



DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Saiba porque tudo o que você aprendeu sobre marketing para dentistas está errado!

SUMÁRIO

Tudo que você sabe sobre marketing está errado.....	3
O que é marketing e para que serve.....	5
Marketing x Propaganda.....	8
Por que suas iniciativas de marketing falham?.....	10
Quanto investir em marketing?.....	12
Franquia de odontologia tem um sistema de marketing infalível?.....	14
Marketing do #eutambém.....	16
Estratégias de marketing – Ou você é melhor ou é diferente.....	18
Tem algo a mais?.....	20

Tudo que você sabe sobre marketing está errado



Marketing parece ser um daqueles assuntos que todo mundo entende. Você vê uma propaganda de um lançamento de um novo modelo de automóvel na televisão e logo pensa: “nossa que campanha de marketing bem-feita”.

Acontece que marketing é uma das ciências mais mal-entendidas que existem.

Se você transportar esse campo de conhecimento para a área de odontologia então, vai ficar surpreso com a quantidade de interpretações que existem.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Não é raro encontrar profissionais de odontologia dizendo coisas como:

- ✓ “Preciso investir em marketing. Vou criar um site para o meu consultório.”
- ✓ “Eu preciso aumentar a captação de pacientes. Acho que preciso contratar uma agência de marketing.”
- ✓ “Todo mundo está na internet, então preciso começar a investir em marketing digital para aumentar a visibilidade da minha clínica.”
- ✓ “Meu colega está ganhando bastante dinheiro depois que começou fazer marketing no Instagram.”

Todas afirmações acima tem um ponto em comum: **estão todas erradas sobre o que é marketing.**

Mas esses profissionais não têm culpa. Afinal, a universidade não ensina os cirurgiões-dentistas o que é marketing e qual sua função dentro da rotina de clínicas e consultórios. Além disso, as ditas “**empresas de marketing para dentista**” mais confundem do que esclarecem os conceitos de marketing gerando ainda mais confusão na cabeça dos profissionais de odontologia.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Foi pensando em você cirurgião-dentista e baseado na nossa experiência fornecendo assessoria de marketing para consultórios e clínicas odontológicas nos últimos 20 anos que nos resolvemos criar esse e-book.

Ele não pretende ser um tratado acadêmico sobre marketing. O nosso objetivo é esclarecer em uma linguagem simples e direta o que realmente é marketing, como o marketing se aplica a odontologia e de que forma ele pode beneficiar sua clínica ou consultório.

Embarque conosco nessa viagem e se tiver qualquer dúvida adicional entre em contato conosco diretamente no nosso e-mail de atendimento: atendimento@seniormarketing.com.br

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

O que é marketing e para que serve



“Marketing é uma ciência que procura entender e atender as necessidades de um mercado gerando lucro para as empresas” – Philip Kotlher

O grande mestre mundial do marketing Philip Kotlher deixa bem claro o que é marketing. Na sua declaração fica implícito também o que marketing não é:

- ✓ Marketing não é publicidade.
- ✓ Marketing não é propaganda.
- ✓ Marketing não é ferramenta (Google, Facebook, rádio, jornal, etc.).
- ✓ Marketing não é canal (online ou offline).

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

- ✓ Marketing não é fazer street (buscar pacientes no “laço”).
- ✓ Marketing não é fazer sorteios.
- ✓ Marketing não é fazer um site.
- ✓ Marketing não treinar sua secretária (Isso é gestão organizacional).
- ✓ Marketing não é comprar um scanner oral (Isso é investir em tecnologia).
- ✓ Marketing não é dar entrevista em jornal, televisão, revista, etc.
- ✓ Marketing não é criar uma logomarca, nome ou mascote (Isso é branding);
- ✓ Marketing não é negociação (Isso é parte de vendas).

Nós temos uma definição muito clara do que é marketing na odontologia:

Marketing na odontologia é entender, atender, satisfazer e superar as expectativas de um grupo específico e delimitado de pacientes gerando lucro para os proprietários da clínica ou consultório odontológico.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Bem, através dessa definição você pode desprender as duas principais funções do marketing na odontologia:

- Atender e superar expectativas de um grupo específico de pacientes;
- Gerar lucro para os proprietários da clínica ou consultório.

Portanto, você só está fazendo marketing odontológico de verdade se tem as duas condições prévias atendidas: pacientes encantados com o seu serviço e você como proprietário da clínica tendo lucro.

O caminho para lograr esses dois objetivos passa por uma estratégia de marketing.

A estratégia é que vai definir os seguintes pontos:

Quem é o seu paciente alvo?

