



MARKETING MÉDICO

O que devo fazer para melhorar minha imagem?

Octavio René Lebarbenchon Neto



“Marketing é a atividade humana dirigida para a **satisfação** das **necessidades** e **desejos**, através dos processos de troca.”

Philip Kotler

Sob a visão do Marketing, as pessoas percebem os produtos e seus atributos de acordo com suas próprias percepções.



marketing
criatividade
inovação
sucesso
negócios
agilidade
habilidade

Portanto o seu processo decisório está de acordo com os elementos que são mais importantes para elas.

Para entender o MKT Pessoal Precisamos entender o Planeta:

O Mundo e as Gerações

Geração Baby Boomers 1946 – 1964:

Pós segunda guerra.

Retomada econômica, aumento taxa de natalidade, boom de filhos.

Conquistas de várias causas sociais, direito da mulher .

Morar sozinho.



Geração X 1960 – 1980:

Paz , amor e sexo livre.

Um pouco de hippies, busca pelos direitos.

Valorização do sexo oposto, mas com menor respeito ao conceito de família.



Geração Y ou Millennium 1980/90 – 2000/05 millennials:

Conectividade total, isolamento eletrônico, compras eletrônicas.
Relacionamentos rápidos.



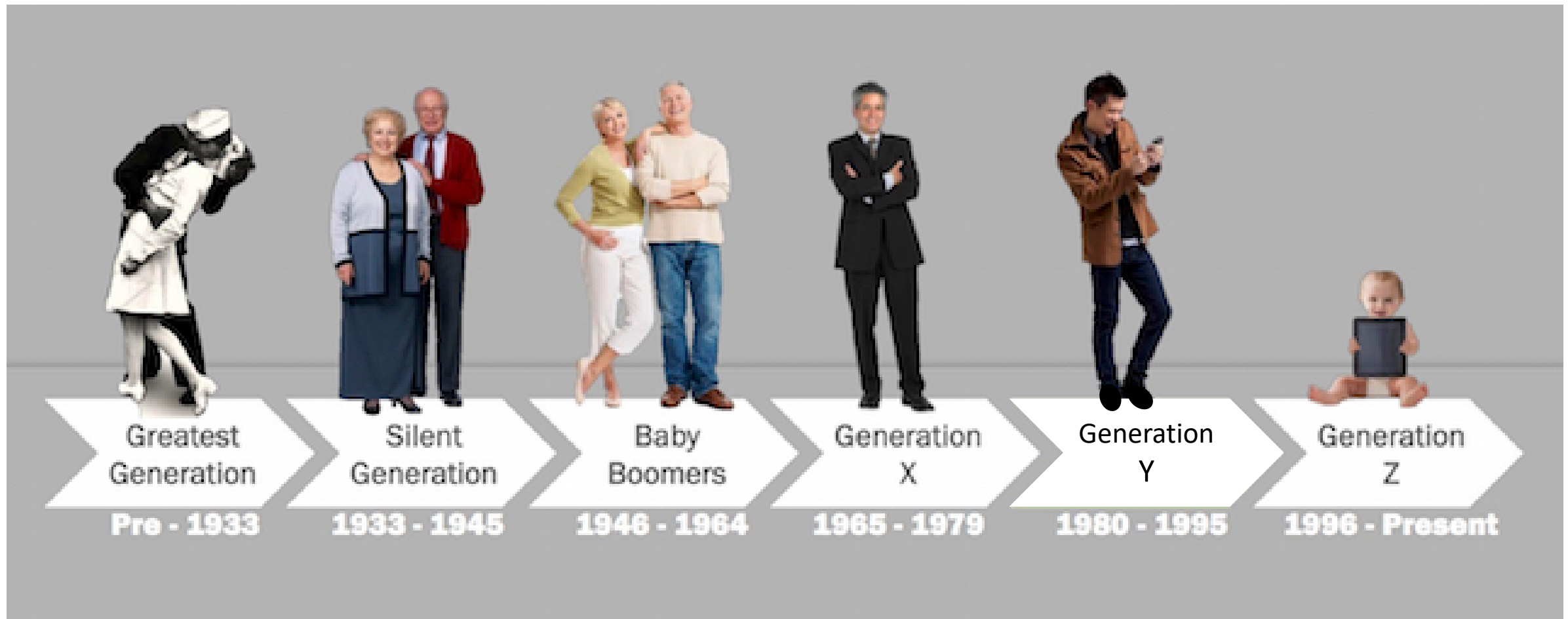
Geração Z ou Cristal após 2005 até hj:

Maior nível de pensamento espiritual, sensíveis e enigmáticos.

Liberdade e a crença em quase tudo e muita tecnologia.

Buscam encontrar um mundo mais feliz para viver .





Conhecimentos, Habilidades e Atitudes



ATENÇÃO AOS DETALHES



Comunicação Direta



Comportamento do consumidor/cliente/paciente: *Entender para satisfazer*

- 97% dos consumidores leem reviews sobre negócios locais, em 2011 eram 22%;
- 72% Reviews positivos os fazem confiar mais em um negócio local;
- 90% Reviews positivos influenciam a decisão de compra/escolhas;
- 82% Visitam sites em busca de reviews já com a intenção de comprar/escolher;
- 57% Consumidores vão evitar negócios com avaliações on line negativas. Uma única avaliação negativa afasta até 30 clientes;
- 88% Confiam em reviews da mesma maneira que recomendações pessoais;

