

Planejando a estratégia de 2024 da sua clínica

À medida que você se reúne com seus parceiros médicos, gestores da clínica e talvez consultores neste fim de ano, contemplando a direção a seguir em 2024, algumas dicas podem ser benéficas para ajudá-lo ao longo do caminho.

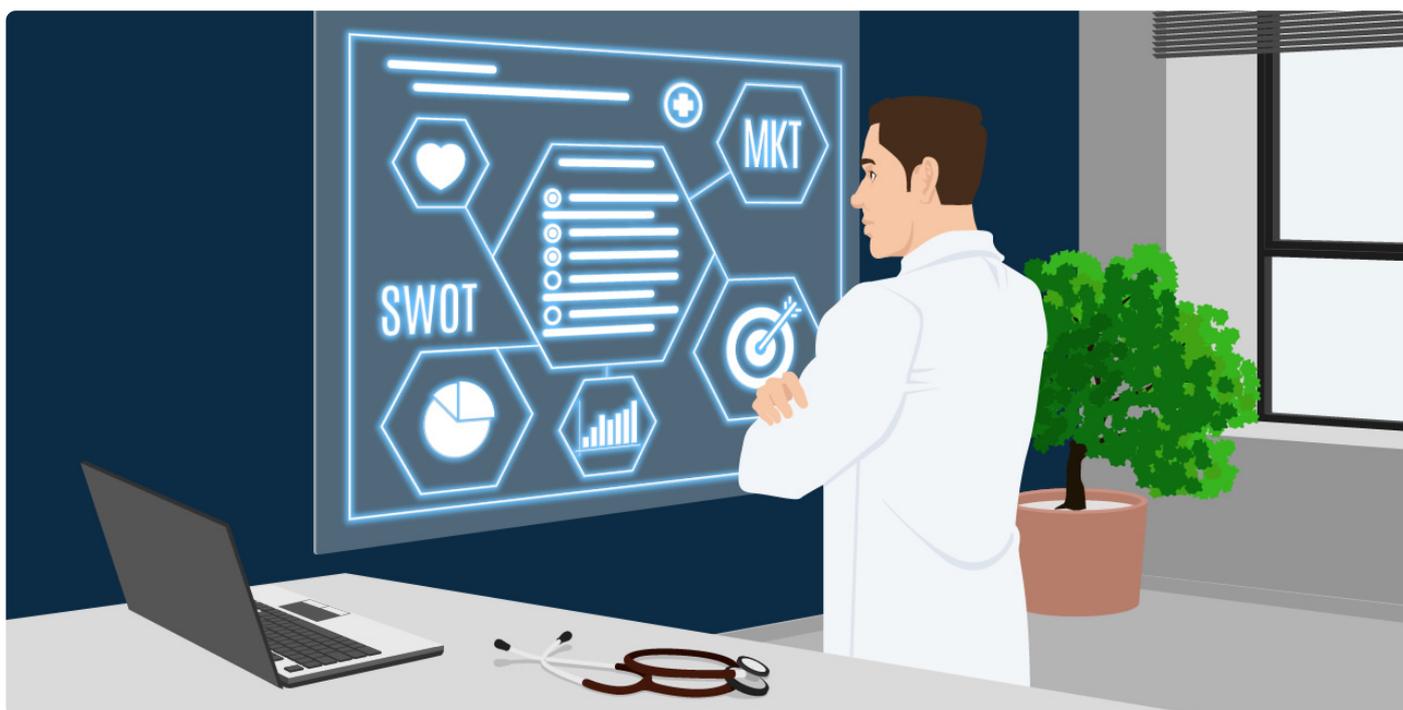
Para começar, você deve fazer uma pausa para refletir sobre os novos concorrentes em sua área de influência, bem como sobre os concorrentes atuais e as novas iniciativas que estão adotando.

Para consultórios e clínicas médicas, uma análise competitiva é um meio de avaliar quem são seus concorrentes, que valor eles oferecem, entendendo os **pontos fortes e fracos** deles (e os seus) e onde sua clínica se encaixa.

Uma boa análise competitiva é um relatório de **avaliação do terreno real do mercado** pelo qual sua clínica deve caminhar para ter sucesso.

Embora a análise da concorrência seja um componente essencial do planejamento estratégico, a maioria dos consultórios médicos não conduz esse tipo de análise de forma sistemática. Mas, sem dúvidas, uma análise competitiva completa é indispensável.

- [Dicas para fazer a análise da concorrência](#)
- [Próximos passos](#)



Dicas para fazer a análise da concorrência

Reúna uma lista dos concorrentes da sua clínica

Na maioria das vezes, essa lista é composta por quem sua clínica considera serem seus principais concorrentes. No entanto, pode haver outras organizações de saúde que concorram indiretamente com a sua, talvez aquelas fora da sua área de influência que oferecem serviços como telemedicina ou modalidades de tratamento de nicho que visam os mesmos pacientes.

