

# MARKETING DIGITAL E CASOS DE SUCESSO EM IMPLANTOLOGIA PROTAGONIZAM ÚLTIMO NEOCLUB DO ANO

Os Neoclub, iniciativas de formação promovidas pela Neodent em 2016, encerraram com chave de ouro. Mais de 150 médicos dentistas fizeram questão de assistir a um programa diverso e em linha com os anteriores, com uma vertente clínica e de marketing

**R**ealizado no final de novembro, no Hotel Intercontinental, em Lisboa, o quarto e último Neoclub de 2016 já trazia uma herança de sucesso e acabou mesmo por superar as elevadas expectativas, ao esgotar as inscrições.

O êxito explica-se pelo facto do evento oferecer aos profissionais de medicina dentária uma formação variada, que apela a duas facetas do médico dentista: a de clínico e a de gestor.

Tal como indicou a *O JornalDentistry* Andreia Casimiro, responsável de *marketing and education* da Intradent, o objetivo era “oferecer uma componente clínica, acompanhada de algumas ferramentas de marketing às quais os médicos dentistas não têm acesso na faculdade, visto que cada um destes profissionais acaba por ser também um gestor da sua empresa ou clínica”.

## Por detrás de um caso clínico há um paciente

No panorama atual, em que os pacientes têm acesso a informação de uma forma imediata e em qualquer lugar, é necessário que as clínicas adotem estratégias de proximidade ao seu cliente-alvo e que comuniquem eficazmente. Este foi o tema da apresentação de Rodolfo Cardoso, *digital consultant* na FC Consulting, formador na FLAG e coordenador do Portugal Tourism Challenges.

A componente clínica do último Neoclub coube à Dra. Ivete Sartori, consultora científica da Neodent, que veio até à capital dar a conhecer um conjunto de casos clínicos de sucesso com implantes Neodent. Para a implantologista de nacionalidade brasileira, um dos primeiros passos, e o mais importante, é ter em consideração a principal queixa do paciente. A Dra. Ivete Sartori adverte para a necessidade de não “sobre-tratar” e de disponibilizar, em primeira instância, a solução para as suas principais queixas, porque quando alguém marca uma consulta tem por prioridade ter o seu problema resolvido. “Não se trata apenas de olhar para as características do caso clínico, mas de ver o paciente por detrás do caso, que está a sofrer com a condição com que se apresenta no consultório”, salientou a Dra. Ivete Sartori em declarações a *O JornalDentistry*.



Dra. Ivete Sartori.



Dr. Sérgio Pereira, Dra. Ivete Sartori, António Romero, António Pinho e Andreia Casimiro.

Revelando que, no seu entender, “o melhor resultado possível é poder ver o paciente com o seu problema resolvido”, a implantologista enfatizou as vantagens de trabalhar com a Neodent no tratamento de casos complexos de reabilitação oral, fruto do seu trabalho enquanto consultora científica da marca. Esta posição tem-lhe permitido comunicar de perto com a equipa de investigação e desenvolvimento da Neodent, transmitindo uma visão sobre o que os médicos dentistas e os pacientes procuram.

“Enquanto clínicos, deparamo-nos com diversos problemas e, por vezes, verificamos que existem possíveis soluções. O facto de podermos transmiti-las a uma empresa que realiza um vasto trabalho de desenvolvimento e investigação é bastante importante”, comentou a Dra. Ivete Sartori. “No contacto que temos com as equipas de investigação e desenvolvimento, é possível transmitir a alguém que é apenas engenheiro, que não tem a possibilidade de estar junto do paciente, aquilo que é mais necessário na clínica. Isto faz toda a diferença”.

## Neodent celebra crescimento com novidades para 2017

A marca Neodent tem sido alvo de um grande investimento por parte do grupo Straumann no que toca ao desenvolvimento e isso reflete-se nos seus resultados. Atualmente presente na Península Ibérica, Itália, Inglaterra, EUA e Canadá a marca pretende continuar focada na sua estratégia de expansão e levar, em breve, os seus implantes, soluções protéticas e instrumentos cirúrgicos para França, Holanda, Bélgica e norte da Europa.

“A Neodent terminará o ano, muito provavelmente, como a terceira empresa de implantologia a nível mundial”, contou-nos António Romero, *country manager* da Intradent. “Internacionalizámos os implantes produzidos e no próximo ano, com a expansão do fabrico, estamos confiantes de que seremos a segunda empresa a nível mundial”.



António Romero, *country manager* da Intradent.

A presença da Neodent em Portugal já está consolidada, refletindo-se num crescimento da marca de 20% no mercado português. Para reforçar estes números e continuar a crescer, a Intradent promete apresentar novidades já em 2017. “Estamos a preparar-nos para lançar no próximo ano, tanto em Portugal como em Espanha, outra empresa do grupo Straumann, a Medentika. Lançaremos mais produtos direcionados à área do digital, CAD/CAM e das novas tecnologias. Iremos também investir tanto em pessoas como em equipas para conseguirmos lançar a marca com, esperamos, o maior êxito possível”, indicou o *country manager*.

Sara Moutinho Lopes