Ou seja, quem você tem mais possibilidades de satisfazer e encantar com o seu serviço gerando lucro?

Onde este paciente está?

Sabendo quem é seu paciente alvo fica mais fácil determinar onde ele mora, qual sua faixa etária, seu padrão de vida, o que ele consome, o que ele gosta e o que não gosta.

Qual sua oferta?

Entendendo o paciente e suas motivações fica mais fácil montar uma oferta de serviço que atraia esse paciente para o seu serviço.

A oferta é tudo aquilo que você oferece para o seu cliente alvo, envolvendo desde o ponto comercial onde sua clínica está estabelecida, o tipo de serviço a ser oferecido, o preço, as condições de pagamento, a forma como o consultório é decorado, as pessoas que vão trabalhar com você, as condições de pagamento e principalmente a forma de comunicar com o seu público alvo.

Marketing x Propaganda



A propaganda é um conjunto de ações que tornam pública e conhecida a sua clínica ou consultório.

De novo, essa não é uma definição acadêmica. Esse não é um e-book para publicitários e se você é um concorrente, pode abondar a leitura agora. Nosso foco são vocês dentistas.

Queremos deixar bem claro que quando você recebe uma proposta de uma “agência de marketing para dentistas” que tem mais o menos a seguinte estrutura:

- ✓ Desenvolvimento de um site

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

- ✓ Gestão de redes sociais
- ✓ Facebook, Instagram
- ✓ Inbound Marketing ou Marketing de Conteúdos
- ✓ Publicação de posts em um blog
- ✓ Diulgação paga no Google Adwords
- ✓ Etc, etc, etc.

Você está recebendo uma proposta de propaganda! É isso. Qual o problema aqui?

Se o seu problema é relacionado a falta de visibilidade apenas, provavelmente essa proposta poderá te ajudar alguma forma, mas ainda assim ela é incompleta.

Se o seu problema está em outros aspectos do seu composto de marketing (marketing mix): serviço, preço, ponto, concorrência, etc. Essa proposta não vai servir para nada. Aliás, vai servir para uma coisa: gastar seu dinheiro mais rápido.

Que fique claro, a propaganda é apenas um dos aspectos do marketing. Aliás, o mais visível e a ponta do iceberg. Você nunca deveria começar a resolver os problemas da sua clínica com uma proposta como essa. Nunca.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Propaganda é uma das ferramentas da promoção. Existem outras: vendas pessoais, relações públicas, etc. Citar aqui os aspectos éticos da propaganda na odontologia é chover no molhado e falar mais do mesmo. Algo que você encontra aos borbotões na internet.

Nosso objetivo não é esse. O objetivo aqui é traçar uma linha clara de divisão entre o que é marketing e o que é propaganda. Mas vai além disso. É preciso que você entenda também que existe uma prioridade de uma coisa sobre a outra.

Marketing é contextual. Marketing é gestão. Propaganda é ferramenta para usar em um contexto que o marketing já identificou a problemática e entende que a propaganda atuará de forma positiva na solução.

Quando você começa com a propaganda sem executar um diagnóstico e definir uma estratégia de marketing está apenas gastando dinheiro com propaganda. Pode dar certo (geralmente não dá) e pode não dar certo.

Porque suas iniciativas de marketing falham?



Você contratou uma agência de marketing, investiu durante alguns meses e desistiu. Esse é você? Esse cenário se repete frequentemente e a causa mais comum é que 95% dos dentistas que investem em marketing não tem resultados satisfatórios.

Por que? Porque via de regra cometem os seguintes erros:

Contratam ferramenteiros

São empresas focadas não em marketing, mas em ferramentas: Facebook, Instagram, Sites, etc.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Eles não sabem marketing. Eles sabem otimizar o Google para mostrar um anúncio. Como você deve imaginar o anúncio certo mostrado mais vezes para as pessoas erradas vai gerar zero de resultados.

Fazem cursos com outros dentistas

É normal no mercado de odontologia a figura do “**dentista guru**”. Algum profissional que “supostamente” faz muito sucesso no seu consultório e de repente se torna um “professor” dos colegas.

Eles passam a oferecer treinamentos online para seus pares, não sem antes demonstrar via depoimentos de “colegas que fizeram o curso e tiveram muito sucesso” sobre como fazer “marketing para bombar seu consultório”.

Via de regra as propostas desses “gurus” são genéricas, associadas a ferramentas (Google, Facebook, Instagram, etc.) e sem considerar a realidade pessoal de cada profissional e o momento de vida de cada consultório / clínica que é único.

O resultado geralmente é frustração.

