



CONEXÃO UNIFAMETRO 2022

XVIII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

A RELEVÂNCIA DO CONHECIMENTO SOBRE MARKETING DIGITAL PARA O PROFISSIONAL DA SAÚDE

Lidia dos Santos Bernardo Prado

Discente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
lidia.prado@aluno.unifametro.edu.br

Leticia Nascimento Mesquita

Discente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
leticia.mesquita@aluno.unifametro.edu.br

Dalila Rodrigues Lima

Discente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
dalila.lima@aluno.unifametro.edu.br

Sabrina Pereira Rocha

Discente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
sabrina.rocha@aluno.unifametro.edu.br

Josenilda Malveira Cavalcanti

Docente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
josenilda.cavalcanti@professor.unifametro.edu.br

Francilena Ribeiro Bessa

Docente - Centro Universitário Fametro - Unifametro
francilena.bessa@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Promoção, Prevenção e Reabilitação em Fisioterapia

Área de Conhecimento: Ciências da Saúde

Encontro Científico: X Encontro de Iniciação à Pesquisa

Introdução: O marketing digital é uma estratégia que possibilita ao profissional da saúde, desenvolver a visibilidade do seu negócio e de seus serviços, destinando-os à um público-alvo, com o objetivo de aproximar o profissional do cliente e, conseqüentemente, atrair uma maximização do número de consumidores e pacientes. **Objetivo:** Apontar a relevância do conhecimento sobre marketing digital, direcionado ao profissional da saúde. **Metodologia:** Trata-se de uma revisão integrativa de literatura de artigos, pesquisados nas bases de dados PubMed, SciELO e LILACS, utilizando os descritores: marketing digital, fisioterapia e saúde. Foram encontrados o total de 1726 artigos, aos quais foram inclusos 5 estudos, sendo eles, a relação entre marketing digital e saúde (N=3), marketing digital e fisioterapia (N=2). Os critérios de inclusão foram: estudos publicados no período de 2017 a 2022, em língua portuguesa, inglesa e espanhola, artigos disponíveis de forma gratuita e que abordassem a relevância do conhecimento sobre marketing digital no cotidiano de profissionais da saúde, independente da área de atuação. Os critérios de exclusão foram: editorial, trabalho de conclusão de curso, artigos duplicados e que não abordassem a temática proposta. **Resultados**

e Discussão: Tornou-se evidente, a influência da internet no cotidiano da população, uma vez que, interferiu em diversas esferas como por exemplo: relacionamentos interpessoais, não sendo diferente nos negócios e relações comerciais no geral, exercendo um grande potencial para impulsionar ou estagnar diversas estratégias. A possibilidade de alavancar um negócio ou produto utilizando a internet é singular para fins de consumo e oferta de serviços, da mesma forma que essas transações se expandiram para a forma digital, pois se tornaram assim, uma opção para aprimoramento das estratégias comerciais digitais. Ligado à Fisioterapia, essa estratégia de marketing está cada vez mais presente acentuando as relações Clínica-paciente e Fisioterapeuta-paciente, através da divulgação, apresentação e desenvolvimento por meios digitais, facilitando ainda mais a troca e o compartilhamento de informações em patamares vastos. Além disso, os consumidores/pacientes se tornaram mais exigentes frente às suas escolhas, uma vez que, a oferta de serviços está mais abrangente. Ademais, essa informatização possibilitou um maior custo-benefício, interação entre funcionários e pacientes, pesquisa de satisfação e alcance de público. Mesmo não sendo um fator determinante, a presença de uma imagem consolidada nas mídias sociais, traz ao cliente confiança, demonstrando a relevância deste gerenciamento. **Considerações finais:** Conclui-se que, o conhecimento sobre marketing digital somado a um bom planejamento, é essencial para que o profissional da saúde se torne capaz de elevar o nível de seus serviços, alcançando assim, um maior número de clientes, proporcionando diversas formas de se fazer conhecido, de maneira descomplicada e dinâmica, como também, de oferecer atendimentos diferenciados. Apesar de sua visibilidade, observa-se que o marketing digital ainda é uma área onde os profissionais da saúde detêm pouco conhecimento sobre a sua importância e utilização nos negócios.

Palavras-chave: Marketing Digital; Fisioterapia; Saúde.

Referências:

DINIZ, N. H. et al. A utilização do marketing digital na promoção e divulgação dos serviços de Fisioterapia. Brazilian Journal of Development. v. 6, n.9, 2020. Disponível em: <<https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/17299/14061>> Acesso em: 12 abr. 2022

SANTOS, G. C.; SILVA, S. A. PROMOVENDO À SAÚDE NA PANDEMIA NO USO DE MÍDIAS SOCIAIS – RELATO DE EXPERIÊNCIA. ACINET Journal Varginha, MG, v. 7, p. 140 - 150, 2021. ISSN 2763-7395 Disponível em: <<https://periodicos.unis.edu.br/index.php/acinet/index>> Acesso em: 10 mai.2022

SATO, C. T.; HESPANHOL, R. M. Comércio eletrônico e mídias sociais: uma revisão sistemática. Revista Empreenda UniToledo Gestão, Tecnologia e Gastronomia, v. 2, n. 1, 2018. Disponível em: <<http://ojs.toledo.br/index.php/gestaoetecnologia/article/view/2784>> Acesso em: 12 abr. 2022

SILVA, L. N. et al. Gestão de custos com comunicação integrada de marketing nas clínicas de fisioterapia e estética no município de Píripiri-PI. ABCustos, São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, Piauí V. 15, n. 3, p. 200-222, set/dez. 2020. Disponível em: <<https://revista.abcustos.org.br/abcustos/article/view/595>> Acesso em: 10 mai.2022



CONEXÃO UNIFAMETRO 2022

XVIII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

SOARES, E.S.; AMORIM, P.B. A elaboração de um plano de marketing digital para uma clínica de fisioterapia: um estudo de caso. Recima21 -revista científica multidisciplinar, v.2, n.10, p. 1-15, 2021. Disponível em: <<https://www.recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/843/737>> Acesso em: 18 abr. 2022