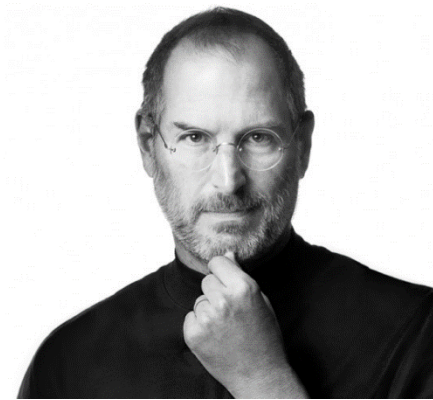
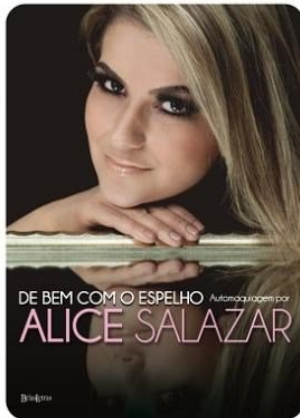
** Novos Estilos*

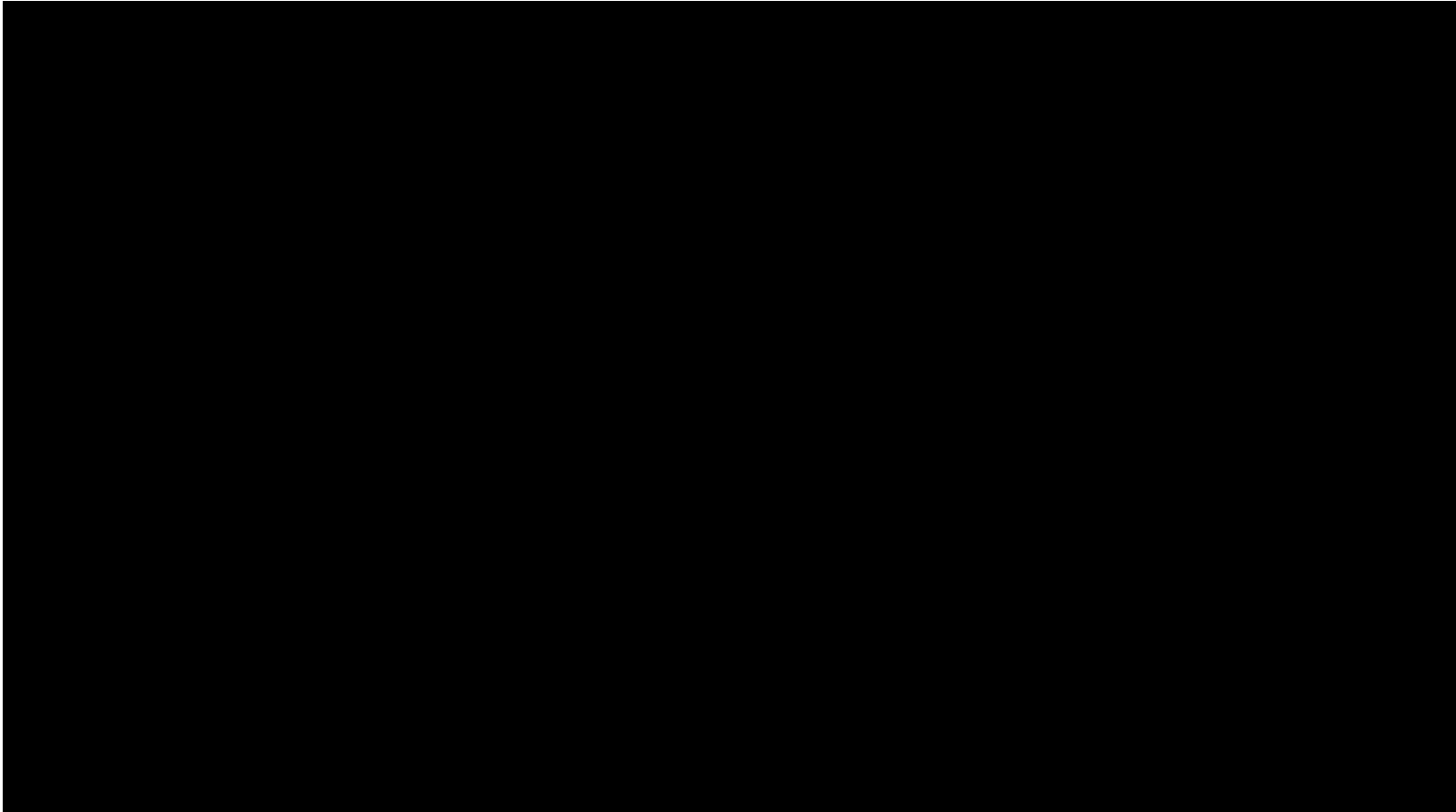
** Novo MKT*



<p>NETFLIX</p> <p>NÃO MATOU A BLOCKBUSTER</p> <p>As cobranças de multas por atraso o fizeram</p>	<p>UBER</p> <p>NÃO MATOU OS TÁXIS</p> <p>O acesso limitado, o mal serviço e o controle das tarifas o fizeram</p>	 <p>SEU DELIVERY PARTICULAR</p> <p>WWW.JAMESDELIVERY.COM.BR</p>
 <p>NÃO MATOU A INDÚSTRIA DA MÚSICA</p> <p>Obrigar as pessoas a comprarem álbuns completos o fez</p>	 <p>NÃO MATOU OUTROS VAREJISTAS</p> <p>O mal serviço e experiência do cliente o fizeram</p>	 <p>peixeurbano</p>
 <p>NÃO ESTÁ MATANDO A HOTELARIA</p> <p>A disponibilidade limitada e as opções de preço estão fazendo</p>	<p>A tecnologia por si mesma não é o verdadeiro disruptor</p> <p>NÃO ENTENDER O CLIENTE É A MAIOR AMEAÇA PARA QUALQUER NEGÓCIO</p> <p></p>	 <p>Faça seu pedido Online</p>

