



TRIAD RESULT
MARKETING & GESTÃO

**SEU CONSULTÓRIO
ESTÁ VAZIO?**



TRIAD RESULT
MARKETING & GESTÃO

**Com algumas estratégias você
ficará mas tranquilo fazendo o
que realmente gosta:
Prática Médica!**



(1)

O que fazer?

Atualmente este problema aflige muitos médicos em diversas especialidade.

Isso se dá a problemas enfrentados com plano de saúde, grande concorrência e a grande oferta de médicos no mercado de saúde.

Estaremos levando em consideração, a especialidade de dermatologia, pois além de atuar com saúde, também atua no mercado de beleza!

Mas por que esta especialidade?

Porque a concorrência é muito alta neste mercado de saúde e beleza. A indústria da estética é muito agressiva, lançam produtos e novas tecnologias com alta frequência e oferecem bons resultados. É uma indústria que traz muita competitividade!

Mas o que fazer e como se sobressair neste mercado de estética, sem ir contra as normas do CFM?

Além de tudo isso, o principal foco é a saúde! Mas quando tange a estética, este mercado de beleza é ainda muito mais abrangente e envolve outros profissionais da área de saúde

Mas o que fazer para atrair mais pacientes clínicos e estéticos para o consultório, principalmente com um perfil particular?

A seguir abordaremos neste e-book as principais estratégias do marketing médico ético para fazer com que o seu perfil profissional aparecer mais e conquistar novos pacientes neste mercado de saúde e beleza.

Boa leitura!



Marta M. T. Fraga
Gerente de Relacionamento

(2)

Estratégia de Marketing Médico



**1ª Página do
Google**

(3)



Site Médico

(7)



Blog

(8)



Treinamento

(9)

Saiba como atrair e como conquistar pacientes particulares!



(3)

1ª Página do Google

Mudança de perfil de pacientes com a internet

Atualmente, o perfil do paciente vem mudando devido a internet!

Mas o que mudou? A internet mudou o comportamento destes pacientes!

Hoje o acesso a informação é mais fácil e está mais disponível. Como acessos rápidos via notebooks, smartphones, ipads e etc.

Além de estar mais exigente, eles buscam cada vez mais informação sobre tudo: tratamentos, mitos e verdades, sintomas, profissionais, prevenções e etc.!

De acordo com a pesquisa “Jornada Digital do Paciente” (Site: Minha Vida), 94% das pessoas procuram informações de saúde na internet, antes de ir ao consultório médico. Isso é a realidade, é fato!

Mas o como se adequar a esta nova realidade? E conseguir conquistar estes pacientes?

Resposta: Dando as informações que eles buscam, ou seja, fornecendo respostas as suas perguntas na internet. Mas onde eles acessam para esclarecer as suas dúvidas? No Google.



(4)

Quem responde as perguntas dos pacientes?

Você já percebeu que quem realmente responde às suas perguntas no Google são os sites médicos que o Google apresenta no seu resultado de busca.

Ou seja, você pergunta, Google apresenta uma lista de sites e os responsáveis pelos sites que publicam conteúdos que podem responder a sua pergunta.

As estratégias utilizadas no marketing médico de conteúdo é o que vão lhe ajudar a posicionar seu site médico na primeira página do Google.

Espero que já tenha entendido que para que isso aconteça, é necessário que tenha um site médico e um blog! Com todas as estratégias...

Por que é importante que esteja na primeira página do Google?

Porque o percentual de click em sites na primeira página e nas primeiras colocações tendem a 98%.

As pesquisas demonstram que o percentual de cliques em sites que estão na segunda é muito menor do que estão na primeira página.

Conforme já falamos anteriormente, o próximo passo que os pacientes principalmente o estético, é ligar para buscar maiores informações e marcar uma consulta.

O Google ou os Sites Médicos que são ofertados por ele?

(5)



Site Médico



Tenha um site de conteúdo e otimizado para o Google

É importante que tenha um site médico, que tenha o seu “DNA” (sua identidade visual e seu perfil profissional), com um bom conteúdo, que atraia os pacientes que você quer conquistar.

Este site médico tem que ser, além de bonito, tenha um conteúdo de relevância e responda as principais perguntas dos seus pacientes atuais e futuros!

Como funciona o Google?

Ele dar relevância a que mais escreve, e com maior frequência! Saiba que a informação é a principal moeda do Google.

Você sabia que o Google é um robô e tem métricas a serem seguidas?

É importante saber que o Google é um robô. Por isso que não é apenas escrever conteúdos aleatoriamente! Existem métricas, formas de escritas, que ele entende melhor!

A partir destas métricas: conteúdo relevante, frequência, interação e otimização. O Google pontua seu site e o classifica, definindo a sua posição no ranking de pesquisa do Google.

Importante frisar que esta estratégia de marketing médico, de tráfego orgânico, leva tempo e não acontece de imediato.

Está na primeira página de forma orgânica, com conteúdo relevante, é uma estratégia de divulgação médica que não vai de encontro com as normas de publicidade da CFM.

(6)

BLOG

Escreva frequentemente conteúdo relevante

Estamos na era da informação! E apesar disso, ainda a internet oferta pouco conteúdo de saúde correto, de relevância e de acordo com o meio científico. Ainda tem muito campo a ser explorado!

Mas como o dermatologista pode explorar isso?

Ter um site médico com um blog e escrever um conteúdo escrito por um dermatologista, que estudou e se dedicou anos para exercer a sua profissão, faz toda a diferença.

