

Antes mesmo de adentrarmos no assunto que permeia a responsabilidade da ética no marketing médico é fundamental explorar um assunto que há tempos vem sendo deturpada e colocada de modo pejorativo por alguns profissionais e a sociedade no geral: o Marketing. Não estamos apenas falando de propaganda ou de telemarketing. E o profissional de marketing tampouco se chama marketeiro. Inclusive, no site da Associação Brasileira de Marketing e Negócios é possível acessar o código de ética do profissional de Marketing sancionado no dia 08 de maio de 1999, data esta em que, também se comemora o dia do profissional de Marketing.

Lá atrás, na época da Guerra Fria, a propaganda político-partidária dos soviéticos demonizou o Marketing como epítome do Mal, encarnado no Capitalismo, símbolo da ganância mercantilista e desenfreada busca por lucro.

Infelizmente atitudes antiéticas de alguns prejudicam a imagem de outros. É claro que em toda área há os verdadeiros e os falsos, os bons e os ruins, mas é errado acreditar que as ações de Marketing visam apenas atividade mercantil e apelo ao consumo imoderado.

O marketing, conforme Kotler, é a arte de bem fazer trocas, beneficiando todos os elementos que interagem na troca. Eu complemento dizendo que também é a busca por uma relação ganha-ganha.

Em 1954, pelas mãos de Peter Drucker ao lançar o seu livro "A prática da Administração", o marketing é colocado como uma força poderosa a ser considerada pelos administradores. Em 1960 Theodore Levitt, intitulado mais tarde como "pai do Marketing", publicou um artigo que transformou para sempre o mundo dos negócios. Desde então, o Marketing vem se moldando às necessidades dos clientes, quebrando até paradigmas de tradicionais regras que aprendemos, mudando em alguns casos a sua estratégia de Marketing de Transição para Marketing de Relacionamento.

É neste ponto que quero falar da ética no Marketing Médico, já que alguns profissionais da Saúde podem dizer: - Mas o Código não permite propagandas! Sim, o Código de Ética de Medicina (CODAME) não permite propagandas em Rádio e TV para a massa com discurso publicitário voltado à auto promoção e temas sensacionalistas, mas permite o profissional da saúde discursar de forma esclarecedora e educadora, revelando conhecimentos necessários para a população, naquilo que é importante e a favor da saúde pública.

Uma clínica, um hospital, um laboratório, o próprio consultório nada mais são que empresas, negócios. E como todo negócio é preciso ter caixa, funcionários pagar as contas e, principalmente, ter um planejamento de Marketing para nortear o caminho do sucesso.

O planejamento estratégico irá propor objetivos e metas em busca do retorno sobre o investimento e ainda definirá a sua imagem e consolidação ao longo do tempo.

Não é antiético usar algumas ferramentas do Marketing para expor sua imagem diferenciando-os dos seus concorrentes. Como já dito, você médico tem um negócio e como todo negócio tem concorrentes. Se destacam aqueles que prestam serviços com excelência e prezam pela satisfação total dos seus pacientes.

Você não pode e nem deve “comercializar a saúde”, mas você pode tornar a estrutura física do seu negócio em um ambiente acolhedor e confortável. Pode desenvolver uma logomarca e a sua identidade visual, tornar o seu site uma ferramenta de comunicação eficaz. Você pode e deve investir em sua equipe e nos seus pacientes.

Desenvolva o Endomarketing. Todos da equipe: recepcionistas, o administrativo, a auxiliar de limpeza e os próprios médicos deverão ser eficientes na comunicação corporativa, ter a mesma visão e a mesma crença e estarem alinhados a favor dos pacientes, pois só assim, incorporada no DNA da equipe, é que a comunicação funcionará.

Faça pesquisas, ouça a sua equipe e os seus pacientes e realize ações de relacionamento. Receba feed back e dê feed back. Dê palestras educativas em prol e benefício da sociedade, publique artigos. Dê entrevistas. Torne-se uma referência.

Por Marcia Pacini

Consultora e Parceira da ABCD Marketing

marcia@abcdmkt.com.br

BLOG Marketing na Saúde: www.paciniconsultoria.wordpress.com