*Sua Imagem é o resultado das suas atitudes,
da sua história.*

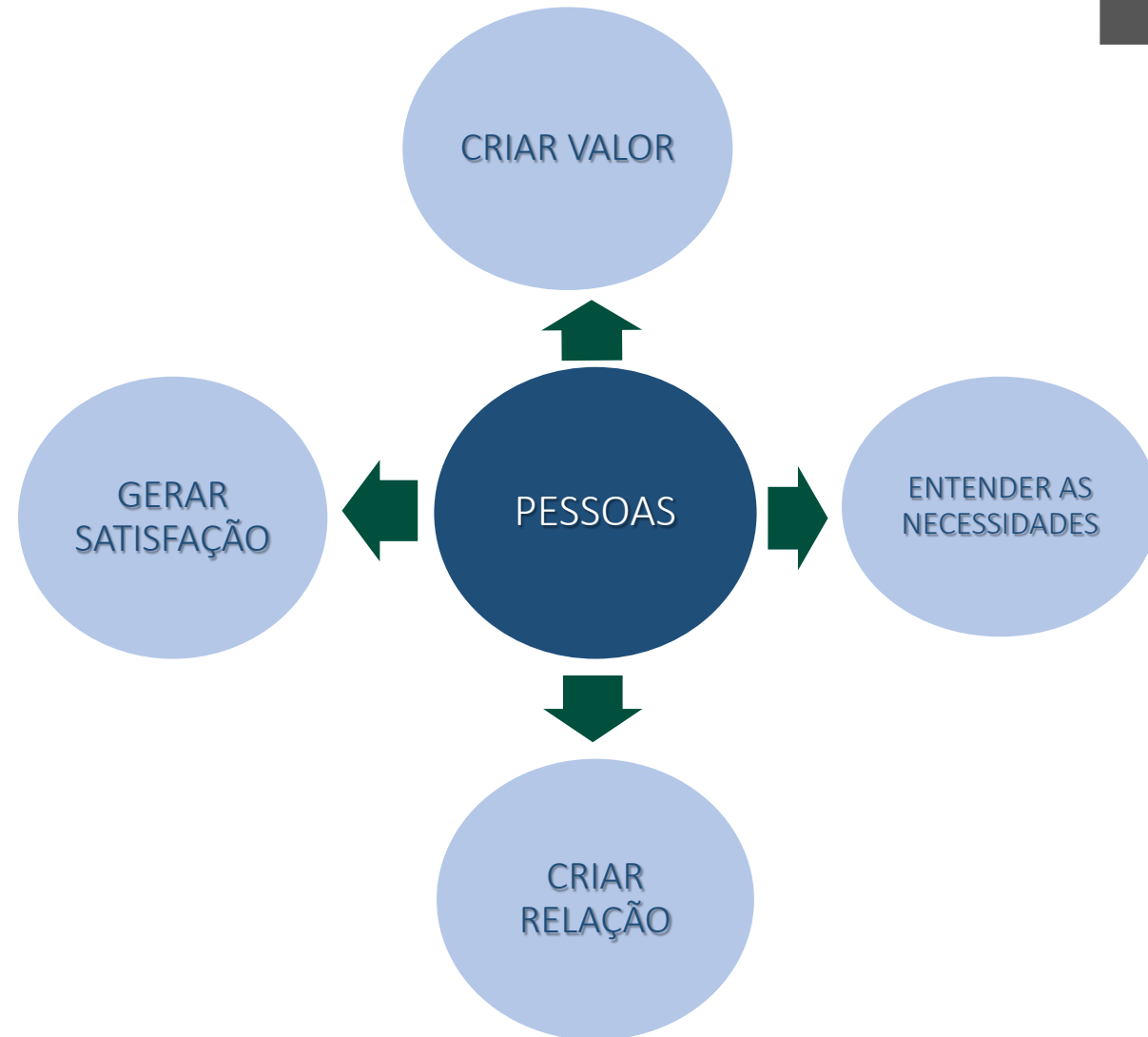






**A PRIMEIRA IMPRESSÃO É QUE FICA, MAS
VOCÊ SEMPRE PODE MELHORAR**

5ºP do Marketing e o MKT Pessoal



Gestão de relacionamento com o cliente

VALOR E SATISFAÇÃO PARA O CLIENTE

- 
- Diferencial;
 - Ouvir o cliente;
 - Aprimorar o atendimento;
 - Qualidade na prestação de serviços;
 - Ambiente;
 - Comunicação frequente.

Excelência no atendimento



- Para o cliente, nós somos a EMPRESA;
- Compreendendo o atendimento, ouvindo e respeitando com cuidados fundamentados no amor, ternura e respeito mútuo;
- O cuidado humanizado se caracteriza pelo fazer diferenciado, individualizado, reflexivo e respeitoso;
- Não só temos que satisfazer suas necessidades, mas superar suas expectativas;
- Transmitir confiança, segurança e empatia.

O que mais irrita o cliente?

Arrogância, mentira e mau atendimento somados representam 84,5% da insatisfação

O QUE MAIS IRRITA VOCÊ NO RELACIONAMENTO COM UMA EMPRESA

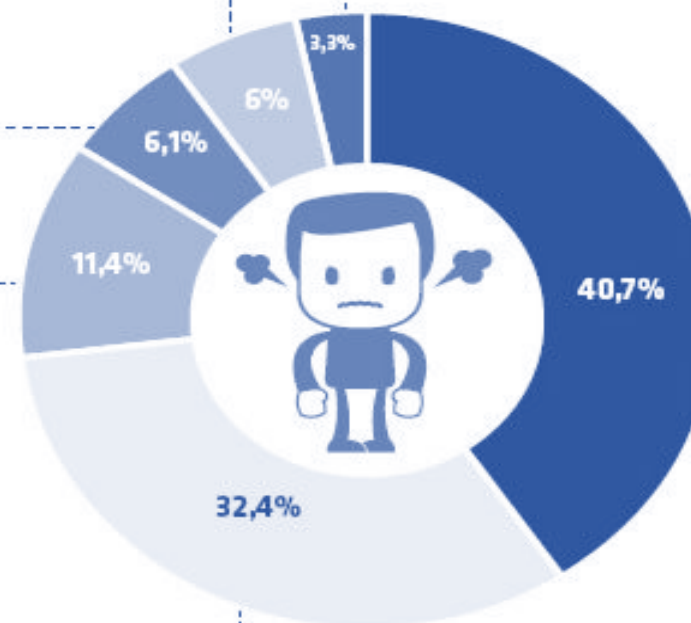
Número de votos: **13.222**
 Primeiro voto: **17 de junho de 2007 01h24min**
 Último voto: **1 de agosto de 2012 22h53min**