Também é interessante incluir informações sobre entidades de saúde que poderão entrar em seu mercado no próximo ano.

Depois de compilar a lista, você poderá destacar as clínicas que serão seu maior desafio em termos de competição.

Analise os serviços da concorrência em termos de recursos, valor e pacientes-alvo

Como eles os comercializam? Como os pacientes veem sua concorrência? Como os médicos que referem pacientes veem sua concorrência?

Dê uma olhada honesta em suas ofertas. A sua qualidade é proporcional? Você tem ofertas semelhantes? Qual é o **valor exclusivo que você oferece** e que os concorrentes não oferecem ou não podem oferecer? Enfatize esses benefícios em seu marketing.

Compile uma lista dos pontos fortes e fracos do concorrente e lembre-se de ser objetivo

Você não fará nenhum bem à sua clínica se permitir que viés em relação aos seus próprios médicos, equipe e serviços atrapalhem seu julgamento. Tente ver a clínica da concorrência como se fosse sua.

O que torna a clínica deles tão boa? Se eles estão crescendo rapidamente, o que há de diferente na clínica que está promovendo esse crescimento?

Observe como seus concorrentes se promovem por meio de publicidade, marketing colateral e talvez pelo uso de contatos médicos

Você terá que recorrer a muitas fontes diferentes para obter uma imagem completa. É preciso prática e um pouco de perspicácia de sua parte para montar um quadro completo de estratégias e objetivos, portanto, a utilização de um consultor qualificado pode ser benéfica para você.

Concentre-se nos fatos, seja persistente e confie na sua intuição para ajudá-lo.

Determine os dados demográficos atuais do mercado para sua clínica

Se o mercado estiver estável, a competição pelos pacientes provavelmente será acirrada.

Sua clínica se verá lutando para ganhar [participação no mercado](#). A parte de perspectiva da sua análise pode parecer uma previsão, mas na verdade é uma medida de tendências. Quando tiver feito a maior parte de sua pesquisa, você terá informações suficientes para determinar qual é realmente a perspectiva.

Ao avaliar-se em relação à concorrência, você provavelmente encontrará novas ideias para sua clínica. Embora compilar uma análise competitiva seja um trabalho interessante, pode realmente ser desafiador. Consequentemente, você pode procurar a ajuda de um consultor especializado na área de saúde para orientá-lo nesse processo.

Você aprenderá muito sobre o seu mercado e, no processo, estará em uma posição de agregar ainda mais valor à sua clínica, oferecendo o melhor aos seus pacientes.

Próximos passos

A partir daí, é o momento de entrar em um processo abreviado de [planejamento estratégico](#). Ou seja, desenvolvimento de um plano (com cronogramas e objetivos!) para o que você pretende realizar para 2024.

O planejamento estratégico é uma atividade empresarial essencial. No entanto, vários erros comuns devem ser compreendidos para que os médicos gestores possam se proteger contra eles.

Apontar estes erros não é uma crítica ao processo, mas um reconhecimento de uma implementação inadequada. Os gestores de clínicas médicas devem reconhecer tanto os benefícios como as potenciais armadilhas do planejamento estratégico, porque é sua responsabilidade garantir que o planejamento estratégico seja conduzido adequadamente para atingir os objetivos desejados.

Confira quatro dos erros de planejamento mais comuns:

1. Tentar prever e ditar eventos muito distantes no futuro

Em parte, isto pode resultar do desejo natural de acreditar que podemos controlar o futuro. É uma tendência natural planejar com base no pressuposto de que o futuro será apenas uma continuação linear das condições atuais, e muitas vezes subestimamos o alcance das mudanças de direção que podem ocorrer.

Como não podemos antecipar o inesperado, tendemos a acreditar que ele não ocorrerá. Na verdade, a maioria dos planos estratégicos são superados pelos acontecimentos muito antes do previsto pelos gestores.

2. Tentar planejar com muitos detalhes

Isto não é uma crítica ao planejamento estratégico detalhado, mas ao planejamento mais detalhado do que as condições o justificam. Esta armadilha muitas vezes decorre do desejo natural de deixar o mínimo possível ao acaso. Em geral, quanto menos certa for a situação, menos detalhes poderemos planejar.

Contudo, a resposta natural à ansiedade da incerteza é planejar com maior detalhe, para tentar cobrir todas as possibilidades. Este esforço para planejar com maior detalhe em condições de incerteza pode gerar ainda mais detalhes.

O resultado pode ser um plano estratégico extremamente detalhado que não sobrevive ao atrito da situação e que restringe a ação eficaz.

3. Tendência a usar o planejamento como um processo de script que tenta prescrever ações com precisão

Quando os gestores de clínicas não conseguem reconhecer os limites da previsão e do controle, o plano estratégico pode tornar-se um mecanismo coercivo e excessivamente regulador que restringe a iniciativa e a flexibilidade.

