

As 5 principais maneiras de atrair mais pacientes para sua clínica

Existem dezenas, senão centenas, de maneiras de [atrair novos pacientes](#) para um consultório ou clínica médica. Este artigo se concentra nas cinco principais estratégias de marketing em saúde – aquelas repetidamente comprovadas para atrair novos pacientes de forma consistente, se você as executar corretamente e monitorar seus resultados.

Não é incomum que qualquer profissional de saúde ganhe 30 ou mais novos pacientes todos os meses. Isso é cerca de um novo paciente todos os dias, durante todo o ano, e ajuda a garantir o sucesso a longo prazo e o crescimento constante de sua clínica. Para atingir esse número ou mais, você precisa das estratégias corretas de [engajamento do paciente](#).



1. Construa e cultive ótimos relacionamentos com seus pacientes atuais

Esta é, sem dúvida, a melhor maneira de atrair novos pacientes e não lhe custará um centavo. Esse tipo de propaganda boca a boca exige simplesmente que você forneça um excelente atendimento e deixe seus pacientes atuais tão felizes que eles falem sobre você para seus familiares, amigos e

colegas de trabalho. Eles se tornam seus embaixadores não pagos, compartilhando elogios nas redes sociais, indicando novos pacientes diretamente para você e escrevendo ótimas avaliações online sobre seu consultório.

É fácil se concentrar em atrair novos pacientes e negligenciar os que você já tem. Trate os pacientes atuais como ouro. Concentre seus esforços em garantir que eles estejam obtendo o que desejam e precisam de sua clínica. Procure [melhorar a experiência do paciente](#) a cada passo.

Sempre que um paciente der a você ou a um membro da equipe um feedback positivo sobre sua experiência, peça que deixem uma avaliação enquanto ainda estão em seu consultório. Você também pode enviar por e-mail ou mensagens de texto dicas de saúde, notícias interessantes e atualizações sobre seu consultório.

Em vez de esperar que os pacientes solicitem consultas regulares ou de acompanhamento, seja proativo. Defina novos horários de agendamento para eles com antecedência e envie lembretes por e-mail ou texto sobre as consultas agendadas.

Como você pode construir melhores relacionamentos com seus pacientes?

Mostre que você realmente se importa com eles enviando e-mails, mensagens de texto ou ligando para eles sempre que possível. Ligue ou envie uma mensagem de texto após uma cirurgia ou procedimento para ver como eles estão. Este pequeno gesto significa muito para um paciente porque demonstra que você realmente se importa com a saúde dele.

2. Forneça treinamento de atendimento ao cliente para sua equipe

Todo estabelecimento de saúde precisa de uma equipe de profissionais amigáveis, bem informados e prestativos, dedicados a oferecer um serviço de alta qualidade ao paciente. Boas habilidades de [atendimento ao cliente](#) nem sempre são naturais para a equipe da recepção ou técnicos e administradores. Lembre-se de que nada espanta um paciente mais rápido do que um assistente desrespeitoso ou uma recepcionista que não pode ou não quer responder às perguntas. Pelo menos alguns dos membros de sua equipe se beneficiariam muito com o treinamento profissional.

Quando todos os membros de sua equipe são prestativos, sabem como tratar os pacientes com respeito e têm o conhecimento para responder às perguntas feitas, os níveis de satisfação do paciente [aumentarão](#), especialmente se você estiver prestando cuidados de alta qualidade a esses pacientes. Esses pacientes satisfeitos irão gerar um boca a boca positivo e encaminharão outras pessoas para seu consultório. De acordo com uma pesquisa recente, pacientes satisfeitos compartilharão suas experiências positivas com outras cinco pessoas, em média. São cinco novos pacientes em potencial!

3. Estabeleça uma presença ativa na internet

Oito em cada dez pacientes recorrerão a um [mecanismo de busca na internet](#) para obter respostas para suas perguntas sobre saúde. Muitos verão seu site listado, de preferência na primeira página dos resultados de pesquisa. Certifique-se de que seu site seja bem projetado, fácil de usar, funcional, responsivo e informativo sobre por que sua clínica é a melhor escolha para o paciente. Certifique-se de que seu site funcione bem em todos os dispositivos, especialmente smartphones. Mais de 60% das pesquisas vêm de dispositivos móveis, portanto, um site responsivo para dispositivos móveis ajudará você a se destacar dos concorrentes.