A demora – não respeitar o meu tempo | **811**

A arrogância – as pessoas são arrogantes | **1.506**

A falta de qualidade – os produtos e os serviços são ruins | **796**

A Incoerência nos preços – há vários preços para clientes diferentes | **436**



A mentira – não cumprir o que prometer | **4.288**

O mau atendimento – as pessoas são despreparadas para atender | **5.385**


Reviewr - Review Costumer Intelligence
18 de abril · 🌐

O RRI - Reviewr Rating Index, é um indicador extremamente preciso que mede reputação online. Conheça melhor como ele funciona e como ele é um grande aliado da sua empresa: <http://reviewr.me/blog/rri-indicador-chave-reputacao-online/> #reviewr #onlinereviews #avaliacoesonline #onlinereputation #reputacaoonline #marketingderecomendacao #bocaabocaonline #customerreviewintelligence



RRI GERAL
9.6

RRI - Reviewr Rating Index
Nota geral das avaliações em todos os canais

REVIEWR.ME

Reviewr – Customer Reviewr Intelligence
Reviewr Rating Index
o indicador chave para medir reputação online

Marketing Pessoal gera a sua marca. O que é uma marca?

Conjunto de imagens, percepções,
crenças e experiências que uma pessoa
tem a respeito de um produto e/ou serviço e de uma pessoa



Dígitro

Neoway

 **SOFTPLAN**

 **TRAMONTINA**®

 **Votorantim**

SONY®



NeuroMarketing

O cérebro filtra todas as informações e só armazena as lembranças que tenham tido, em algum momento, alguma importância.



A MARCA

A marca é como uma
pessoa,
possui rosto, forma,
nome, valor...



Um consultório não é só mais um lugar para consulta,
tem que ser uma experiência.



Caminhos para a Maestria



Quando criança , a mente era mais aberta , as ideias fluíam livres e geravam admiração.

Nossa mente original: observava o mundo de forma direta, sem interferências subjacente.

Hoje são muitas as informações, temos que nos diferenciar.

A bênção do pastor

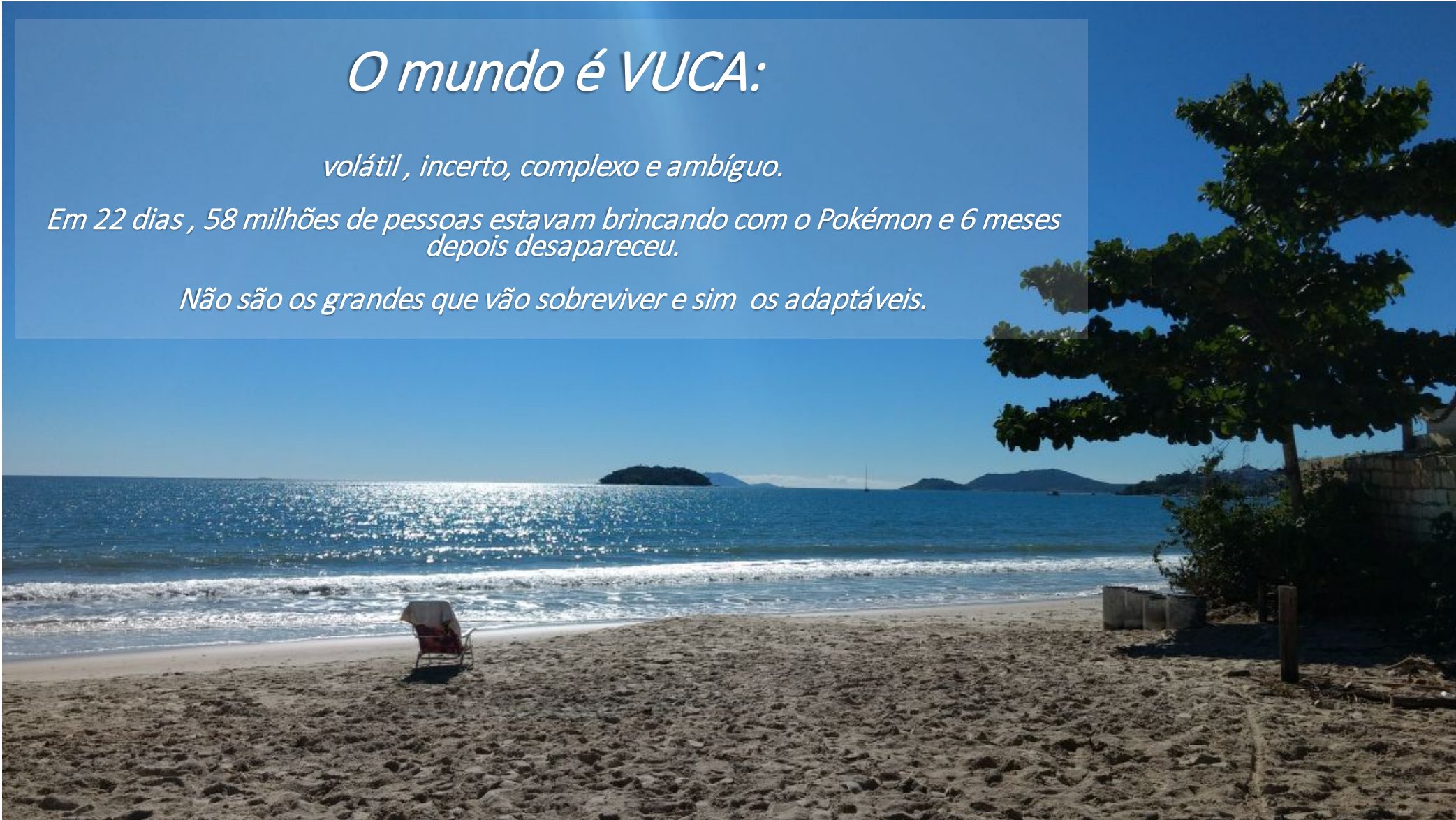


O mundo é VUCA:

