



ESTRATÉGIAS DE MARKETING E PUBLICIDADE EM CANAIS DE COMUNICAÇÃO E MÍDIAS SÓCIAS

Laisiane Cabral
Thiago Igor
Eliane Alves de Melo
Jurandy de Andrade Freire
Christiane Patricia Ferraz Rabelo

INTRODUÇÃO

Para atender as necessidades específicas do mercado, o marketing hospitalar deve fazer uso de uma estrutura diferenciada que abranja as demandas de um sistema complexo e com características específicas de cada região.

Segundo Favaro (2017), citado por HARKER; EGAN, (2006); SHETH; PARVATIYAR, (1995). “Ao longo do tempo diversos aspectos nortearam a relação entre as empresas e seus clientes, sendo que o marketing de relacionamento se apresenta ao mesmo tempo como uma evolução e um retorno às origens das práticas e dos fundamentos teóricos do próprio marketing”.

DESENVOLVIMENTO

As estratégias de marketing digital e publicidade são muito importantes para área da saúde, porque os usuários atuais procuram estar mais próximos do serviço que utilizam. Fazem uso das redes sociais e de comunicação para informa-se sobre saúde. Recorrem a conteúdos confiáveis e relevante, como: sites, postes em blog, tutoriais, e-mail, Instagram, Facebook, WhatsApp, jornais, televisão entre outros. Por isso, esses canais são uma excelente maneira de ampliar a comunicação e com isso humanizar a instituição e trazer uma clareza, assertiva e compreensiva para o paciente.

Segundo Favaro (2017), citado por HARKER; EGAN, (2006); SHETH; PARVATIYAR, (1995). “As mídiassociais são um fenômeno recente e que pode ser abordado a partir de diferentes perspectivas: a sociológica, ao fazer a ligação e a interação entre pessoas de todo o mundo; a econômica, na medida em que traz um valor significativo para as empresas, embora, muitas vezes, os usuários não paguem pelo uso de serviços; e a do marketing, em que compradores e vendedores interagem uns com os outros de maneira complexa”.

A partir de então, é possível criar uma identidade visual e uma campanha de marketing para chamar a atenção das pessoas. O design da marca e a comunicação visual devem ser diferenciados para que a marca seja lembrada. A internet é um grande canal de comunicação e, portanto, a presença online é fundamental para alcançar as pessoas.



.CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais têm sido utilizadas como um canal de diálogo entre médicos e pacientes, o que acaba aumentando a credibilidade do hospital e de seus profissionais. Isso ocorre porque, através das redes sociais, é possível mostrar para o público o que acontece dentro do hospital, as rotinas, os profissionais, os tratamentos, a estrutura etc. Além disso, também é possível mostrar como a equipe trabalha, como os pacientes são tratados e atendidos, o que acaba aumentando a credibilidade do hospital e de seus profissionais.

Considera-se que não é mais recomendável que as organizações, principalmente as de maior porte, fiquem de fora das mídias sociais. A utilização de estratégias de marketing nas mídias sociais é cada vez mais crescente e eficaz. O número de clientes que se relacionam com a instituição e, conseqüentemente, podem ter acesso às informações sobre os serviços, têm aumentado de forma significativa, com uma gestão hospitalar trabalhando junto com o marketing.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

https://www.researchgate.net/profile/Ramon-Leite/publication/324375656_O_PAPEL_DAS_MIDIAS_SOCIAIS_NO_RELACIONAMENTO_ENTRE_HOSPITAIS_E_SEUS_DIFERENTES_PUBLICOS_UM_ESTUDO_DE_CASO_EM_UMA_REDE_HOSPITALAR_DE_GRANDE_PORTE/links/5ad766b2a6fdcc29358369ab/O-PAPEL-DAS-MIDIAS-SOCIAIS-NO-RELACIONAMENTO-ENTRE-HOSPITAIS-E-SEUS-DIFERENTES-PUBLICOS-UM-ESTUDO-DE-CASO-EM-UMA-REDE-HOSPITALAR-DE-GRANDE-PORTE.pdf

<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/08/marketing-digital-a-utilizacao-das-midias-sociais-como-canal-de-comunicacao-impulsionando-a-compra-do-consumidor.pdf>