III CONEMP
III CONGRESSO NACIONAL
ONLINE DE EMPREENDEDORISMO

ESTRATÉGIAS DE MARKETING EM SAÚDE.

Congresso Nacional Online de Empreendedorismo, 3ª edição, de 06/12/2021 a 08/12/2021
ISBN dos Anais: 978-65-81152-30-7

BRITO; Patrícia Leite [1]

RESUMO

INTRODUÇÃO: O Marketing é uma ferramenta poderosa usada em todas as áreas para realizar os desejos dos clientes e ou criar produtos ou serviços que facilitem a vida. Os indicadores de fidelização e o aumento de serviços personalizados para atender a cada tipo de público, demonstram que cada vez mais, os clientes buscam atender suas necessidades específicas e individualizadas. No marketing voltado para área da saúde, diversas ações e estratégias com foco no cliente e no seu desejo foram desenvolvidas ao longo da última década, para impulsionar o crescimento e geração de valor para profissionais e clientes. OBJETIVO: Identificar as principais ferramentas e recursos de marketing utilizados por profissionais da saúde para atrair e aproximar seus clientes. MÉTODO: Estudo prospectivo, transversal, observacional e descitivo de abordagem quantitativa. Foi realizado um questionário no Goole Forms, enviado para grupo de profissionais de saúde, para analizar que tipo de ferramentas e recursos são utilizados em sua prática diária. Foram questionadas as variáveis relacionadas ao atendimento direto e prestação de serviços, além de avaliação da percepção da qualidade e satisfação dos clientes. As respostas foram inseridas em planilha do programa Excell e criadas gráficos e tabelas para avaliação dos resultados obtidos. RESULTADOS: Foram obtidas 85 respostas: 52% utilizavam recursos de marketing para aproximar o público alvo. Os recursos utilizados com maior frequência foram 30% cartões digitais, 33% whatzap empresarial para interação individualizada, 10% contato recorrente com o paciente por meio digital, 18 % criação de homepage e site com acesso e marcação dos serviços on line, 8% palestras e pequenos vídeos para os clientes, 5 % Lives sobre temas especializados, 28% canal de Teleconsulta e Telemonitoramento, 10% aplicação do NPS para avaliação da qualidade dos serviços recebidos, 5% feedback com o cliente. CONCLUSÃO: O marketing na voltado para o nicho de profissionais e serviços de saúde, ainda é um recurso com grandes expectativas de crescimento, por ser subutilizado. É necessário no mundo globalizado e inter-conectado de hoje, que todas as ferramentas de facilitação e conectividade sejam oferecidas para os clientes que buscam os serviços e produtos oferecidos por profissionais dessa área. Motivar, instruir e oferecer conhecimento e acesso sobre esses recursos pode ser o modelo diferencial para os profissionais do futuro e seus clientes em potencial. Novos modelos e ferramentas devem ser desenvolvidas, para facilitar e aumentar a adesão e fidelização desse público.

PALAVRAS-CHAVE: marketing em saúde, marketing digital, fidelizar

[1] Universidade Federal do Amazonas, pleitebrito@hotmail.com

[1] Universidade Federal do Amazonas, pleitebrito@hotmail.com