

## Marketing Digital na Saúde

Stênio Ribeiro Santos  
Josnilson Neves  
Bruna Almeida  
Faculdade Laboro, São Luís, MA

### RESUMO

O marketing digital para a área da saúde é uma prática que cresce cada vez mais. Sejam para atrair novos pacientes ou fidelizar os já existentes, as estratégias de marketing digital são fundamentais para a visibilidade de seu estabelecimento de saúde. O digital é uma grande parte da nossa rotina atualmente. É fonte de informação, entretenimento, meio de comunicação, enfim, é uma realidade presente na vida da grande maioria da população.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing; Digital; Saúde; Gestão.

### INTRODUÇÃO

O Marketing Digital é hoje a grande oportunidade para profissionais da área da Saúde. Com ele, é possível cumprir um novo papel social, facilitar a vida dos pacientes com informações de qualidade e ainda fortalecer a sua imagem perante a comunidade e seus colegas. Com a orientação correta, os ganhos de tempo e financeiros são significativos.

O Marketing Digital na Saúde tem como grande aliada à metodologia de Inbound Marketing – ou Marketing de Conteúdo. Com ela, utiliza todas as ferramentas disponíveis na internet, como sites, blogs e redes sociais, para divulgar a imagem do profissional da saúde como fonte de informação e autoridade na área em que atua. Isso, por si só, já representa uma grande vantagem em relação aos formatos do Marketing tradicional. Além disso, os custos das campanhas são muito menores, e com um poder de segmentação muito maior. Isso diminui investimentos, potencializa o processo e aumenta o retorno financeiro.

Marketing de Conteúdo para a área da Saúde: atrair, engajar e gerar novos pacientes/clientes (Santé Marketing em saúde).

O que torna as novas estratégias de marketing tão especiais é o seu foco no conteúdo. Em vez das campanhas tradicionais, claramente comerciais, o *Marketing de Conteúdo na Saúde* tem foco na oferta de informações relevantes aos pacientes. Este processo, baseado nos parâmetros éticos estabelecidos pelos conselhos profissionais de cada especialidade (Rockcontent).

A melhor ferramenta de divulgação de marketing para profissionais autônomos da área da saúde (médicos, dentistas, psicólogos, fisioterapeutas etc.) e empresas que atuam no mesmo segmento (clínicas, hospitais, centros médicos e laboratórios) ainda é a velha "propaganda boca a boca".

O poder do 'boca a boca', sem necessariamente utilizar a boca de alguém. Dentre os fatores que devemos saber para fazer uso do marketing digital na saúde (Norivaldo Carneiro, 2016).

Na era digital, no entanto, o "boca a boca" não usa necessariamente a boca de alguém, mas ferramentas com alcances maiores e com um poder de fogo (credibilidade) mais efetivo.

O aumento das buscas e, conseqüentemente, do volume de informações sobre saúde na internet indica um aspecto muito positivo: as pessoas estão mais preocupadas com a saúde, de modo geral.

Médicos e outros profissionais da saúde podem divulgar seus serviços com muita eficácia, mas não podem se esquecer das limitações legais para isso.

O uso do marketing digital na área da saúde como ferramenta para divulgação de serviços de um determinado estabelecimento de saúde. O aumento por busca de informações da saúde por meio de internet, tornou-se um aspecto positivo tanto para o hospital quanto para o paciente.

De acordo com a CM Tecnologia, o Marketing Digital da Saúde já é realidade que é de um futuro que utiliza a integração de dados que conta com diagnósticos precisos e procedimentos internos mais ágeis. A nova experiência para o paciente, tem de informações que são integradas que fica sempre mais fácil o acesso ao seu histórico e o seu quadro clínico.

Segundo a empresa Alpinista Digital, através da internet é possível alcançar um número grande de pessoas e potenciais que se torna mais eficaz, por meios utilizados para levar informações ao público que busca saber. Essas informações, que podem ser utilizadas como meios: e-mail, site, blog, Facebook, Instagram e outros que visa alcançar diferentes públicos e que é importante conhecer como cada um.

