



DESENVOLVIMENTO DE UMA FERRAMENTA DE MARKETING DIGITAL PARA MEDIÇÃO DO NÍVEL DE BIOSSEGURANÇA DO CONSULTÓRIO ODONTOLÓGICO SOB A PERSPECTIVA DOS CLIENTES

Maciel TTS*, Ananias PHM, Amaral M, Kimpara ET

thaylatessa@gmail.com

(UNESP) Universidade Estadual Paulista, Instituto de Ciência e Tecnologia, Campus de São José dos Campos

Categoria: Científico

Com intenção de ajudar os profissionais a praticar uma Odontologia mais abrangente, este trabalho teve o objetivo de aplicar conceitos de marketing de serviços na elaboração de uma ferramenta digital para medir a qualidade do serviço oferecido no quesito biossegurança, sob a perspectiva dos próprios clientes. Para isso, o projeto foi dividido em 4 etapas: i) identificação dos atributos de biossegurança percebidos pelos clientes. ii) elaboração e validação de um questionário. iii) desenvolvimento da ferramenta. iv) experimentação em uma clínica-escola, consultório particular e em uma franquia de clínicas odontológicas, visando melhorar a ferramenta e comparar as respostas coletadas nestes três ambientes, com finalidade investigativa sobre os diferentes públicos. A adoção desta ferramenta, será um diferencial para o cirurgião dentista/gestor diante de seus concorrentes e sobretudo, trará benefícios diretos a seus clientes.

Descritores: Marketing de Serviços de Saúde; Satisfação do Paciente; Biossegurança.

Referências

1. Targanski R, Tinoco MAC, Ribeiro JLD. Modelagem da satisfação e identificação de atributos de qualidade em serviços odontológicos. *Produção*. 2012; 22(4):751-65.
2. Garbin A, Adas C, Garbin S, Carolina A. Marketing em Odontologia : a percepção do cliente em relação ao serviço odontológico de clínica privada. *Rev Odontol Unesp*. 2008; 37(2):197-202.