



STRATEGII DE PROMOVARE ÎN MARKETINGUL CABINETULUI STOMATOLOGIC

Ludmila GOMA

Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu”, Chișinău, Republica Moldova

Autor corespondent: Ludmila Goma, e-mail: ludmila.goma@usmf.md

Cuvinte-cheie: marketing social, promovare, managementul marketingului, strategie.

Introducere. Piața serviciilor stomatologice este una foarte competitivă. În prezent, problema medicilor stomatologi este fluxul de pacienți. Pentru atragerea acestora, cabinetele stomatologice se ocupă de publicitate în diverse moduri: în cabinetele mici și mijlocii această misiune și-o asumă proprietarul, iar în cele mari pot exista subdiviziuni specializate în publicitate care dispun de buget propriu și organizează acțiuni de publicitate cu participarea companiilor specializate. Rolul marketingului în domeniul serviciilor de sănătate este de a contribui la furnizarea de informații de valoare clienților.

Scop. Analiza instrumentelor publicitare și recomandarea unor tehnici moderne de promovare a cabinetului stomatologic.

Material și metode. Populația studiului: pacienții a cinci cabinete stomatologice cu următoarele specializări: terapie, ortopedie, chirurgie dentoalveolară, parodontologie. Cei 138 de pacienți care și-au dat acordul verbal de a participa la studiu, au completat un chestionar autoadministrat, compus din 22 de întrebări grupate în șase categorii. Perioada de colectare a datelor: decembrie 2022 – februarie 2023. În cadrul studiului a fost studiată și documentația internă a cabinetelor stomatologice precum: raportul de autoevaluare semnat de conducătorul cabinetului; copia regulamentului de organizare și de funcționare; organigrama; schema sistemului informațional; planul de dezvoltare strategică; planul de control a calității serviciilor prestate. Metode de cercetare utilizate: descriptivă, analitică, comparativă.

Rezultate. Strategiile de marketing se propun ca o modalitate sigură de a construi relații cu publicul cabinetului stomatologic. Pentru un stomatolog, strategia de marketing înseamnă a convinge pacienții că se oferă o experiență fără durere și cu rezultate așteptate. Conform studiului, există următoarele modalități de promovare: recomandarea – 31%, rețelele de socializare – 25%, google – 17%, televiziunea – 15%, plasarea – 12%. Satisfăcuți de condițiile prestate de cabinetele stomatologice au fost 73,18% din persoanele intervievate, 92,75% au fost mulțumite de atitudinea personalului medical, iar 56,52% au ales cabinetul stomatologic în baza reputației medicilor. Aplicarea unui sistem de marketing contribuie la formarea categoriilor de pacienți planificați și pacienți continuu. La întrebarea ce îl face pe pacient să fie fidel unui anumit cabinet stomatologic, 32 % au numit aplicarea unui plan de marketing, 25% – condiții favorabile de muncă ale medicilor. S-a constatat că pacienții doresc mai multă computerizare a serviciilor medicale.

Concluzii. Publicitatea în stomatologie oferă pacienților posibilitatea de a alege tratamentul, clinica, medicul. Dintre metodele și instrumentele de promovare analizate s-au evidențiat recomandarea medicului din parte pacienților, strategiile legate de promoții și cele privind prețul, prezența sautului propriu. O strategie eficientă s-a dovedit a fi promovarea în mediul online îmbinată cu cea offline. Aplicarea unor strategii de marketing eficiente duce nu numai la creșterea satisfacției clienților, dar și a personalului – un element component în managementul unui cabinet stomatologic.