

No consultório, marketing médico para atrair 'pacientes-clientes'

Vista com ressalvas pelo CFM, prática inclui distribuição de banners e até dicas para falar em público e com a mídia

Adriano Dias Lopes

Um meta de R\$ 500 por mês, o médico pode dar um impulso à carreira. Basta ele trabalhar em um consultório. No caso de uma clínica, o estado do mercado pode ser o fator. Os preços são mais altos em áreas cobertas por empresas especializadas em marketing médico, que nunca se limitaram a tratar apenas os pacientes.

Essas empresas muitas vezes oferecem um pacote de serviços, incluindo a distribuição de materiais de marketing, como cartões, e até dicas para falar em público e com a mídia. O preço pode variar de R\$ 200 a R\$ 500 por mês, dependendo do tamanho da clínica e do tipo de serviços oferecidos.

Não há estatísticas de crescimento das empresas de marketing médico para avaliar se vale a pena. Mas é evidente que há um mercado para esse tipo de serviço. O marketing médico é uma área em crescimento, especialmente em áreas cobertas por empresas especializadas em marketing médico. O preço pode variar de R\$ 200 a R\$ 500 por mês, dependendo do tamanho da clínica e do tipo de serviços oferecidos.



PHOTO: ANDRÉ CARVALHO

Laureado em Ciências Médicas, Adriano Dias Lopes é médico de família e atua em um consultório particular em São Paulo. Ele também é professor de medicina e marketing na Faculdade de Medicina da USP.

"Atualmente vejo um grande crescimento em termos de pacientes e em termos de marketing médico. Isso é uma tendência que não vai mudar", afirma Adriano Dias Lopes, professor de medicina e marketing na Faculdade de Medicina da USP.

Para o Conselho Federal de Medicina (CFM), a prática de marketing médico pode ser considerada uma atividade lícita, desde que não haja discriminação entre os pacientes. O CFM também recomenda que os médicos não divulguem informações sobre seus serviços em locais públicos, como em ônibus ou metrô.

"O segredo é vender o que você oferece e não apenas o preço", diz Adriano Dias Lopes. Ele também recomenda que os médicos não divulguem informações sobre seus serviços em locais públicos, como em ônibus ou metrô.

Entre as dicas mais comuns, Adriano Dias Lopes recomenda que os médicos não divulguem informações sobre seus serviços em locais públicos, como em ônibus ou metrô.