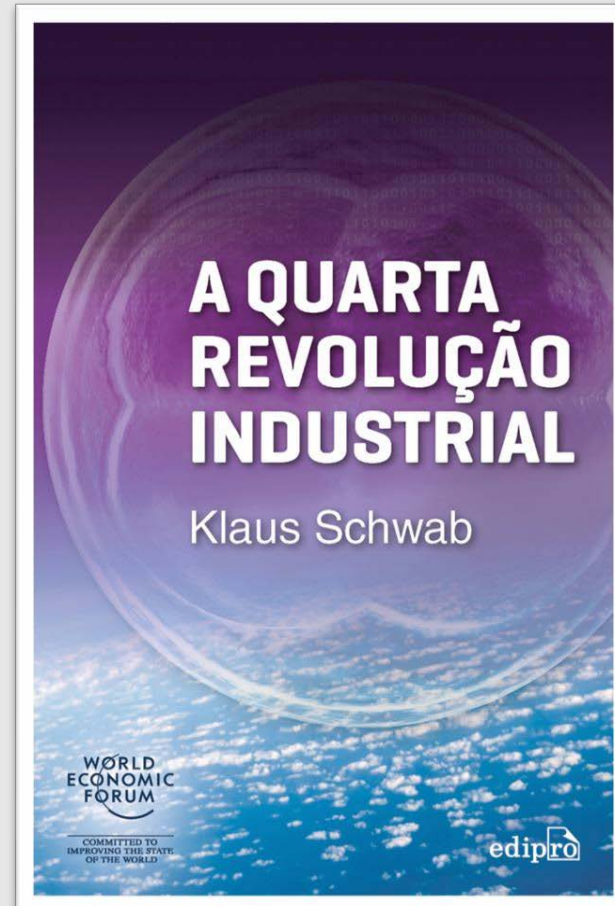
volátil, incerto, complexo e ambíguo.

Em 22 dias, 58 milhões de pessoas estavam brincando com o Pokémon e 6 meses depois desapareceu.

Não são os grandes que vão sobreviver e sim os adaptáveis.



Referência para entender melhor o Marketing Pessoal





“As mudanças são tão profundas que, na perspectiva da história da humanidade, nunca houve um momento tão potencialmente promissor ou perigoso”

Klaus Schwab

Presidente Executivo do Fórum Econômico Mundial

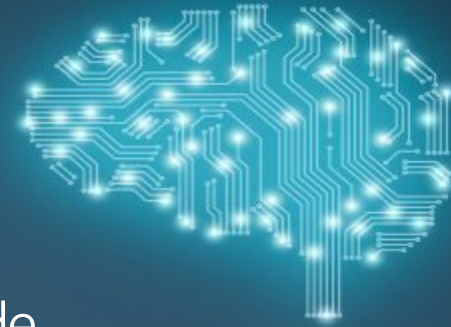
O QUE É A QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Inovações tecnológicas em curso:

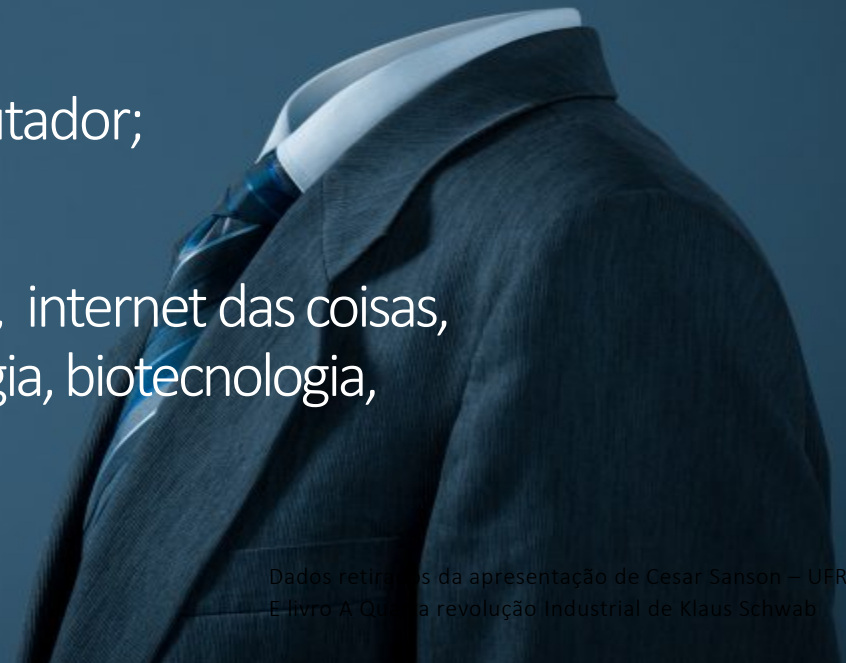
- inteligência artificial,
- robótica,
- internet das coisas,
- veículos autônomos,
- impressão em 3D,
- nanotecnologia,
- biotecnologia,
- armazenamento de energia e computação quântica



REVOLUÇÕES



- Primeira (entre 1760 e 1840): máquina a vapor, ferrovias;
- Segunda (final do séc. XIX): advento da eletricidade e da linha de montagem;
- Terceira (década de 60): revolução digital ou do computador;
- Quarta (virada do século): inteligência artificial, robótica, internet das coisas, veículos autônomos, impressão em 3D, nanotecnologia, biotecnologia, armazenamento de energia.



