiência do cliente ao ter contato com os seus serviços maior será a percepção de valor. Por esta razão devem ser feitos todos os esforços possíveis para que o cliente, desde o contato na primeira consulta, tenha uma excelente experiência na sua clínica.

Todo o processo é importante, desde o agendamento da consulta até o atendimento, passando pelo ambiente da clínica, pelo atendimento dos funcionários, pela decoração, etc. Se possível deve-se procurar formas de tangibilizar os serviços para o cliente.

Além dos aspectos físicos da clínica, como os equipamentos e decoração, o cliente fica exposto ao processo de funcionamento da clínica voltado para o cliente, além da postura e comportamento dos funcionários no atendimento dos pacientes.

Portanto, é importante que além de se investir em um ambiente bem decorado para a clínica, os profissionais devam também seguir um processo estabelecido para o atendimento de todos os clientes. A operacionalização de um correto atendimento deve passar pelo treinamento formal dos profissionais envolvidos.

De forma mais abrangente, deve-se fazer uma análise dos pontos fortes e pontos de melhoria (análise SWOT) da clínica, procurando potencializar os seus pontos positivos e corrigir os eventuais pontos negativos existentes de forma a aumentar a satisfação dos clientes. A análise deve abranger a infra-estrutura da clínica, a postura dos funcionários, a forma de se vestir e a forma de interagir com o cliente.



Marketing para Clínicas e Consultórios

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!"

Após a implantação das ações decorrentes da análise SWOT, deve-se avaliar todas as etapas nas quais foram introduzidas mudanças: o primeiro contato do cliente, o agendamento da primeira consulta, a recepção do cliente na clínica, a primeira consulta e a saída do cliente da clínica. Esta avaliação deve apontar para uma experiência favorável da cliente com percepção de valor no tocante a:

- Localização do consultório ou clínica
- Facilidade para estacionamento
- Uso das instalações físicas (Ex. ambiente, mobiliário, decoração, etc.)
- Itens de conforto (Ex. água mineral, ar condicionado, som ambiente, toalhas de papel nos banheiros, etc.)
- Atendimento feito pelo profissional de saúde
- Atendimento feito pelos funcionários da clínica
- Material de comunicação disponibilizado (Ex. folders, website, etc.)

Se na percepção do cliente algum dos pontos acima estiver insatisfatório, este ponto poderá colocar a perder todos os esforços em manter os demais pontos acima dos padrões da concorrência.

Caso a percepção de valor da maioria dos clientes esteja bem atendida isso significa que seus esforços de marketing atingiram os objetivos para a sua clínica. Neste caso, pode-se avaliar a oportunidade para se colocar os preços dos serviços/tratamentos um pouco acima dos preços praticados pelos seus concorrentes diretos, pois quando o cliente percebe valor e fica satisfeito ele aceita pagar mais pelo serviço. Caso o ajuste dos preços seja viável, o lucro pode ser utilizado inicialmente para amortizar os investimentos feitos em marketing.

Como conclusão, é de extrema importância que seu consultório ou clínica seja avaliada por profissionais especializados em marketing e processos. Você tem pouca visibilidade para enxergar os seus pontos fortes e, principalmente, os pontos de melhoria (pontos fracos!). Um consultor especializado é a pessoa ideal para fazer o diagnóstico!

