

Você sabe o que os pacientes realmente desejam - e esperam - de seus médicos?

Para manter a vantagem competitiva de sua clínica, você precisa de um entendimento claro do que os [pacientes realmente desejam](#). A pesquisa de pacientes de 2021 da *PatientPop* destaca quatro pontos para ajudar os consultórios e clínicas a impulsionarem a lealdade, a satisfação e a retenção dos pacientes.

4 principais lições para atrair e reter pacientes

Quando se trata de saúde, os pacientes exigentes de hoje têm mais opções do que nunca. De grandes redes de médicos de sistemas de saúde a clínicas populares e opções de [telemedicina](#), o aumento da concorrência pressiona os consultórios independentes menores quando se trata de atrair e reter pacientes para um crescimento sustentável. Como qualquer empresa, entender o que é importante para seus clientes é fundamental para o crescimento de seu estabelecimento de saúde.

A *PatientPop*, uma empresa de saúde norte americana, lançou seu terceiro relatório da pesquisa anual de perspectiva do paciente. Veja como os resultados mais recentes podem ajudar a orientar as estratégias de [retenção de pacientes](#) e crescimento de longo prazo em sua clínica.



1. Encontre os pacientes onde eles passam seu tempo: online

Os pacientes passam grande parte do seu tempo em um mundo digital, com o adulto americano médio passando seis horas online todos os dias. Consultórios que aproveitam a oportunidade de encontrar pacientes online aumentam o reconhecimento do consultório e fazem conexões significativas – ambas as quais impulsionam a aquisição e retenção de pacientes.

Ação: aprimore a presença do seu consultório na internet

Ao procurar um médico, quase três quartos dos pacientes farão suas pesquisas online. Se os pacientes em potencial estão online, seu consultório precisa ter uma forte **presença na internet** que cause uma impressão positiva e duradoura. Fazer isso requer não apenas um ótimo site, mas uma presença online robusta que vá além de sua URL.

Muitas vezes, seu site é o primeiro lugar em que um possível paciente chegará quando estiver decidindo seriamente sobre a escolha de um médico. Na verdade, os resultados da pesquisa da *PatientPop* indicam que 54,8% dos pacientes dizem que o site de um médico é muito importante quando eles estão escolhendo um profissional. Seu site deve carregar rapidamente, ser fácil de usar e otimizado para dispositivos móveis. Além disso, deve conter informações precisas e atualizadas relacionadas à sua especialidade e aos serviços que você oferece.

A partir daí, você precisa de uma estratégia para garantir que seu consultório seja exibido com **destaque nos mecanismos de pesquisa**. Com 88% do mercado, o Google é uma das ferramentas mais poderosas para ajudá-lo a se conectar com pacientes em potencial. O gigante dos mecanismos de pesquisa agora exibe uma ampla variedade de informações comerciais que ajudam os pesquisadores online a aprender sobre seu consultório sem visitar seu site. É por isso que é fundamental reivindicar e otimizar o perfil de seu consultório no Google Meu Negócio. Essa plataforma única permite que seu consultório chegue ao topo do cobiçado pacote local do Google, localizador local, painel de conhecimento e outros resultados de pesquisa.

Além do Google Meu Negócio, existem vários outros diretórios online que valem a pena usar para melhorar a presença online. Isso inclui desde diretórios de médicos, como o [CatalogoMed](#), até as redes sociais, como Facebook e Instagram. Reivindique, crie ou atualize seus perfis nestes locais e mantenha os dados atualizados para ser encontrado por mais pacientes.

Quase 35% dos pacientes indicaram que esses perfis também influenciam seu processo de tomada de decisão quando se trata de escolher um médico. Certifique-se de incluir detalhes relevantes, como endereço de seu consultório, número de telefone, horário de funcionamento, principais serviços / procedimentos, bem como fotos ou vídeos de seu consultório e seus.

2. Cause uma ótima primeira impressão

Embora o boca a boca costumasse ser o suficiente para ajudar as clínicas e consultórios a conseguirem mais novos pacientes, os consumidores hoje pesquisam online para ler o que outras pessoas estão dizendo sobre as clínicas e sobre os médicos. **Ter uma reputação online positiva, recebendo boas recomendações de seus pacientes, pode ajudar seu consultório a atrair novos pacientes no cenário competitivo de hoje.**

Ação: otimize sua reputação online

Antes de escolher um médico, os pacientes querem ter certeza de que receberão os cuidados e serviços excepcionais que merecem. Na verdade, cerca de 3 em cada 4 pacientes afirmam que as avaliações afetam sua tomada de decisão. E quando se trata de avaliações e *reviews*, o Google é mais uma vez a principal fonte.

Mas é importante lembrar que os pacientes não estão consultando informações sobre você apenas no Google. Portanto, cuidar das suas avaliações online em outros sites, como diretórios de médicos (ex: CatalogoMed) e Facebook, também é muito importante.

A pesquisa de perspectiva do paciente da *PatientPop* indica que 61% dos pacientes são mais propensos a olhar as **avaliações online** do Google acima de todos os outros sites – com a classificação por estrelas média da clínica desempenhando um papel altamente influente.

