

Mercado&

Quais as tendências do marketing médico?

Repensar as estratégias de marketing e os canais de vendas com base em novas premissas é urgente

Devido à imensa transformação na Medicina, ocasionada pelo enfrentamento à pandemia, 2021 está sendo um ano muito diferente para os médicos. O maior desafio global até o momento causou mudanças comportamentais, antecipando o futuro, como é o caso da telemedicina. E para planejar o próximo ano é preciso compreender que as mudanças em marcha não terminarão com a vacinação ou quando o vírus regredir. Há tendências que vieram para ficar: maior atenção do paciente às normas de biossegurança; a telemedicina, juntamente com a prescrição eletrônica, o prontuário eletrônico, o check-up digital; a digitalização de parte do atendimento médico; a valorização da vigilância epidemiológica, da Medicina Integrativa e da alimentação saudável; a educação médica online; a neuroarquitetura e, principalmente, um empoderamento sem precedentes do paciente, que conquistou, dentre muitas coisas na pandemia, uma grande oferta de serviços em sua própria residência (coleta laboratorial, exames de imagens, vacinação). A busca pela personalização dos tratamentos deve ser intensificada pelas clínicas e consultórios que não quiserem ser deixados para trás. Além de se voltarem a nichos específicos, o fechamento de parcerias estratégicas e o investimento em procedimentos com valor agregado são algumas apostas inteligentes e efetivas para 2021. Diante desse novo cenário, as estratégias

de marketing médico precisam ser revistas. Não existirá sucesso trilhando velhos caminhos... O paciente aumentou exponencialmente o seu tempo de navegação. Então, planejar a presença digital é uma necessidade básica do médico hoje. Quem ainda não tem um planejamento neste sentido, está atrasado, e precisa se movimentar neste novo mundo pós-pandemia. A maior mudança no marketing médico em 2021 é o branding, principalmente o personal branding, precedendo o marketing, pois a comunicação digital com o paciente agora é centrada em bases emocionais, pontos de conexão e identificação. Nesse cenário, o reforço da marca pessoal do médico, o personal branding, é o caminho indicado para o profissional que deseja atuar onde não há “guerra de preços”. É preciso tornar a qualidade das relações o grande diferencial das clínicas e consultórios, aumentando a taxa de

satisfação dos pacientes, a conversão de novos pacientes e a qualidade do serviço oferecido. Nesse contexto, é preciso rever toda a jornada do paciente, desde o primeiro contato com a clínica e/ou consultório até o desfecho, seja em uma consulta, um exame ou procedimento. Esse cuidado que o paciente deve receber, do início ao fim, em contato com o ambiente de saúde, é fundamental para o sucesso e a sustentabilidade do negócio. Diante de tantas informações e mudanças de paradigmas, fazer marketing diretamente para as pessoas, como já fizemos, não funciona mais nem para o médico, nem para as empresas. Hoje, as pessoas fazem negócios com pessoas nas quais confiam e admiram. É por isso que o personal branding é essencial em 2021. A marca pessoal do médico será seu principal ativo, seu principal gerador de caixa, é com ela que o paciente quer se conectar. ■



Foto: Divulgação

Márcia Wirth é jornalista, mentora, apaixonada por Personal Branding, idealizadora do #GoDigitalDoctor, especialista em Marketing Médico e Gestão de Mídias Digitais.

CAMPANHA CONTRA-ATAQUE A FOME



**DOE 1KG DE
ALIMENTO NÃO PERECÍVEL
E NOS AJUDE A VENCER ESTE JOGO**

Acesse o QR Code
e saiba mais sobre
a campanha



Realização



Instituto
Sirius

meon

Apoio

← **ADC
EMBRAER**



doceS

QUINTAS

Peça pela promoção com entrada + prato principal e

ganhe a sobremesa



Todas as quintas, até 1º de julho, apenas nos restaurantes da

PRAÇA
GOURMET



Sujeitas à disponibilidade. Imagens meramente ilustrativas.