

# MARKETING CARE NEWSLETTER

## Os 7 Pecados de Marketing na Área da Saúde!

Por José Maria de Carvalho

Atualmente os profissionais da área da saúde estão percebendo que ter qualidade nos serviços prestados não é suficiente para sobreviver num ambiente cada vez mais competitivo. Cada vez mais se faz necessário que, clínicas e consultórios da área da saúde, implementem estratégias e planos de marketing. Pelo fato do tema “marketing” não ser muito comum no dia-a-dia dos profissionais da área da saúde, muitos gestores de Clínicas ainda cometem erros básicos na introdução de estratégias de marketing e comunicação para os seus negócios.

Abaixo relacionamos os 7 pecados de Marketing mais frequentes cometidos por profissionais da área da saúde:

### 1) Fazer divulgação apenas nas Páginas Amarelas

As Páginas Amarelas de telefones são definitivamente coisa do passado. Sua clínica tem que estar visível na Internet quando potenciais clientes buscarem no Google pelos seus serviços no seu bairro ou cidade. Aprenda também a utilizar as redes sociais a seu favor! Esteja presente também no Facebook, Orkut, Twitter, etc.

### 2) Não fazer investimentos regulares em Marketing

Os gastos em Marketing não devem ser encarados como despesas e sim como investimentos em branding, imagem, marca e comunicação. Por isso eles devem ser regulares e com valor compatível com o seu faturamento. Entenda que Marketing não é apenas “propaganda”!! Por isso, não faça ações isoladas sem estratégia de marketing definida. Pior do que “não” fazer marketing é fazer “mal” o marketing, pois o efeito pode ser o contrário do que se deseja!



### Os 7 Pecados do Marketing na Área da Saúde !

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](mailto:contato@marketingcare.com.br)

*“Se você não cuidar bem dos seus clientes os seus concorrentes o farão!”*

### **3) Não ter claramente definidos Objetivos e Metas!**

Você deve ter seus objetivos e metas definidos de forma clara (Ex. ampliar o número de clientes em 30%/ano, abrir uma nova unidade da clínica, etc). Caso o seu objetivo envolva grandes investimentos, como abrir uma nova unidade, você deve fazer um Business Plan onde é feita uma análise do Retorno sobre o Investimento (ROI). É comum vermos profissionais da área da saúde, ao chegar aos 45-50 anos de idade fazer investimentos vultosos em infra-estrutura sem um respaldo de um Business Plan. Se você precisar de consultoria para o Business Plan, contrate um consultor para analisar se os seus objetivos são factíveis, ou melhor, se você obterá um ROI adequado para os investimentos que está planejando fazer.

### **4) Não fazer um Plano de Marketing**

As ações de marketing devem ser consistentes, alinhadas e sinérgicas, reforçando umas às outras! Não se deve concentrar todos os esforços em apenas uma ou poucas ações de marketing, o resultado será o não atingimento das metas estabelecidas. Por isso aconselhamos a formalização de um Planejamento de Marketing onde são detalhados os objetivos e metas, as necessidades, os pontos fortes existentes, os pontos com necessidade de melhorias, as oportunidades existentes no mercado, as ameaças existentes no ambiente externo, as ações a serem executadas para atingir as metas estabelecidas, o orçamento necessário para implementar as ações, etc.

### **5) Adiar sucessivamente as ações de Marketing**

É comum o profissional da área da saúde priorizar a grande maioria das atividades em detrimento das ações de marketing! Sabe aquele website ou folder que você quer fazer a tanto tempo, mas é adiado constantemente por não ser feito o contato com o pessoal da agência de propaganda (ou gráfica)! Outro problema é percepção que tudo é caro, o folder é caro, o website é muito caro, etc...Isto é uma prova clara que o profissional não valoriza as ações de marketing na sua clínica!

### **6) Não ter tempo para Marketing**

É fundamental envolver um consultor ou empresa para auxiliá-lo nas ações de marketing para a sua clínica. Tenha em mente, que você não vai conseguir tempo para se dedicar ao Planejamento de Marketing e, se conseguir, não vai fazer um planejamento adequado pois esta não é a sua área de especialização. Um consultor além de propor as ações de marketing, poderá supervisionar a execução das atividades planejadas de modo a garantir que a implementação das ações estejam sendo realizadas da melhor forma possível. Com isso você e seus funcionários ficam desonerados das funções da sua campanha de marketing, podendo se concentrar nas suas importantes atividades do dia-a-dia, como o atendimento aos pacientes da clínica.

### **7) Não praticar Marketing Social**

Você e a sua clínica devem aproveitar todas as oportunidades de se envolver com a comunidade local, gerando oportunidades de aparecerem espontaneamente na mídia. O objetivo não deve ser fazer “propaganda”, mas realmente contribuir para assuntos e temas importantes da comunidade na qual você e sua clínica estão inseridos. Com isso o seu “branding” estará sendo trabalhado e a sua clínica, incluindo os profissionais, estarão ampliando a sua visibilidade e ganhando o respeito da comunidade. Como consequência natural irão aparecer mais pacientes e indicações de pacientes para a sua clínica!!