O QUE A DISTINGUE DAS OUTRAS REVOLUÇÕES

- Velocidade, amplitude e profundidade;
- A fusão de tecnologias e a interação entre os domínios físicos, digitais e biológicos;

MUDANÇA SISTEMÁTICA E PROFUNDA

Exemplos: Airbnb, Uber, Alibaba, Google (carro autônomo), WhatsApp.

“O Uber, a maior empresa de táxis do mundo, não possui sequer um veículo. O Facebook, o proprietário de mídia popular do mundo, não cria nenhum conteúdo. Alibaba, o varejista mais valioso, não possui estoques. E o Airbnb, o maior provedor de hospedagem do mundo, não possui sequer um imóvel” – Tom Goodwin (p.28-29).



ROBÓTICA AVANÇADA

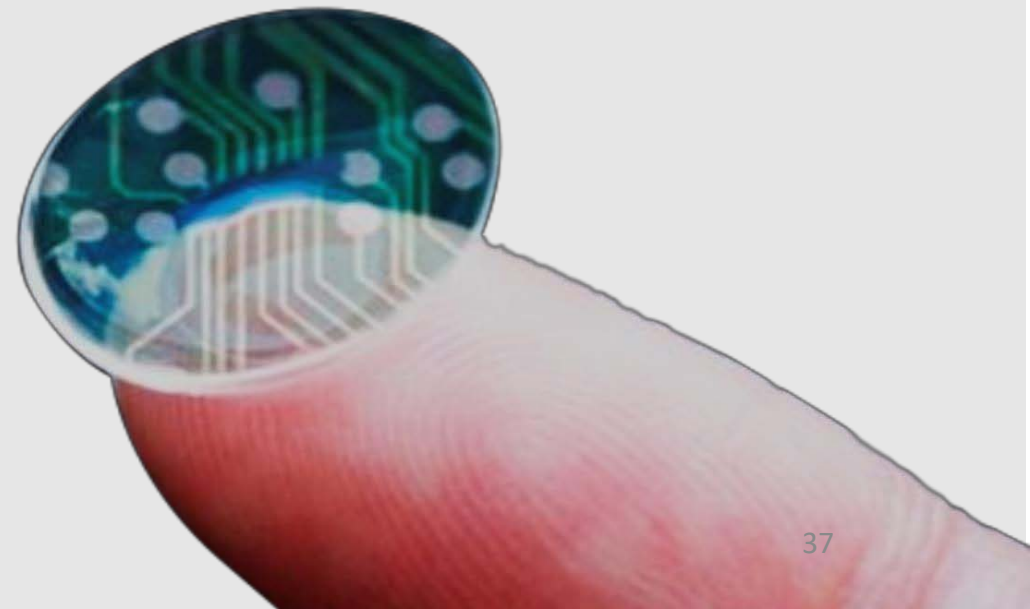
Superação de tarefas rígidas e interação. Avanço de sensores capacitam os robôs a compreender melhor o seu ambiente e empenhar em tarefas variadas.



NOVOS MATERIAIS

Mais leves, mais fortes, recicláveis e adaptáveis.

Destacam-se aqui os nanomateriais como o grafeno (200 vezes mais forte que o aço, milhões de vezes mais fino que um cabelo humano e eficiente condutor de calor e eletricidade).



CATEGORIA BIOLÓGICA

- Inovações no campo da biologia, particularmente na genética;
- Biologia sintética – modificar organismos já existentes, alterando seus códigos genéticos, possibilidade criar organismos personalizados;
- Engenharia genética - Capacidade de interferir e modificar seres vivos (animais, plantas), adaptá-los a condições adversas;
- Possibilidade do xenotransplantes (recriar órgãos)
- Questões éticas são suscitadas;

IMPRESSÃO EM 3D E FABRICAÇÃO

- O ponto de inflexão: a produção do primeiro carro em 3D;
- Até 2025: 84% dos entrevistados esperam que esse ponto de inflexão ocorra;
- Do que se trata: Produtos complexos sem equipamentos complexos.

A impressora 3D utilizando plástico, alumínio, aço inoxidável, ligas de cerâmica simultaneamente em processo de fabricação aditiva.

SERES PROJETADOS

- O ponto de inflexão: nascimento do primeiro ser humano cujo genoma foi direta e deliberadamente editado;
- Do que se trata: o barateamento do seqüenciamento do genoma humano possibilita e a expansão de experimentos.

NEUROTECNOLOGIAS

- O ponto de inflexão: O primeiro humano com memória totalmente artificial implantada no cérebro;
- Do que se trata: monitorar e comandar a atividade do cérebro.

VOCÊ É NACIONAL E GLOBAL

- A quarta revolução industrial coloca em perspectiva a situação de 'lidar' com o empoderamento dos cidadãos;
- Citando Moisés Naím: "No sec. XXI, será mais fácil chegar ao poder, mas difícil usá-lo e mais fácil perdê-lo";
- WikiLeaks – o confronto entre uma entidade não estatal e minúscula e um Estado gigantesco;
- Alerta – as tecnologias que podem empoderar o cidadão também podem vigiá-lo.

A QUESTÃO DA ÉTICA E DO MARKETING

- Entramos no território do desconhecido
- I.A está redefinindo o que significa ser humano;
- “(...)crianças podem ser feitas sob encomendas? Estar livre de doenças? Viver mais tempo? Ser mais inteligente? Correr mais rápido? Ter uma nova aparência?
- Tudo que vimos até agora são insites para a formação da raça humana que vai gerar o MKT de atitude ou pessoal.

