

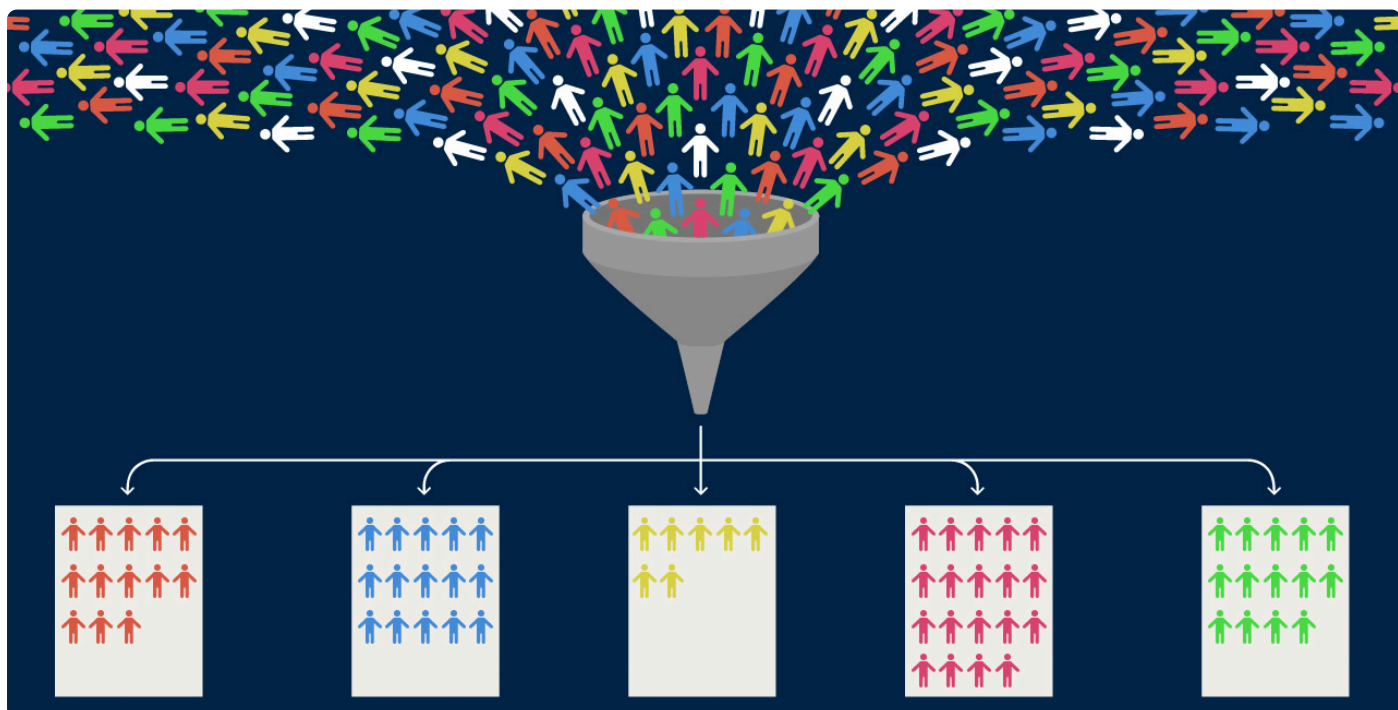
8 relatórios que você pode gerar com o Módulo de Marketing do HiDoctor®

O HiDoctor® oferece um **sistema de marketing integrado**, capaz de ajudá-lo em sua estratégia de fidelização de pacientes através do envio de comunicações e campanhas direcionadas.

O Módulo de Marketing do HiDoctor® Cloud possibilita ir muito além do envio de mensagens de felicitações para aniversariantes e mensagens de boas festas: com ele você elabora **filtros complexos para selecionar uma audiência altamente específica dentre seus pacientes**, permitindo a geração de campanhas com excelente índice de retorno.

Experimente utilizar o HiDoctor® Cloud para gerar campanhas direcionadas aos seguintes públicos:

1. Pacientes que não agendaram no último ano
2. Novos pacientes do último mês
3. Pacientes que faltaram no último mês
4. Pacientes VIP
5. Pacientes que realizaram determinado procedimento
6. Pacientes com atendimento particular
7. Pacientes de outra cidade
8. Pacientes de interesse para programas de prevenção ou rastreamento



1. Pacientes que não agendaram no último ano

Pacientes que não retornam ao consultório representam uma receita potencialmente perdida. Manter o contato com esses pacientes é essencial para aumentar a taxa de fidelidade e, com isso, otimizar as finanças. Em marketing, essas estratégias são denominadas **reativação** ou **reengajamento** e envolvem expor uma campanha para pacientes que já foram atendidos no consultório, mas que não retornam há um período significativo. O objetivo é trazê-los de volta, reconectar e reestabelecer a confiança e a satisfação para novas consultas ou tratamentos.

O conteúdo da campanha pode ser a divulgação de novos tratamentos ou tecnologias no seu consultório, conteúdos informativos ou simplesmente demonstrar interesse e disposição em atendê-lo.

Identificar esses pacientes é o processo mais importante e pode ser feito facilmente pelo módulo de marketing do HiDoctor® Cloud. Experimente aplicar estes filtros:

EXCLUIR PACIENTES AGENDADOS "ENTRE 31/07/2023 E 01/08/2024"

2. Novos pacientes do último mês

Os novos pacientes precisam se sentir acolhidos para manter uma relação duradoura com seu consultório. A estratégia de *onboarding* (integração ou acolhimento de clientes) é indicada para introduzir os novos pacientes aos seus serviços e fornecer uma experiência inicial positiva que promova satisfação e retenção a longo prazo.