Querem resultados impossíveis

É comum ouvirmos de dentistas que recebem uma proposta de investimento de R\$ 3.000,00 / mês de desejarem um retorno de investimento de R\$ 30.000,00 / mês no mínimo!!!

Isso simplesmente não existe! Chega a ser ridículo. Qual a aplicação financeira que garante tal nível de rentabilidade? Não existe!

Às vezes, por ouvir falar, que um colega fechou um plano de tratamento de R\$ 20.000,00, R\$ 30.000,00 ou mais uma vez ele acredita que isso é regra. Não é. Uma coisa é você ter uma venda ou outra de serviço que pode gerar uma conversão esporádica de valor alto. Outra coisa é ter um processo sistemático preditivo de geração de receita de tal monta.

Novamente o resultado é frustração.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

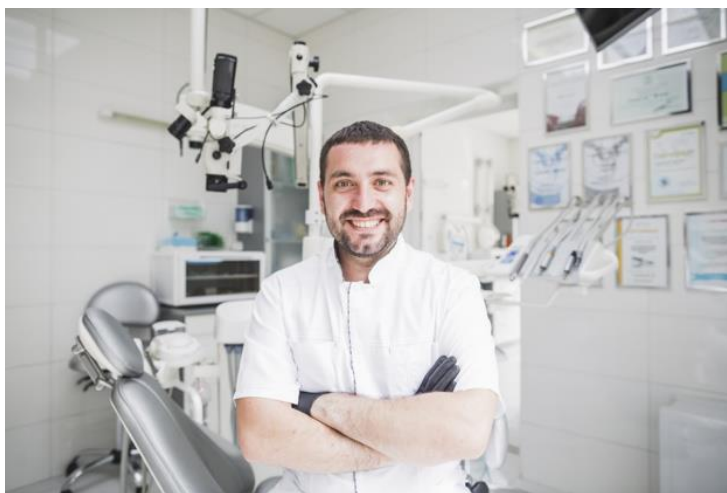
Enfim, para que suas iniciativas de marketing funcionem e de resultados é preciso que você leve em conta os seguintes aspectos:

1. Marketing é antes de tudo entender quem é o seu paciente alvo, onde ele se encontra e criar uma oferta de valor que interesse a ele.
2. Investir o **suficiente** e por tempo o **bastante** para que os resultados venham na **proporção** do seu **investimento**. Ou seja, ter **expectativas realistas**.

Mas afinal, **quanto eu devo investir em marketing no meu consultório ou clínica odontológica?**

É disso que vamos tratar a seguir?

Quanto investir em marketing?



Esse é um questionamento muito comum de proprietários de consultórios e clínicas odontológicas. E via de regra eles obtêm respostas evasivas e que geram mais dúvidas. Aqui nós não ficamos em cima do muro.

Vamos do final para trás. Qual o valor que você espera faturar bruto por mês no seu consultório? Na sua clínica? R\$ 30.000,00? R\$ 50.000,00? R\$ 100.000,00?

Invista 10% disto em marketing. 10%? Assim, direto? Sim. Direto. Mas isso não é muito genérico? Com certeza é, e provavelmente se aplica a 70% dos casos.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

E para aqueles outros 30% dos casos? Quem são eles? Quanto devem investir?

Os outros 30% encontram-se em algum ponto a seguir:

- ✓ Estão abrindo uma nova clínica ou consultório.
- ✓ Sentirão uma queda brusca do faturamento nos últimos 6 meses.
- ✓ Já estão estabelecidos, tem uma carteira de clientes sólida e a maior parte da sua receita vem de vendas recorrentes para os mesmos pacientes.
- ✓ Estão fazendo um trabalho de reposicionamento da sua marca.
- ✓ Estão lançando um novo serviço.
- ✓ Etc.

Para todos os casos acima o investimento de marketing pode variar para mais de 10% ao mês ou menos de 10% ao mês.

Se sua clínica é nova, vai precisar investir mais em planejamento, em compra de espaço publicitário, em acompanhamento, em gestão. Mais custos de marketing.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Se está querendo mudar a sua imagem (reposicionamento) no seu mercado vai precisar, por um período (6 meses, ano, etc.) investir mais em marketing, em branding, em fortalecimento de imagem.

A regra dos 10% não está escrita em lugar nenhum, mas empresas de todos os segmentos inclusive de saúde, tem em todos os mercados maduros sido aplicada como uma medida inicial que precisa ser acompanhada e calibrada mês a mês de acordo com os resultados que você vai obtendo com os seus investimentos.

Lembre-se, o retorno de qualquer investimento, e marketing bem feito é um investimento, é sempre proporcional ao capital investido.

