



Año 2010 - Semana 8 - Boletín 002

LA MERCADOTECNIA EN LA ODONTOLOGÍA



Lic. Daniel Stern R.

Socio Cofundador y Vicepresidente I+D

daniel@inteligenciadental.com

¿Cuál es el último anuncio de algún colega o clínica dental que recuerda haber escuchado o visto en un medio masivo de comunicación como lo son: televisión, radio, periódico, espectaculares, revistas o incluso, en un panfleto o correo electrónico masivo?

Con sinceridad la respuesta casi segura será; "NO ME ACUERDO....."

Que les parece que juntos entremos en este fascinante, aunque delicado y a veces complicado tema:
[La Mercadotecnia en la Odontología.](#)

En el pasado, han sido fuertemente criticados, aquellos Odontólogos que tuvieron la osadía de anunciarse masivamente. Se les tachó por decir lo menos: "de poco éticos".

Probablemente, la mayoría de los dentistas en México piensan que la mercadotecnia no funciona o no está hecha para profesionistas, pero veamos lo que hacen las clínicas que injertan pelo, o aquellas que ofrecen depilación definitiva. ¿Y qué decir de los cirujanos plásticos, o de los espectaculares de los oftalmólogos? por mencionar un par de casos.

Ellos si utilizan la mercadotecnia, y seguramente más de uno de sus clientes (pacientes) potenciales, se fueron con ellos en lugar de hacerse un tratamiento dental con Usted!

Yo creo que la verdadera competencia para los Odontólogos en una primera instancia, no son sus colegas, sino las clínicas de belleza, agencias de viaje, las agencias de autos, las tiendas departamentales y las de autoservicio entre otras. Ellas a través de la mercadotecnia, se llevan la atención y el dinero de quiénes son pacientes/clientes potenciales para tratamientos odontológicos.

Existen a lo largo y ancho del país innumerables consultorios faltos de pacientes, que si fueran captados, permitirían ingresos económicos para administrar la profesión adecuadamente. Desafortunadamente, la gran mayoría de pacientes que llegan a los consultorios dentales, llegan por una urgencia, por dolor, o por disfunciones o enfermedades derivadas de la poca prevención, y desconocen todos los potenciales tratamientos que pueden recibir.

Creo que es tiempo de cambiar, es hora de empezar, como gremio, a hacer mercadotecnia para conseguir que un mayor porcentaje de la población visite al Odontólogo, buscando tratamientos encaminados a la prevención y a tratamientos dentales que incluyan todas las especialidades.

Tenemos que comenzar a estudiar más y aprender de lo que los mercadólogos hacen y el porqué lo hacen. Yo les recomiendo ampliamente, que así como ustedes se capacitan constantemente en cursos, congresos, seminarios y encuentros científicos, lo hagan también en esta área de la administración.

Saber lo que es hacer una buena Planeación estratégica, una reingeniería, lo que es el liderazgo y para qué sirve, y cómo dominar la técnica de las ventas, será un inicio mucho mejor, más económico y más fácil para iniciar el cambio... Renovarse o morir!!!

Es tiempo de unir fuerzas. El hacer publicidad y mercadotecnia para atraer a más clientes es un trabajo de todos los que estamos en el área de la salud, en particular en la odontología. Cada uno de nosotros desde nuestra trinchera, empezando con el gobierno, pasando por los industriales, empresarios, asociaciones, hasta el dentista particular; creando mensajes congruentes que eduquen a la gente, para que ésta se interese en la salud bucal y vaya al dentista.

Es momento que el Gobierno, a través de la Secretaria de Salud, le dé mayor importancia a la Odontología.

Que las empresas, gasten más en publicidad hacia el paciente.

Que las Asociaciones asuman su responsabilidad y rol de liderazgo, aunque sabemos que están entrampadas porque no tienen recursos económicos, porque no tienen agremiados.

Es vital en estos momentos que todos los dentistas pertenezcan a alguna Asociación dental, con la exigencia que la Asociación a la que se afilien, destine los recursos provenientes de las cuotas anuales a promover en la población la enorme importancia que tiene cuidar la salud bucal y que asista con sus Odontólogos afiliados.

Estoy seguro que invirtiendo en mercadotecnia, se podrá conseguir el tan anhelado objetivo; Crecer y Mejorar nuestro gremio y la Odontología mexicana.

Así, a todos nos irá mejor!!!

Seguro todos nos acordamos de los excelentes anuncios de televisión de la Semana Nacional de Salud Bucal de la Secretaria de Salud, por lo menos salían 2 semanas al año, ahora ya ni eso. Los que vivimos en la ciudad de México, nos acordaremos también del Dr. Jairo Campos, con sus anuncios en TV y radio. Conocí a muchos odontólogos que aunque lo criticaron, acabaron beneficiándose de dichos anuncios. O por ejemplo los de Monterrey, el Dr. Alberto Carrillo con su gran publicidad en el estadio de futbol. O también caben ahí los espectaculares de las grandes redes de Clínicas dentales. Hoy en día, Dentegra y Centauro están invirtiendo mucho en publicidad, pero casi son los únicos. Utilizar hoy en día el internet y las redes sociales (como facebook, twitter, myspace, etc...) son una excelente opción de difusión (e-marketing).

Para concluir, cabe mencionar que los beneficios que aporta la mercadotecnia, son difíciles de medir inicialmente; pero si pensamos que las grandes compañías como Coca Cola o Wal-Mart estructuran su estrategia de ventas apoyándose en la misma, y obtienen los resultados conocidos por todos, ¿Porque nosotros seguimos con los brazos cruzados?

Imagínense la filosofía de Coca Cola en mercadotecnia que profesa: "el comercial que vendió la Coca Cola hoy, no sirve para vender la Coca Cola de mañana, mañana se tiene que ver otro anuncio para vender la Coca Cola de mañana". Yo creo que éste, así que es un gran aprendizaje!

Hasta la próxima.....

Daniel Stern



Notas:

- 1) Las opiniones y comentarios expresados por los Autores, no reflejan necesariamente la opinión de I+D Inteligencia Dental
- 2) Prohibida la reproducción parcial o total de este material