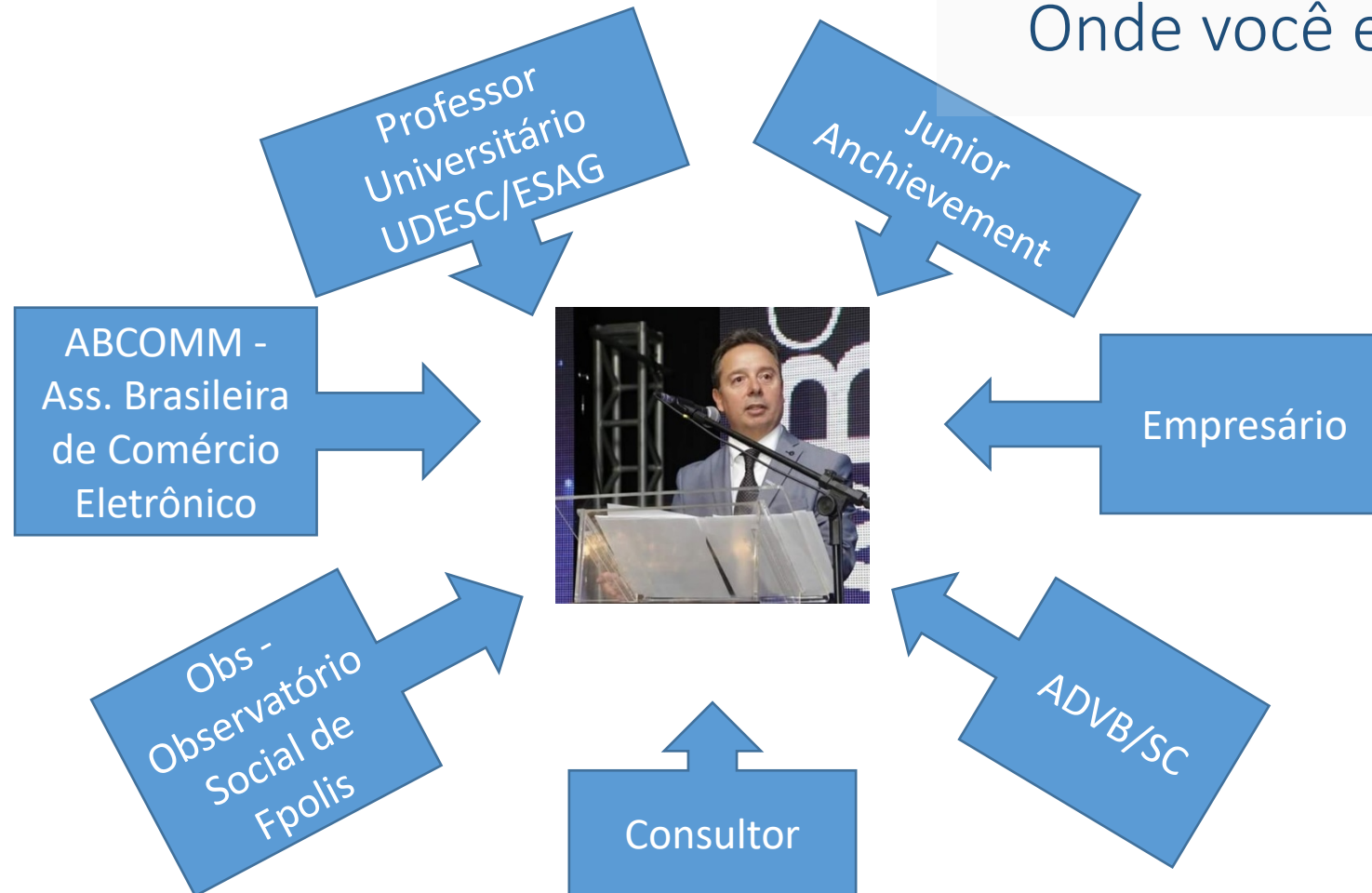
Para se chegar ao MKT Pessoal profissionalize a gestão da sua imagem:

- Agência de publicidade
- Gestão de mídias sociais
- Assessoria de imprensa
- Crie conteúdo
- Reinvente-se