Não acredite nessas promessas de que você investe R\$ 500,00 em uma ferramenta (Google, Facebook, Instagram, etc.) e tem um retorno de 10 X, 20 X.

Isso não é repetível, gerenciável e metodologicamente garantido. Além disso, marketing como você já viu não se resume a aplicação de propaganda em ferramentas específicas.

Franquia de odontologia tem um sistema de marketing infalível?



Quando você visita o **CIOSP** ou uma dessas grandes feiras de franquias vai sempre encontrar um stand de uma rede de franquias de odontologia.

Não nos leve a mal franquias são um ótimo sistema de negócios. Eles replicam modelos padronizados, testados de negócios que geralmente funcionaram.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Franquias trazem muitos benefícios para os franqueados, como são chamadas as pessoas que compram e operam uma franquia, entre eles:

- ✓ Uma marca pronta (nome, logomarca, slogan, site, redes sociais, etc).
- ✓ Um modelo de negócios pronto (operacional, administrativo, compras, vendas, etc.)
- ✓ Um investimento forte em propaganda geralmente a nível nacional já que o investimento é compartilhado pelos franqueados.
- ✓ O poder de negociação com fornecedores é amplificado pois as compras de materiais são realizadas em grupo gerando ganhos de escala etc.
- ✓ O suporte de uma central para esclarecimento de dúvidas na operação do negócio.

Tudo isso é verdade. Mas existe um detalhe que é exageradamente vendido como um verdadeiro Santo Graal pelas redes de franquia e que é fake: eles têm um método exclusivo e infalível de captação de pacientes.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Como esse é calcanhar de Aquiles dos dentistas (vender seus serviços) as redes de franquia prometem números mirabolantes de captação e atração de pacientes com “fantásticas fórmulas de captação de pacientes”, que obviamente eles nunca podem abrir para você no momento da negociação, afinal “esse é ouro deles”.

Depois de 20 anos nesse mercado, podemos afirmar categoricamente que a franquia tem muitas vantagens, mas se tem algo que eles não têm é um sistema “exclusivo e infalível de captação de pacientes”.

O que nos já vimos nesses 20 anos em clínicas franqueadas de grandes grupos de franquias de odontologia que eles chamam de marketing e nos chamamos de aliciamento de pacientes, prática abominada pelo Conselho Federal de Odontologia e amplamente praticada nessas redes:

- ✓ Palhaços na porta e dentro das clínicas fazendo distribuição de brindes;
- ✓ Aferição de pressão na porta da clínica e convite de pacientes para exames gratuitos;

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

- ✓ Divulgação de preços na fachada da clínica;
- ✓ Equipe treinada para fazer street – Meninas com pranchetas na rua abordando (aliciando) pacientes em troca de brindes e “promoções”;
- ✓ Sorteios de tratamentos pelas redes sociais;
- ✓ Etc, etc.

Então, se você busca uma franquia para suprir a sua deficiência de marketing, não espere encontrar com eles uma “fórmula perfeita e infalível de captação de pacientes”.

Além de não existir, é bom que fique claro: Isso não é marketing odontológico de jeito nenhum.

Marketing do #eutambém



Marque as opções abaixo que se aplicam a você:

- Tenho um site
- Tenho uma fan page no Facebook
- Tenho uma fan page no Instagram
- Tenho um canal no Youtube
- Publico fotos das minhas viagens e vida pessoal no Instagram e Face
- Dou dicas de saúde bucal e da minha especialidade nas minhas contas nas redes sociais
- Não faço investimento em mídias offline (rádio, jornal, etc.), afinal “não funciona”.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

() Não faço medição do número de pacientes e valor dos tratamentos que converti no último mês vindo de cada rede social que participo.

Se você marcou 3 ou mais das sentenças acima, parabéns, você acaba de ingressar no grupo do marketing do #eutambém.

Trata-se de um grande, disforme e sem valor grupo de profissionais de saúde que não agrega exatamente nada para o seu consultório / clínica porque fornece para o seu público potencial mais do mesmo:

Mais informação gratuita sobre dicas de saúde bucal, prevenção, tipos de aparelhos dentários, para que serve os implantes dentários, etc., etc., etc. Tudo que se acha em enorme quantidade na internet.

Você faz parte agora do grupo do marketing do #eutambém porque assim como outros milhares de colegas está dando as mesmas informações usando os mesmos canais (Facebook, Instagram, Google, etc.) para **um monte de gente que até tem interesse pelo seu serviço, mas não pode e não vai pagar por ele.** Ou seja, seu marketing é inútil.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Ficou com raiva? Deveria mesmo. Mas não de nós. Somos apenas o mensageiro sincero de uma verdade incontestável:

“Tudo que é encontrado em abundância (informação, recurso, serviço, produto, etc.) tem baixo valor de mercado e por isso é comprado por preço baixo”.