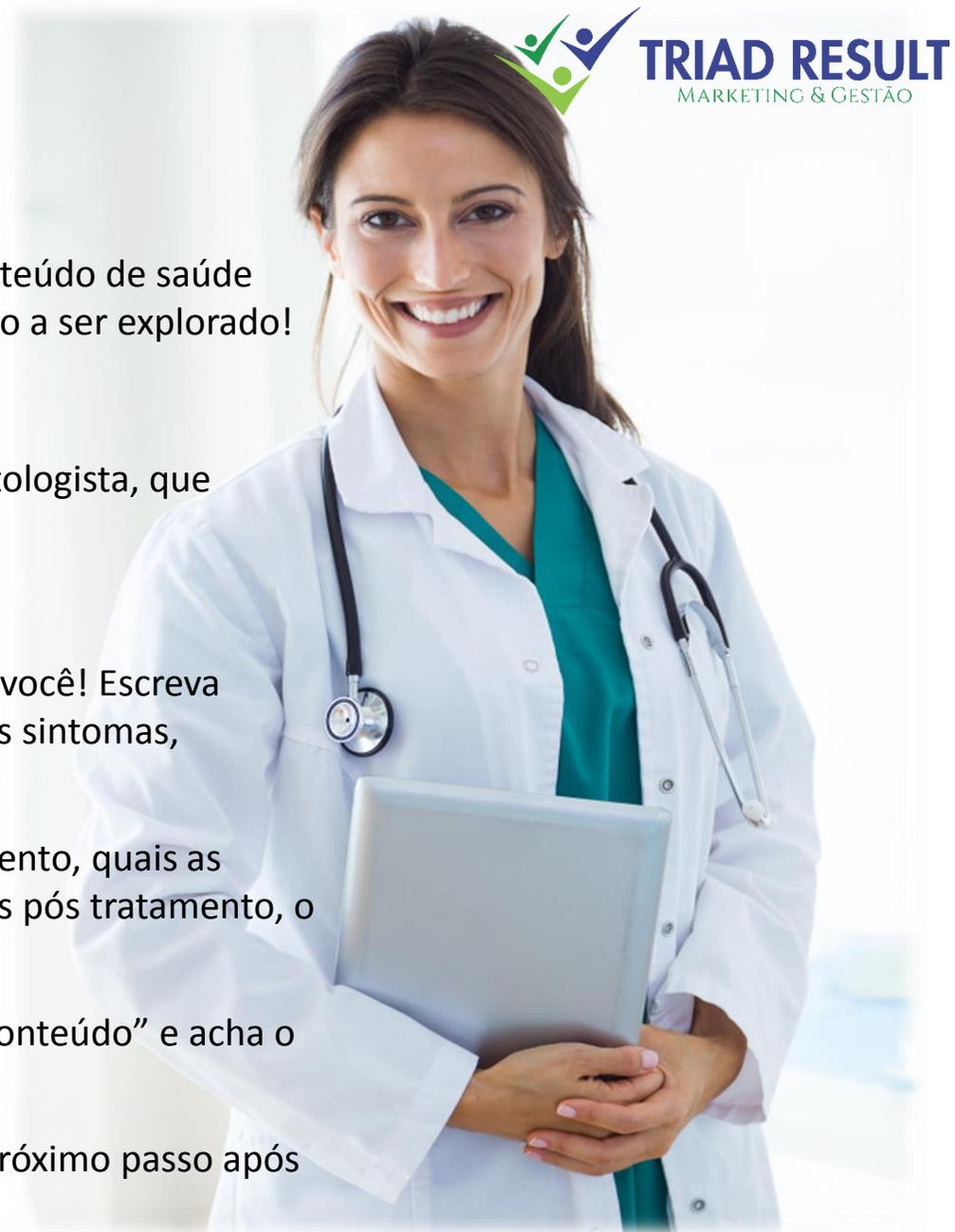
Mas o que escrever no Blog?

Escreva sempre as respostas que os seus pacientes normalmente pergunta para você! Escreva matérias de cunho informativo, educativo, esclarecendo possíveis mitos, quais os sintomas, procedimentos, tratamentos de sua especialidade.

Exemplificando: Para tratamentos estéticos, é importante esclarecer o procedimento, quais as vantagens e desvantagens, não prometer resultados, quais são os procedimentos pós tratamento, o que este tratamento melhora e etc.

Entretanto, é importante que entenda que quando o paciente “consome o seu conteúdo” e acha o seu site interessante, ele passa a utilizá-lo como fonte de informação.

Por isso que é importante tê-lo sempre atualizado, com conteúdo relevante. O Próximo passo após isso é entrar em contato!



(7)



Treinamento



Invista em sua Recepcionista em treinamento, reciclagem e feedbacks

Não adianta atrair pacientes novos através das estratégias de marketing médico de conteúdo e não ter sua recepcionista treinada para conquistar este paciente e conseguir agendar uma consulta.

Isso é muito comum na prática, os pacientes ligam, mas não marcam a consulta. E a sua agenda continua vazia.

Mas o que fazer e como fazer?

Principalmente para dermatologista estético, as suas recepcionistas têm que ter um papel mais ativos do que passivo. Um perfil buscador. Mas por que isso?

Devido ao alto nível de concorrência deste mercado de estética. Seu perfil tem que ser mais consultivo, atencioso, focado em relacionamento e cuidar de seus pacientes.

Treinar em “técnicas” de abordagem de atendimento para melhor servir seus pacientes e conquista-lo.

Abordar os pontos fortes sobre o dermatologista que trabalha, quais os diferenciais da dermatologista, ou da clínica médica.

O treinamento deverá ser feito de forma simples, mas é necessária reciclagem e feedbacks constantes.

(8)

Busque orientação com especialista!

Somos especialistas em criação de site médicos,
desenvolvimento de estratégias de marketing médico!
Muito Obrigada!