Na verdade, 69,1% dos pacientes não consideram um médico com uma classificação por estrelas média inferior a 4,0. Além disso, um em cada cinco pacientes considera apenas médicos com um mínimo de 4,5 estrelas.

Para melhorar sua classificação por estrelas e sua **reputação online** geral, considere a implementação de pesquisas automatizadas de satisfação do paciente. Isso fortalecerá a relação médico-paciente, sinalizando para seus pacientes que você está ouvindo.

Ainda mais importante, isso aumentará a frequência e o volume das avaliações online de seus pacientes. Os dados da pesquisa da *PatientPop* mostram que os pacientes que receberam um feedback têm duas vezes mais probabilidade de enviar proativamente uma avaliação online.

3. Modernize a experiência do paciente

Os consultórios que se concentram em melhorar a experiência do paciente estarão melhor posicionados para atender às metas de crescimento de longo prazo. Mas o que os pacientes desejam de seus profissionais de saúde?

De acordo com os dados da pesquisa, as principais prioridades dos pacientes incluem um médico que seja um bom ouvinte e consultórios que mantenham os **tempos de espera** breves e tenham uma equipe receptiva. Também na lista de desejos dos pacientes estão respostas rápidas a perguntas, compromissos disponíveis, agendamento online e horários flexíveis.

Ação: implemente ferramentas automatizadas para engajamento do paciente

Ao tornar mais fácil para os pacientes se consultarem com você, você pode melhorar a satisfação e retenção do paciente. As respostas da pesquisa confirmam que a maioria dos pacientes prefere uma [experiência digital](#) para cinco interações principais com os consultórios, incluindo:

- Agendar um compromisso
- Preencher cadastro e outros formulários
- Acessar registros de saúde
- Fazer uma pergunta ao médico
- Pagar sua conta

Do [agendamento online](#) e cadastro digital a lembretes de compromissos automatizados e serviços de telemedicina, priorizar a conveniência do paciente pode impulsionar a lealdade do paciente, apoiando a estratégia de crescimento de longo prazo do seu consultório.

4. Comunique-se regularmente com seus pacientes

Ao contrário da maioria das empresas que enviam *spam* implacavelmente para seus clientes, os profissionais de saúde geralmente fazem muito pouco para se comunicar ou manter o contato com os pacientes entre as consultas.

Melhorar a conexão médico-paciente é importante tanto para a fidelidade quanto para a retenção. Os pacientes não apenas apreciam ouvir seus profissionais de saúde, mas também confiam nas informações que você fornece sobre como manter a saúde em dia. Eles também desejam entrar em contato com você quando tiverem dúvidas ou preocupações.

Ação: ofereça uma ampla gama de opções de comunicação

Alguns pacientes preferem a conveniência de [canais de comunicação digitais](#), como mensagens de texto ou WhatsApp e e-mail. Outros gravitam em torno de ferramentas tradicionais, como o telefone. Oferecer uma ampla gama de opções significa que você pode atender às preferências de seus pacientes, sejam elas quais forem.

A pesquisa da *PatientPop* descobriu que dois em cada três pacientes preferem lembretes de compromissos via mensagem de texto, com 59% também preferindo mensagens de texto para lembretes de agendamento de sua próxima consulta.

Além disso, 26% dos pacientes preferem usar mensagens de texto quando têm uma pergunta para você ou sua equipe. Quase uma quantidade igual de pacientes prefere fazer perguntas por e-mail (26%) e por telefone (22%).

Isso nos diz que, quando se trata de comunicação, não existe uma abordagem de “tamanho único”. Os consultórios que acomodam uma variedade de preferências podem manter o toque pessoal que muitos pacientes desejam, juntamente com a conveniência digital de que os consumidores ocupados de hoje precisam.

Para **fortalecer ainda mais essa conexão**, os consultórios podem implementar campanhas de marketing por e-mail destinadas a manter os pacientes engajados entre as consultas. Mensagens direcionadas com informações valiosas específicas da condição, novidades relevantes do consultório, lembretes de saúde e muito mais podem permitir que seus pacientes saibam que você está pensando neles o ano todo.



Para colocar em prática todas as 4 ações acima, você pode contar com as **ferramentas do HiDoctor®** para ajudá-lo. Desde o site médico e a integração com o CatalogoMed para estabelecer sua presença online e receber avaliações, até as funcionalidades práticas do software para agendamento online, lembretes e facilidades de comunicação, o HiDoctor® é a ferramenta certa para que seu consultório evolua cada vez mais.

O **HiDoctor®** é a única plataforma médica completa para seu consultório e o software mais utilizado por médicos e clínicas no Brasil. A Centralx® conta com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de tecnologias para a área médica.

Conheça o HiDoctor®:
software médico completo
para todas as plataformas

Quero conhecer

0800 979 0400

Centralx®

Artigo original disponível em:

"Você sabe o que os pacientes realmente desejam - e esperam - de seus médicos?" - HiDoctor®

Blog

Centralx®