As novas estratégias de marketing que se torna especial é o foco no conteúdo que em vez das campanhas e comerciais, o conteúdo Marketing na Saúde tem foco de informações dos serviços de saúde aos pacientes, baseado nos parâmetros éticos estabelecidos pelos profissionais de cada especialidade (Rockcontent).

## **OBJETIVO GERAL**

Este estudo teve como objetivo principal a aplicação do marketing digital na área da saúde de um estabelecimento do setor de serviços, considerando a importância dos conceitos de gestão de marca em conjunto com o marketing online.

Planejar a estratégia de marketing digital do setor de saúde, definir o objetivo do plano de marketing para o estabelecimento de saúde. Levar o marketing ao profissional da saúde e aos pacientes, visando ter informações importantes do estabelecimento de saúde através da WEB, estruturar uma estratégia para conseguir ações mais assertivas para um bom serviço.

Propor um Marketing Digital na área da saúde computacional com base no trabalho distribuído com capacidade de lidar com grandes bases de informação textual visando auxiliar o processo de descoberta de conhecimento da era digital na saúde. O tratamento para o sucesso tendo como a expansão e o reconhecimento no mercado, as estratégias para capacitação de pacientes e o planejamento para o futuro

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Visando atingir o objetivo principal, alguns objetivos específicos são requeridos, entre eles:

- Analisar o panorama dos processos de descoberta de conhecimento, detalhando as fases que compõem a área do marketing na saúde.
- Modelar uma base de dados que suporte os dados a partir do processo de descoberta dos conhecimentos.
- Desenvolver um protótipo voltado à descoberta de conhecimento que, de maneira distribuída, que consiga manipular bases textuais.
- Realizar uma discussão dos resultados do processo de descoberta do conhecimento.

## **DISCUSSÃO DO TRABALHO**

Neste tópico o objetivo do trabalho estabelece que marketing digital tem sido relevante para as empresas do setor de saúde, sendo que a quantidade de pessoas que buscam informações na internet teve aumento: espaço caracterizado por disponibilizá-las

em maiores quantidades e transparência, assim as novas descobertas através da Web, tiveram maiores conhecimentos baseado nos dados das informações contidas.

Observou-se que as mudanças na tecnologia trouxeram o marketing para a área da saúde, pois nelas buscam informações sobre o estabelecimento de saúde, em relação a consultas e exames, assim como a marcação e o resultado, assim o trabalho trouxe uma facilidade para os profissionais.

## **METODOLOGIA**

Para alcançar resultados precisos, foram feitas pesquisas em diversos sites e na literatura especializada com objetivo de identificar e utilizar o marketing como ferramenta na saúde, para identificação dos serviços prestados pelos estabelecimentos de saúde e assim facilitar o trabalho dos profissionais, isso vai ajudar muito os pacientes e na qualidade dos serviços prestados.

## **RESULTADOS**

A partir dos resultados obtidos, mostra que muitos estabelecimentos de saúde andam na era do marketing digital, a divulgação dos serviços através de internet como as redes sociais, trazem qualidade e rapidez nos atendimentos, a informação boca a boca esta dando lugar ao marketing digital, assim o crescimento do estabelecimento de saúde se torna cada vez mais sucessível e a facilidade no trabalho dos profissionais de saúde se torna mais rápido.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Embasado nas revisões bibliográficas, podemos perceber que as ferramentas de marketing digital para a área da saúde, buscando mais agilidade para os profissionais, mas sim pretendermos tecer algumas recomendações relativas ao processo que o orientará a praticar a atuação no mercado em busca dos melhores serviços que tornam rápidos, conquistando e mantendo um número de clientes. É importante entender que a utilização do marketing digital na área da saúde, tem a crescer, gerando mais conhecimento em relação ao sistema de saúde e uma percepção positiva.

Diante das análises é possível que o marketing na saúde tem a crescer, trazendo trabalhos positivos e informações precisas para o paciente e também a qualidade nos serviços prestados, sendo um grande sucesso para a área da saúde.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CM tecnologia

Santé Marketing em saúde

Rockcontent

## **REFERÊNCIAS**

NORIVALDO CARNEIRO: Diretor Executivo da Market Biz Brasil (MUNDO DO MARKETING)

ALPINISTA DIGITAL: Marketing em Saúde