

O USO DO MARKETING NA ODONTOPEDIATRIA

Marcos André Valginski¹

Monica Zeni Refosco²

Introdução: A maioria das pessoas entende o marketing como a arte de vender, porém a venda é apenas o início de tudo. Sempre haverá a necessidade de se vender algo, por isso o objetivo do marketing é tornar supérfluo o esforço de venda, além de conhecer e entender o cliente tão bem que o produto ou o serviço possa se adequar a ele e se vender sozinho. Um dos usos do marketing é dentro da odontopediatria, especialidade que se preocupa com os cuidados bucodentários das crianças. Esses cuidados não se restringem ao campo curativo, mas na prevenção de doenças bucais, envolvendo a educação do paciente e familiar, ou seja, trata exclusivamente da saúde bucal de crianças. Baseado no conhecimento obtido em marketing, existem técnicas que auxiliam os profissionais dessa área, bem como mantém e/ou incentivam seus pacientes a realizar o trabalho de prevenção da saúde bucal. Dessa forma, auxilia na realização de uma boa gestão comercial de um consultório odontopediátrico, demonstrando a importância não apenas de conquistar novos clientes, mas também de manter os clientes que já utilizam esse serviço. Tratando-se de marketing utiliza-se o conceito de cliente ao invés de paciente. **Objetivos:** Compreender a importância da utilização do marketing no trabalho de um odontopediatra, permitindo a captação e manutenção de clientes, propagando a importância dos cuidados de saúde bucal desde os primeiros meses de vida da criança. **Metodologia:** A metodologia adotada foi uma pesquisa exploratória, com coleta de dados por meio de pesquisa bibliográfica e relato de experiência. A realidade-objeto do relato de experiência foi a dinâmica de atendimentos em um consultório odontopediátrico localizado em Xaxim-SC. **Resultados e Discussão:** O processo de atendimento em um consultório

¹ Especialista em Administração e Marketing, Escola Superior Aberta do Brasil – ESAB e em Criatividade e Inovação Empreendedora na Faculdade Santa Rita Chapecó
marcos@oitoquatro.com.br

² Mestre em Ciências da Saúde, Unochapecó (2015), Odontopediatra – UEL (2012)
monicarefosco@unochapeco.edu.br

odontopediátrico deve ser muito bem organizado. O primeiro contato de uma criança com esse profissional pode ser desgastante e por que não dizer traumático, já que o cliente pode estar com dor ou ter passado por alguma experiência traumática. Na primeira consulta é reservado um tempo maior para prestação desse serviço, levando em consideração que se desenvolverá uma aproximação e o início de uma relação de confiança entre o profissional e o cliente. Além da comunicação verbal e não verbal, a comunicação visual também é muito importante nesse processo de aproximação. A criança somente irá retornar ao consultório odontopediátrico de forma espontânea se sentir confiança, segurança e conforto no atendimento realizado, além de empatia pelo profissional. Para tanto, além das técnicas já mencionadas, se utiliza o reforço positivo, que é um processo de premiação aos clientes que permitiram que o atendimento fosse realizado de forma tranquila, como forma de recompensa pela cooperação desenvolvida durante a realização do procedimento. **Conclusão:** Observou-se que o marketing é um importante fator de sucesso para os odontopediatras, isso porque, todas as ações desenvolvidas pelo profissional têm relação direta com a manutenção dos clientes. Por se tratar de um público muito específico e desenvolver um serviço de saúde, todos os processos desenvolvidos precisam ter um olhar diferenciado, mostrando que o marketing nesse caso vai muito além da propaganda.

Palavras-chave: Marketing, Odontopediatria, Relações interpessoais.

Referências

- KLATIOAN, D.A. **Psicologia Odontopediátrica**. 2ª ed. Editora Santos, 2002.
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Introdução ao Marketing**. 4ªed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1997.
LAS CASAS, A. L. **Marketing de Serviços**. 6ª ed. São Paulo. Editora Atlas, 2012.