Seu site é seu cartão de visita digital e a casa da sua clínica na internet. Um bom site deve ser uma ótima fonte de referência. É um excelente lugar para publicar avaliações e depoimentos de seus pacientes. Ele também pode fornecer uma base para o seu blog. Ter um blog com postagem regular de conteúdos ajudará você a ter uma classificação mais alta nos mecanismos de pesquisa, dando à sua clínica mais visibilidade para novos pacientes em potencial.

Não esqueça de também criar perfis nos principais catálogos online de médicos, como o [CatalogoMed](#), mantendo seus dados atualizados. Esses catálogos costumam aparecer bem classificados nos mecanismos de busca e são muito usados pelos pacientes para buscar informações de contato dos médicos.

Como estabelecer uma presença ativa na internet?

Engajar em conteúdos nas redes sociais, listar sua clínica em catálogos e diretórios locais e expandir seus serviços com pesquisas demográficas direcionadas são excelentes estratégias para fortalecer sua presença na internet. Certifique-se de que seu site também esteja totalmente otimizado para os mecanismos de pesquisa. A [otimização para mecanismos de pesquisa \(SEO\)](#) é uma ciência em evolução, portanto, certifique-se de ter um especialista em SEO para ajudá-lo a acertar.

4. Peça referências e avaliações

Outro método simples, mas muitas vezes esquecido, de trazer mais pacientes para sua clínica é [pedir referências](#) ou avaliações online a pacientes satisfeitos. Isso não custa nada, exceto um momento do seu tempo, e funciona como mágica.

Certifique-se de que cada membro de sua equipe do consultório adquira o hábito de pedir uma referência ou uma avaliação (ou ambos) toda vez que um paciente expressar um feedback positivo não solicitado sobre seus cuidados. A solicitação pode ser tão simples quanto: “Eu realmente aprecio ouvir isso, Dona Maria. Você conhece mais alguém que podemos ajudar como ajudamos você?”.

Você também pode pedir que esses pacientes escrevam uma avaliação online enquanto ainda estão no consultório e, em seguida, forneça um tablet / smartphone ou bloco de notas para que escrevam sua avaliação.

Alguns consultórios enviam e-mails de agradecimento aos pacientes após as consultas e incluem links para onde eles podem deixar suas avaliações online.

5. Aproveite ao máximo as mídias sociais

Ao desenvolver seu plano de marketing, certifique-se de incluir uma estratégia de mídia social. A mídia social tornou-se um meio de comunicação abrangente para consumidores de todas as idades. É onde muitos de seus pacientes atuais e futuros em potencial passam seu tempo livre e compartilham ideias com amigos e familiares. **Postar nas mídias sociais é o tipo de marketing da área de saúde que pode ser especialmente eficaz se for feito correta e consistentemente.**

Se você permanecer ativo em suas [plataformas de mídia social](#) (ou seja, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, etc.), você dará aos pacientes atuais e potenciais a opção de curtir e compartilhar seu conteúdo. Quando os círculos sociais dessas pessoas verem seu conteúdo, eles criarão mais tráfego para seu site e mais engajamento para seu perfil. E cada nova pessoa que acessa seu site ou passa a seguir seu perfil pode facilmente se transformar em um novo paciente.

Lembre-se de compartilhar informações relevantes para os consumidores de saúde e monitorar regularmente sua presença online, principalmente suas avaliações. Obviamente, você quer o maior número possível de críticas positivas. Se você receber uma [crítica negativa](#), não se desespere. Tente fazer o melhor. Analise a avaliação negativa para identificar o motivo da reclamação e tente resolvê-la para aquele avaliador. É aconselhável responder a críticas positivas e negativas para mostrar que você se importa. Se a avaliação alertou você sobre um problema significativo, faça o acompanhamento fornecendo informações sobre as etapas que você executou ou está realizando para resolver o problema. Nunca responda emocionalmente, mesmo que uma crítica o aborreça.

O poder e a eficácia das redes sociais fazem delas uma inclusão obrigatória em praticamente todos os planos de marketing para médicos e uma das melhores estratégias para atrair mais pacientes para sua clínica ou consultório.



HiDoctor[®]
PRONTUÁRIO PADRÃO OURO

Cadastre-se e receba gratuitamente nossas
novidades sobre gestão,
tecnologia e prática médica

Quero receber

Centralx[®]

Artigo original disponível em:

"As 5 principais maneiras de atrair mais pacientes para sua clínica " - **HiDoctor[®] Blog**
Centralx[®]