DINO - Divulgador de Notícias

Médicos devem assumir definitivamente o controle de suas identidades na internet, afirma analista

Informações incorretas e desatualizadas em sites de má reputação comprometem imagem profissional e afastam oportunidades

11/10/2016 17:41:10

Médicos não podem simplesmente observar passivamente como seus nomes e informações profissionais aparecem na internet. Eles precisam assumir o comando de suas identidades digitais se quiserem ter influência sobre o modo como são percebidos por pacientes e empregadores. Essa é a avaliação do analista em comunicação Thiago de Sousa, sócio da TSB Comunicação, empresa de assessoria em comunicação especializada em saúde .

“Profissionais de saúde infelizmente habituaram-se a fazer buscas por seus nomes na internet e encontrar nas posições mais proeminentes cadastros com informações incorretas, em páginas sobre os quais não têm qualquer controle. Não atuar para neutralizar isso significa permitir que pacientes não os encontrem mesmo quando buscam diretamente por seus nomes e que potenciais empregadores e parceiros sejam guiados por informações imprecisas ou desatualizadas sobre sua trajetória profissional”, resume. Confira abaixo a breve entrevista.

Quais são os melhores canais de relações públicas e divulgação disponíveis para médicos, clínicas e hospitais?
TS – Os canais variam de acordo com o contexto do profissional ou instituição, seu público, sua localização, os serviços que oferecem, entre outros fatores. Mas de fato há alguns que se tornaram padrões. Um site profissional com informações básicas e um cadastro correto no serviço Google My Business são dois itens que você vai encontrar de modo consistente entre as ferramentas de comunicação adotadas por empresas e profissionais ciosos de sua reputação na internet.

Ainda é possível ter um consultório, clínica ou hospital de sucesso sem uma presença profissional na internet?
TS – A resposta curta é não. A resposta longa é: se você começou a atuar 20 ou 30 anos atrás é possível que consiga se manter mais ou menos competitivo com base nesse legado de trabalho, mas você se tornará gradualmente menos competitivo para obter novos pacientes e provavelmente já sente isso atualmente, sobretudo em cidades de médio e grande porte e nas capitais. De qualquer modo, devemos levar em consideração que esse cenário não está restrito a medicina e saúde. Praticamente todo tipo de empreendimento precisa estar presente na internet de modo profissional.

É como ter um telefone. Basicamente não existem empreendimentos sem telefone.

O que se pode esperar do Google e do Facebook?
TS – É preciso ter em perspectiva a natureza do negócio dessas plataformas. O Google e o Facebook prestam grandes serviços para seus usuários e se sustentam economicamente por meio de anúncios, então é natural que promovam de modo muito mais eficiente os negócios dos anunciantes. Esses anunciantes são muitos – de pequeno, médio e grande porte – e fazem do Google e do Facebook duas das maiores empresas do mundo. Então é disso que se trata: de fazer parte desse grupo, na medida do possível. As expectativas devem ser moduladas de acordo com o grau de comprometimento com os canais e com o orçamento de divulgação disponível. Um pouco de investimento em anúncios e um compromisso sólido com o os canais parece ser a melhor receita. Quem não tem condições de gerir de modo profissional esse relacionamento com o público deveria buscar orientação ou considerar contratar uma assessoria.