

Telemedicina: aumente sua captação de pacientes

Uma das grandes vantagens da [telemedicina](#) é a possibilidade de se aumentar, de forma escalável, o alcance de um consultório médico.

Nesse sentido, **pacientes de todo o país** podem ter acesso remoto a determinado profissional da saúde, independente se sua localização geográfica.

Para obter êxito, é importante traçar estratégias de captação e gestão verdadeiramente eficazes. Confira algumas **dicas de planejamento e captação** para que o seu consultório virtual tenha maior alcance e rentabilidade!

Conheça a tendência do seu mercado

Para obter sucesso, é preciso, antes de tudo, conhecer a tendência de seu mercado. É preciso saber o caminho que seu paciente percorre até chegar ao seu consultório. Além disso, conhecer as ferramentas disponíveis para aumentar a visibilidade dele.

Ademais, a fidelização de seus pacientes também assume grande importância nesse sentido. Ela implica no aumento das chances de retorno e de indicação de seus serviços. Sem tais indicações, o crescimento orgânico de seu consultório, e conseqüentemente de seu orçamento, estarão comprometidos.

Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças

Antes de estabelecer as estratégias de captação que melhor se adequarão ao seu consultório, é preciso realizar uma análise minuciosa acerca do ambiente interno e externo de seu negócio.

Mapeie as informações necessárias para o planejamento de seu futuro. Para isso, recomenda-se a utilização de ferramentas como a **matriz SWOT**.

O que é SWOT?

SWOT representa um acrônimo para Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) and Threats (ameaças). A partir desse tipo de mapeamento, você passa a ter informações que o auxiliem a investir em seus pontos fortes, reparar suas fraquezas, se prevenir de suas

ameaças e se beneficiar com suas oportunidades.

A utilização da [Telemedicina](#) pode ser considerada como uma oportunidade, quando realizamos a análise SWOT do negócio médico como um todo. Entretanto, pode-se ainda, elaborar uma matriz especificamente para o **consultório virtual** em si. Nesta, poderíamos citar por exemplo:

- **Forças:** serviço médico de qualidade com acesso remoto, praticidade e agilidade na realização das consultas devido automação de processos da telemedicina;
- **Fraquezas:** tecnologia recém lançada com valor acessível pouco conhecida, resistência de alguns pacientes mais conservadores ao uso da telemedicina; limitações do exame físico;
- **Oportunidades:** grande alcance de mercado, flexibilidade de horários;
- **Ameaças:** concorrentes, pouco conhecimento de marketing.

Captação de pacientes

Um ponto fundamental a ser analisado quando se pretende alavancar a captação de pacientes de um consultório é a jornada que o indivíduo percorre até se tornar um cliente de fato.

Dessa maneira, torna-se necessário identificar **todos os estágios** que o paciente percorre. Desde o momento em que detecta um sintoma até o momento de pós-consulta, em que ele fará a avaliação do Teletendimento.

Pirâmide de Chet Holmes

Neste momento, vale levar em consideração a análise da pirâmide de momento de compra do cliente, também conhecida como “**Pirâmide de Chet Holmes**”.

Trata-se de um conceito baseado em uma analogia que indica os momentos que o seu potencial cliente pode ter. De acordo com as estatísticas apresentadas nesta pirâmide, estima-se que apenas 3% da população alvo de determinado serviço desejam realmente efetuar sua contratação naquele determinado momento.

Ou seja, apenas esta ínfima parcela se encontra consciente de que possui uma dor ou problema e se encontra buscando um serviço ou profissional que apresentem a resolução para tal.

Trazendo esta análise para o contexto do consultório virtual, grande parte da população pode possuir determinadas comorbidades ou doença. Entretanto, nem todos que a possuem se encontram no **momento ideal** para avaliação de uma solução para esta.

Assim como muitos pacientes já podem estar interessados em realizar uma teleconsulta. Entretanto, ainda possuem dúvidas ou receios acerca da segurança e efetividade da telemedicina.

Eduque seu público-alvo

Dessa maneira, torna-se fundamental investir em conteúdos que possam educar seu público alvo. Dessa forma, eles se tornam apto a realizar a detecção de seus problemas e se conscientizam da importância que a solução que seu consultório virtual pode oferecer.

Portanto, você deve buscar entender essa população e direcionar sua comunicação para ela. Leve em consideração sua faixa etária, nível de conhecimento, entre outros fatores que devem ser levantados para uma escolha genuinamente efetiva dos canais de comunicação, do tom de fala e do nível de aprofundamento técnico do conteúdo.

Para isso, realize o mapeamento do perfil e comportamento de seus pacientes. Entenda que muitos destes, quando possuem alguma queixa, buscam por seus sintomas na internet, antes mesmo de procurar um médico. Portanto, ferramentas como a produção de conteúdos correlatos às principais queixas mapeadas em seu consultório são ótimas para aumentar a atração do paciente.

Amplie seu mercado

Muitos médicos podem também ampliar sua captação utilizando estratégias que explorem sua rede de contatos na medicina.

Um ponto interessante é realizar o mapeamento das especialidades médicas correlacionadas às principais queixas apresentadas em seu consultório. A partir daí, buscar profissionais destas especialidades dispostos a estabelecer parcerias e a aumentar sua taxa de indicações.

Tais parcerias podem se materializar no formato de produção de conteúdo em conjunto, por exemplo, a realização de lives nas redes sociais ou ainda produção de artigos para blogs.

Escolha a plataforma ideal para a sua captação de pacientes

Muitas plataformas de Telemedicina também disponibilizam ferramentas de captação de pacientes para seus clientes, a [Conexa Saúde](#) é uma delas.

Nossas ações incluem, por exemplo, a criação de páginas de cadastro de pacientes para o consultório virtual de cada médico e também a produção de mídias digitais personalizadas, voltadas à divulgação do consultório virtual para o médico utilizar em suas redes de sociais.

[Crie seu CONSULTÓRIO VIRTUAL agora mesmo!](#)

[Confira os 7 passos para começar o seu consultório virtual agora mesmo!](#)

[Atenda a qualquer hora, de qualquer lugar, até mesmo sem sair de casa!](#)