Essa estratégia inclui mensagens de boas-vindas, materiais educativos, acompanhamento proativo e ofertas e incentivos.

Para identificar os novos pacientes do consultório, utilize o seguinte filtro:

INCLUIR PACIENTES CADASTRADOS "ENTRE 01/07/2024 E 31/07/2024"

3. Pacientes que faltaram no último mês

Pacientes ausentes são responsáveis por uma parcela considerável da perda de receita no consultório. Estima-se que consultórios de grande fluxo de atendimento registrem uma média de 19% de **taxa de ausência**. Além do já mencionado impacto financeiro, o não-comparecimento compromete o tratamento do próprio paciente e resulta em práticas negativas, como atrasos na agenda, encaixes desordenados e redução do tempo disponível para atendimento.

O envio de lembretes de agendamento é a estratégia mais bem sucedida para evitar atrasos e faltas. Há também planos para mitigar a situação, como estabelecer uma política clara de cancelamento.

Para identificar os pacientes ausentes no último mês, utilize a seguinte combinação de filtros:

INCLUIR AGENDAMENTOS COM O STATUS "NÃO COMPARECEU"

INCLUIR PACIENTES AGENDADOS "ENTRE 01/07/2024 E 31/07/2024"

4. Pacientes VIP

Há diversos motivos para estabelecer um paciente como prioritário em seu consultório. Seja o fato de ser um paciente antigo, um cliente *high ticket*, um usuário de um plano de saúde premium ou, ainda, um paciente influenciador, o médico pode optar por **incluir em seu prontuário uma Tag** referente a este status de importância, que pode indicar necessidade de um tratamento especial ou de preferência de atendimento.

Além de ofertar um atendimento personalizado e prioritário, estratégias de marketing proativas são muito utilizadas com esse segmento, feitas através de um marketing direcionado.

Para filtrar os pacientes VIP do seu consultório, primeiro certifique-se de utilizar a Tag referente ao segmento no prontuário do paciente (ex: VIP, premium, prioritário, preferencial, especial), em seguida utilize o seguinte filtro, utilizando a tag escolhida:

INCLUIR PACIENTES COM A TAG "VIP"

5. Pacientes que realizaram determinado procedimento

Os pacientes que passaram por algum procedimento com você podem ser alvos de campanhas específicas, como novos equipamentos ou tecnologias do seu consultório, atualizações, convites para retorno ou, ainda, lembretes e recomendações acerca do procedimento realizado.

Para filtrar os pacientes que realizaram o procedimento, primeiro certifique-se de utilizar o nome do procedimento no tipo de compromisso da Agenda. Também é possível registrar uma Tag no prontuário do paciente referente ao procedimento.

Para identificar esses pacientes, utilize uma das sugestões de filtros a seguir, substituindo pelo procedimento desejado:

INCLUIR AGENDAMENTOS COM O TIPO "BOTOX"

INCLUIR PACIENTES COM A TAG "SCULPTRA"

6. Pacientes com atendimento particular

A maioria dos médicos procura ampliar seus atendimentos particulares por diversos motivos que vão da melhor remuneração ao tempo de dedicação disponível para o paciente. Esses pacientes são, em geral, valorizados e cultivados para o crescimento do consultório.

É desejável manter o engajamento desses pacientes com o consultório por meio de acompanhamentos pós-consulta, programas de reativação e outras ações de fidelização.

Para filtrar os pacientes de atendimento particular do seu consultório, utilize o seguinte filtro:

INCLUIR PACIENTES DO CONVÊNIO "PARTICULAR"

7. Pacientes de outra cidade

Médicos especialistas domiciliados em centros urbanos frequentemente atendem pacientes residentes de cidades próximas. Essa relação pode ser frutífera e durar muitos anos, principalmente nas especialidades em que há importância no acompanhamento.

Pode ser necessária uma campanha para atingir esses pacientes, seja para informar uma mudança de endereço, de horário de atendimento ou fazer um convite para a Teleconsulta. Para filtrar os pacientes domiciliados em outra cidade, utilize o seguinte filtro, substituindo pela sua cidade:

EXCLUIR PACIENTES QUE SÃO DA CIDADE "SÃO PAULO" OU " "

*A opção vazia exclui os pacientes cujo campo cidade não foi preenchido.

8. Pacientes de interesse para programas de prevenção ou rastreamento

Os filtros de pacientes podem ter usos para além do marketing, como a geração de uma campanha especial de conscientização para alguma condição, prevenção de problemas clínicos comuns ou mesmo ajudar a criar uma base para rastreamento, selecionando pacientes que atendem a certos critérios clínicos ou que apresentam fatores de risco.

Essas campanhas podem ser geradas através de filtros complexos, que podem considerar idade, sexo e etiquetas clinicamente relevantes:

INCLUIR PACIENTES COM IDADE "ENTRE 50 E 65 ANOS"

INCLUIR PACIENTES DO SEXO "MASCULINO"

INCLUIR PACIENTES COM A TAG "DIABETES TIPO 2"



Aproveite o módulo de marketing do HiDoctor® para cultivar e ampliar vínculos com mensagens memoráveis para suas ações de relacionamento. Utilizando os filtros disponíveis para segmentar o público-alvo, é possível criar as mais diversas campanhas voltadas a engajar, educar e/ou informar seus pacientes.

Veja aqui outras 14 ideias de ações de marketing para implementar em sua clínica!

O HiDoctor® é o único sistema multiplataforma para consultórios 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.

MARKETING MÉDICO HIDOCTOR®

Fidelize seus pacientes com mensagens automáticas

VEJA COMO

0800 979 0400

Centralx®

Artigo original disponível em:

"8 relatórios que você pode gerar com o Módulo de Marketing do HiDoctor®" - HiDoctor® News

Centralx®