

MARKETING CARE NEWSLETTER

Novos Equipamentos para a Clínica: como comunicar para os clientes?

Por José Maria de Carvalho



Resolvemos abordar este tema na Newsletter deste mês motivados por alguns *cases* reais que já nos deparamos: “profissionais que fazem investimentos consideráveis em equipamentos e infra-estrutura que, para serem amortizados adequadamente, necessitam de determinado volume de operação não atendido apenas com a base de clientes existente”.

Na verdade, quando o investimento no novo equipamento foi decidido pelo profissional alguns meses atrás, ele deveria ter considerado na análise financeira, a necessidade de investimentos de marketing para fazer a adequada comunicação dos novos serviços para a base de clientes e potenciais interessados. Deveria ter se lembrado que todos os possíveis interessados, não apenas a base de clientes existentes, terá que ser comunicada sobre os novos serviços (Ex. potenciais clientes, rede de indicação de clientes, outros profissionais interessados na utilização dos serviços terceirizados viabilizados pelo novo equipamento).

Novos Equipamentos para a Clínica: como comunicar para os clientes?

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!”

Retorno do Investimento

Na verdade deve-se ter em mente que investimentos na Clínica necessitam de análise financeira que poderá indicar se o R.O.I. (Return Of Investment) que será obtido está adequado ou não. Caso a análise indique inviabilidade do investimento (baixo R.O.I.) no novo equipamento para a Clínica, o profissional deverá analisar possíveis formas de ampliar o faturamento com o novo equipamento de forma a atingir o R.O.I. desejado.

A análise poderá levar a redefinições do modelo de negócio da Clínica, com possível oferta de capacidade ociosa do novo equipamento para outros profissionais. Neste novo modelo, amplia-se o faturamento aproveitando a oportunidade de novos serviços prestados viabilizados pelo novo equipamento

A importância da Comunicação de Marketing!

É de grande importância que no Planejamento Financeiro, no montante de investimentos para viabilizar o novo modelo de negócio para a Clínica, seja considerado ações consistentes de Comunicação de Marketing para atingir todos os novos players: atuais clientes e os novos potenciais clientes da Clínica.

Deve ser feita uma análise para saber quem são os novos clientes, onde estão e como podem ser comunicados, da forma mais eficiente possível, a existência dos novos serviços disponibilizados na sua Clínica. Deve ser feito um Planejamento de Marketing contendo orçamento, as estratégias, as ações e os objetivos a serem alcançados para a Clínica, na nova fase com um novo modelo de negócio! Alguns exemplos de ações necessárias são um novo website, novos folders, email marketing e até eventual nova decoração dos ambientes da Clínica!

Deve ser definido um prazo para avaliação das ações definidas no Planejamento de Marketing, devendo ser avaliado se o R.O.I. desejado foi alcançado no período com eventuais ações de correções associadas.

