

Sites de saúde investem em nova estrutura para atrair público

Apenas 0,7% do total de visitantes acessam todas as páginas de um site médico e cerca de 80% saem logo na PRIMEIRA página! Esses dados fazem surgir uma questão importante para os empreendedores da área da saúde: “Como deve ser a estrutura de um site médico ideal?” Essa foi a pergunta que motivou uma longa e intensa pesquisa em sites voltados para a área da saúde: e o resultado foi a descoberta de um modelo de alta performance!

08/09/2016 09:31:20

Gerir um consultório não é nada fácil. Poderia ser mais simples se essa fosse a sua única função... mas nós sabemos que não é. Porque além de gestor, você também realiza a parte técnica e estratégica do seu negócio. E nem sempre essas três funções são divididas de forma equilibrada e harmônica...

O que acontece, na realidade, é que, na maior parte das vezes, sua atenção estará totalmente voltada para apenas um desses três aspectos: ou para o atendimento, ou para a gestão dos funcionários, quando a situação estiver fora do controle... e quase não sobra tempo para a função estratégica que o seu consultório precisa que você exerça com mais firmeza.

Porém, o que está ficando cada vez mais claro é o fato de que sem um planejamento estratégico, abrir um consultório, atualmente, pode ser uma empreitada perigosa e vemos médicos trocando os pés pelas mãos na tentativa frustrada de atingir suas metas sem perder qualidade de vida. E temos experiência suficiente para dizer que decisões tomadas no impulso e no calor do momento não dão nada certo...

Para cobrir as despesas e cumprir as metas tão sonhadas antes de abrir o nosso próprio empreendimento, dobramos o volume de trabalho e o tempo que passamos na clínica ou consultório.

O resultado é desastroso: terminamos com zero qualidade de vida, sem tempo para absolutamente nada, e um faturamento que apenas esbarra no que sonhamos como ideal para os primeiros anos de vida do consultório.

É desanimador, eu sei. Mas para confortá-lo, preciso revelar que essa não é uma situação que só

aconteceu comigo ou com você: ela é regra para qualquer empreendimento que acabou de começar.

Muito imaturos no mundo dos negócios, acabamos negligenciando a parte estratégica do nosso empreendimento, a linha que precisamos traçar para alcançar os nossos objetivos. Afinal, o que passa na cabeça de todos é sempre a mesma máxima:

"Existe a demanda no mercado – as pessoas precisam de médicos a todo momento. Eu tenho a oferta (um serviço de ótima qualidade, por sinal!). Existe troca mais perfeita e espontânea do que essa?"

É só abrir as portas do meu consultório e pronto: oferta e demanda em perfeita comunhão, pacientes chegando espontaneamente até mim.

Seria maravilhoso se fosse assim! Afinal, estudamos muito para chegarmos até aqui, somos capacitados para isso: ótimos profissionais da área da saúde que encantariam qualquer paciente com um atendimento de excelência se....

...Se esses pacientes soubessem que você está ali!

Mesmo que você não se encaixe nessa história e até já tenha um volume de pacientes que te conhece e frequenta o seu consultório fielmente, se você deseja alçar voos mais altos e alcançar novos públicos para atingir grandes metas, você precisa de visibilidade.

E para garantir a visibilidade do seu consultório, você precisa estar onde o seu público está: no maior palco de visibilidade que temos disponível para nós, atualmente: a internet.

Para a nossa sorte, esse é um dos palcos de visibilidade mais democráticos que já tivemos! Está disponível para todos, mas não pode ser usado da maneira que bem entendermos, é claro.

Para pararmos de negligenciar a parte estratégica do consultório, temos que começar a pensar em marketing. Como os seus possíveis pacientes saberão quem você é e onde você está? É sobre isso que temos que começar a pensar daqui para frente...

"Ah, mas eu não gosto de redes sociais, blogs e derivados. Prefiro manter o meu consultório fora da internet..."

Tudo bem, essa é uma escolha que pode ser feita. Entre alguns médicos, ainda permanecem algumas ideias conservadoras de que serviços da área da saúde não permitem marketing ou qualquer outro tipo de visibilidade menos formal e descontraída.

Mas cuidado: se você está entre esses médicos, saiba que o mercado está se movendo e evoluindo a todo momento e, em breve, esse tipo de pensamento não só perderá espaço, como também pode levar o seu consultório a uma crise de visibilidade e ser completamente massacrado pela concorrência.

É possível ser formal, ético e alinhado aos seus valores e ideais na internet. Não só é possível, como já podemos ver milhares de exemplos de consultórios que possuem uma ótima presença online, totalmente de acordo com as normas de publicidade do CFM. Olha só! Essa tem sido uma prática tão recorrente e importante que até o Conselho Federal de Medicina criou um manual para nos ajudar a executá-la de forma correta e ética.

Então, não há desculpas!

Mas dá um certo medo de começar, não é mesmo?

Falando nisso... como podemos começar?

Clique aqui e saiba mais sobre como ter um site médico que de fato atraia novos pacientes!

Saiba mais em <http://www.imedicina.com.br>