

# MARKETING CARE NEWSLETTER

## Profissional & Paciente: Dicas de Etiqueta nas Redes Sociais

*Por José Maria de Carvalho*

### **Como enviar mensagens de felicitação (aniversário e Natal) para pacientes de profissionais da área médica?**

No caso de utilização de e-mail, é muito importante que a mensagem seja enviada para o paciente da forma mais personalizada possível. A mensagem deve conter no seu corpo uma saudação com o nome do paciente e o texto da mensagem, portanto em hipóteses alguma deve ser utilizado lista de envio !!

Existem algumas vantagens de se preparar a clínica ou consultório para o envio de mensagens personalizadas em datas comemorativas via email, a mais visível é a automatização do processo que possibilita menor custo. Entretanto a principal vantagem é a preparação da forma de operação da clínica para o futuro. Deve ser lembrado que num futuro muito próximo todos estarão com os seus celulares habilitados para internet e com acesso ao email em qualquer lugar!

### **Como enviar lembretes de consultas agendadas?**

Considerando que a clínica ou consultório estabeleça o modo de operação descrito acima, com a implantação de sistema para envio automático de emails de felicitação em datas comemorativas, a clínica já terá uma estrutura pronta que poderá ser utilizada para outras formas de aproximação com os clientes, tanto o envio de mensagens de lembretes de consultas agendadas como o envio de Newsletters contendo notícias e informações relevantes para o cliente sobre os serviços da clínica.



### **Profissional & Paciente: Dicas de Etiqueta nas Redes Sociais**

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!”*

## Como utilizar a Internet para potencializar a comunicação com os pacientes?

As respostas anteriores já dão uma boa idéia das oportunidades que a internet apresenta para melhorar o contato médico-paciente. Portanto, além das ações de emails e Newsletters já detalhadas nas dicas anteriores, recomenda-se que a clínica tenha um website feito de forma muito profissional.

A razão de se ter um website hoje vai muito além das razões de se ter um há alguns anos atrás. Por exemplo, a enorme possibilidade do uso das mídias sociais para divulgar serviços profissionais demandam uma “landing page” (Página de Aterrissagem) cujo conteúdo seja, do controle do profissional e possa ser bem detalhada, estruturada e organizada com informações sobre seus serviços (textos, fotos, vídeos, sessão dúvidas freqüentes, etc, etc).

Esta “landing Page” é o website da clínica. Deve ser lembrado que com as funções largamente disponibilizadas hoje nas redes sociais, como o botão “recomendar” e “curtir” no Facebook e o botão “+1” do Google+ (que é um tipo de Facebook recém lançado pelo Google) essas redes são ótimas ferramentas para os clientes se fidelizarem à sua clínica.

A idéia é que os clientes espontaneamente "curtam" o conteúdo disponibilizado no website da Clínica!! Ao curtirem geram "propaganda de indicação" em suas redes de relacionamento no Facebook/Orkut/Twitter, como isso é uma ação espontânea do cliente, isso gera credibilidade!!

## Como utilizar as Redes Sociais para ampliar o número de pacientes e aumentar a fidelização dos existentes?

Os profissionais da saúde devem procurar estar presentes nas Redes Sociais, com perfil dele próprio (não da Clínica!!!) e estar presente com este perfil na rede de relacionamento dos pacientes, dessa forma ele poderá interagir com o cliente enviando mensagens discretas de felicitações em datas especiais (ex. aniversário) no mural do perfil do paciente na rede Social. Ele também poderá utilizar este canal de informações para comunicar de forma discreta sua participação em eventos ou ações sociais. Com isso haverá uma aproximação de forma consentida do profissional com o paciente.

Com a expansão das Redes Sociais, vislumbramos um futuro em que nossas escolhas serão fortemente orientadas pelas escolhas das pessoas que relacionamos. Aliás, isso sempre foi assim desde os primórdios, atualmente as Redes Sociais estão apenas tornando isso fácil de ser registrado, visualizado e gerenciado por todos nós!

Com isso, quando nossos pacientes “curtem”, “recomendam” ou “Twitam” informações a respeito da sua clínica e seus serviços, estão fazendo uma espécie de indicação e divulgação para as suas próprias redes de relacionamento.