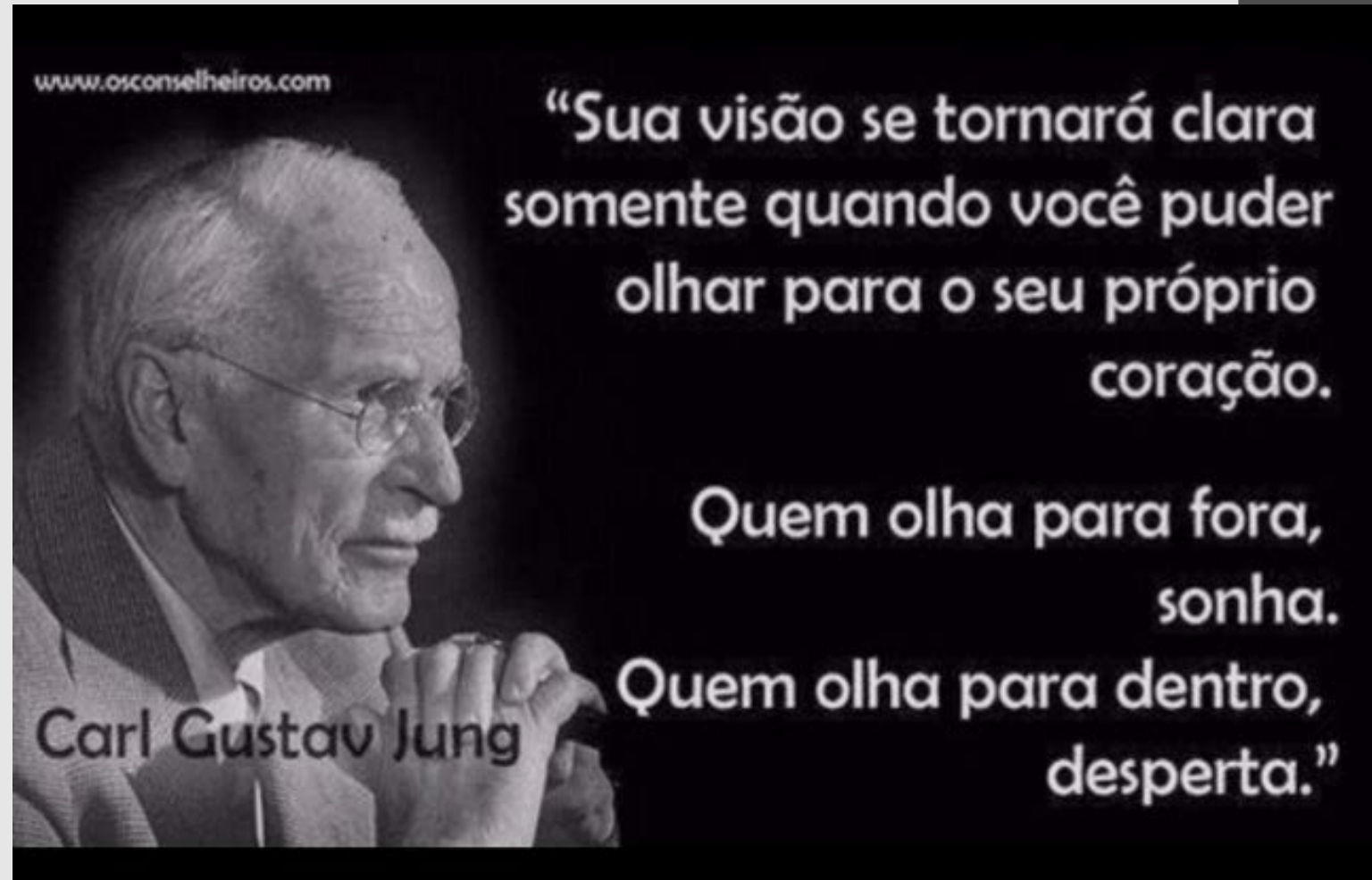


O ser multifacetário / conexões

Onde você está ?



Qual sua visão do futuro ?

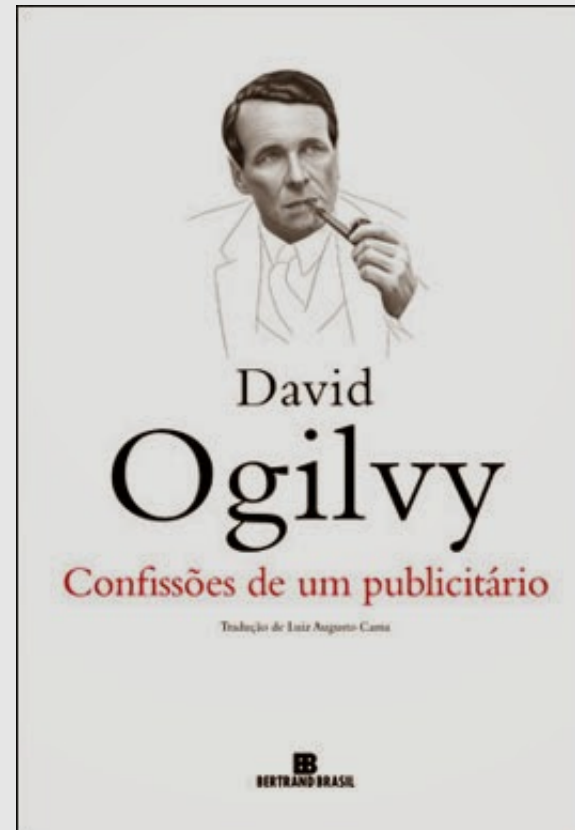
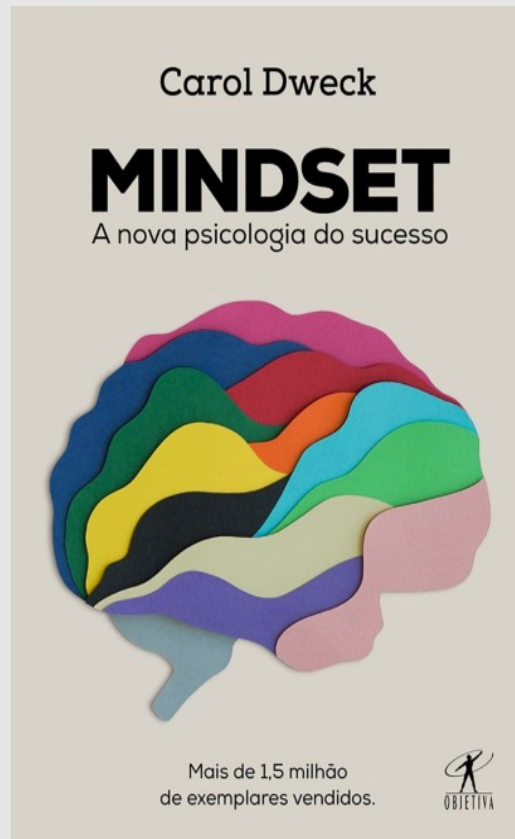




"O mundo não é dos espertos. É das pessoas honestas e verdadeiras. A esperteza, um dia, é descoberta e vira vergonha. A honestidade se transforma em exemplo para as gerações do futuro. Uma corrompe a vida; a outra enobrece a alma."

Chico Xavier

Sugestão de leitura



Capítulo 5 –
Octavio R. Lebarbenchon e
Outros



*Obrigado !
octaviorln@gmail.com*