Se você caiu no engodo de uma agência de marketing para dentista ou assistiu aquela “Master Class” da(o) colega dentista que “entende tudo de marketing” e agora está fazendo o que exatamente outros 10.000 colegas estão fazendo, o marketing do #eutambém, prepara-se, pois você tornou-se igualzinho aos demais.

Quanto antes você perceber que é errado, limitado e tendencioso ao fracasso a estratégia do marketing do #eutambém melhor para você.

Somente a diferenciação e a busca por a individualização da mensagem e a escolha do canal adequado a cada tipo de cliente é que vão tira-lo desse ciclo da mediocridade do marketing do #eutambém.

Estratégias de marketing – Ou você é melhor ou é diferente



Existem milhares de dentistas aí fora. Vá a Brasília, a Belo Horizonte, a São Paulo, ao Rio de Janeiro ou a uma pequena cidade no interior do Pará. Tem um dentista lá. Não, provavelmente terão 3, 4, 10...

Quando existem dentistas demais, oferecendo o mesmo tipo de serviço, como é que você faz para ganhar pacientes?

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Só existem duas maneiras:

- ✓ Ou você é o melhor
- ✓ Ou você é diferente

De qualquer forma, seu marketing tem que ser muito bom, certo? E como se faz um marketing melhor?

Em primeiro lugar, entenda que as pessoas estão procurando soluções de problemas e não dentistas. Odontologia é uma demanda negativa. Pergunte a empregada doméstica que trabalha na sua casa se ela já levantou com “vontade de ir ao dentista?” Chocante não?

As pessoas querem um sorriso mais bonito, querem um emprego melhor, querem poder comer aquele churrasco sem que a “dentadura” caia. Elas querem tudo isso e é isso você tem que dar a elas. Se para resolver esses “problemas ou dores” você entrega o serviço de ortodontia, facetas de porcelana ou implantes, tudo bem!

Mas se você quer resultados diferentes do que tem agora (você quer certo?) tem que falar diferente, agir diferente, ser diferente da maioria do seu segmento.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Se todos usam Instagram para publicar Stories da sua malhação matinal na academia, ligue você mesmo para os 20 melhores pacientes (aqueles que te pagaram mais pelo seu serviço no último ano) falando que ele precisa voltar na clínica porque ele é um paciente especial e que você deseja que ele continue tendo a melhor saúde bucal possível.

Eu sei que de cada 1000 profissionais que lerem o parágrafo anterior 999 vão torcer o nariz e por diversos motivos não vão fazer. Isso abre espaço para que você que vai executar esteja dentro do 1% dos diferentes que tem resultados superiores.

É assim, se você quer resultados iguais a todo mundo faça como tudo mundo:

- ✓ Crie um site ou blog.
- ✓ Abra um canal no Youtube.
- ✓ Comece a publicar conteúdo para gerar “autoridade”.
- ✓ Mostre um bocado da sua glamorosa vida pessoal no Instagram.
- ✓ Gaste bastante dinheiro impulsionando o seu site no Google.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

E quem sabe, como muita sorte dá certo...

No novo mundo que se descortina onde 12.000 dentistas formam a cada ano, ou você é o melhor ou é diferente. Você escolhe.



Tem algo a mais?



Legal, se você chegou até aqui parabéns! Significa que você está procurando melhorar os resultados do seu consultório, da sua clínica.

Significa também que provavelmente você já leu, já viu e até já comprou cursos, livros e vídeos que te ensinam um caminho que provavelmente não está dando certo.

Nós da Senior Marketing temos 20 anos de experiência no mercado de odontologia.

DECODIFICANDO O MARKETING ODONTOLÓGICO

Mas não se preocupe, não vamos gastar uma página aqui desse breve e-book tentando te mostrar que podemos te ajudar. Tome suas conclusões e se acreditar que precisa de ajuda para dar o próximo salto de desenvolvimento do seu negócio de odontologia entre em contato em um dos canais abaixo:

Atendimento Geral

Atendimento@seniormarketing.com.br

São Paulo

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 550, 4º andar, conjunto 42 - Brooklin - São Paulo – SP
Telefone: +55 (11) 3254-7451

New York

600 Third Avenue - 2nd floor - Manhattan - New York
10016
Telefone: +1 (347) 535 0666

Lisboa

Av. da Liberdade, 110 - 1269-046 - Lisboa | Portugal
Telefone: +351 3088 037 16