O foco dos funcionários passa a ser o cumprimento dos requisitos do plano estratégico, em vez de decidir e agir de forma eficaz.

4. Tendência a usar métodos de planejamento rígidos que levam a um pensamento inflexível

Embora o planejamento estratégico proporcione um quadro disciplinado para a abordagem dos problemas, o perigo está em levar essa disciplina ao extremo.

É natural desenvolver rotinas de planejamento para agilizar o esforço de planejamento estratégico. Em situações em que as atividades de planejamento devem ser realizadas repetidamente com pouca variação, é útil ter um procedimento bem ensaiado e já implementado. No entanto, existem dois perigos.

O primeiro é tentar reduzir os aspectos do planejamento estratégico que exigem intuição e criatividade a processos e procedimentos simples. Não só essas habilidades não podem ser capturadas em procedimentos, mas as tentativas de fazê-lo restringirão necessariamente a intuição e a criatividade.

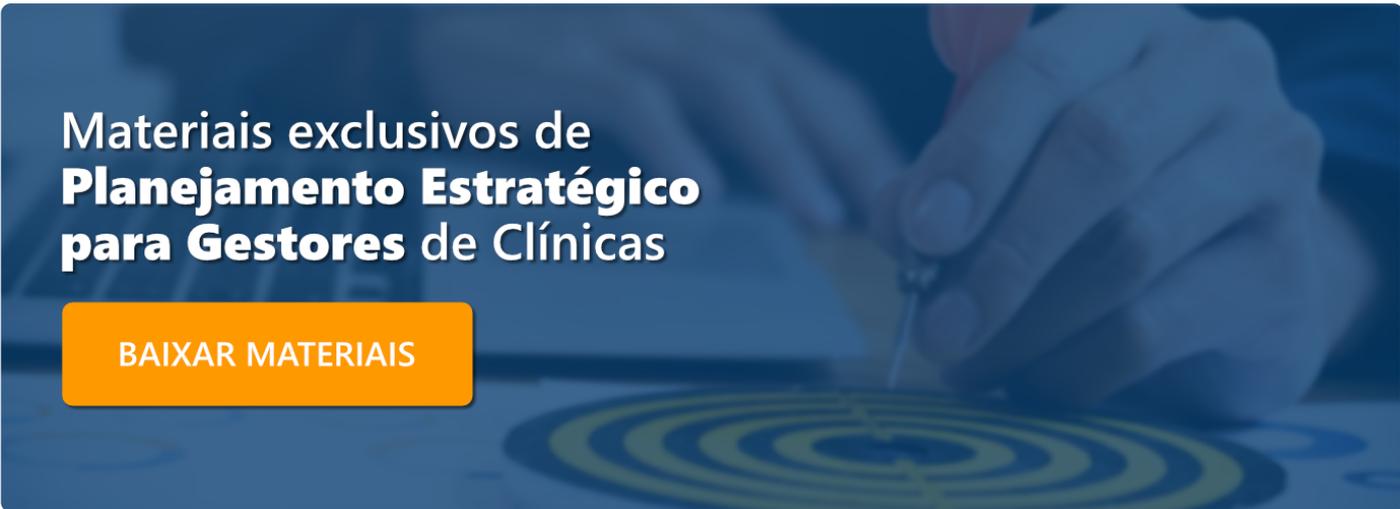
O segundo perigo é que mesmo quando os procedimentos são apropriados, tendem naturalmente a tornar-se rígidos com o tempo. Isto prejudica diretamente o objetivo do planejamento estratégico – permitir que a organização se torne mais adaptável. Esta tendência para a rigidez é uma das características negativas mais graves dos planos estratégicos.



O planejamento estratégico é uma das principais ferramentas utilizadas para exercer o controle operacional porque o ajudará a **decidir e agir de forma mais eficaz**. Lembre-se, porém, de que o planejamento estratégico envolve elementos tanto da arte quanto da ciência, combinando análise e cálculo com intuição, inspiração e criatividade. Planejar bem é demonstrar imaginação e não apenas aplicar procedimentos mecânicos.

Se bem feito, o planejamento estratégico é uma atividade extremamente valiosa que melhora muito o desempenho da clínica e é um uso eficaz do tempo. Se mal feito, por outro lado, pode ser pior do que irrelevante e uma perda de tempo valioso.

O desafio fundamental do planejamento estratégico é conciliar a tensão entre o desejo de preparação e a necessidade de flexibilidade no reconhecimento da incerteza do setor da saúde.



Materiais exclusivos de **Planejamento Estratégico** para **Gestores de Clínicas**

[BAIXAR MATERIAIS](#)

Artigo original disponível em:

"Planejando a estratégia de 2024 da sua clínica " - HiDoctor® News

Centralx®