

Estratégias e Plano de Marketing para Organizações de Saúde

VALDIR RIBEIRO BORBA



CUNYABASH  KODGAN



Cultura Médica®

Resumo de Estratégias e Plano de Marketing Para Organizações de Saúde

Apesar de muito falada nos últimos tempos, a expressão marketing em saúde ainda gera dúvidas nos seus interlocutores. Alguns, pouco convencidos da grandiosidade da palavra, criam pequenos núcleos de comunicação em suas organizações, tentando com isso impactar stakeholders.

Outros, céticos quanto ao tema, sequer destinam orçamento para o fim em seus já fracassados Planos de Negócios. O autor Valdir Borba explora de forma brilhante nesta obra a magnitude da palavra, criando cenários inexploráveis por muitas organizações, fazendo com que haja entendimento total sobre o amplo significado do tema em suas diversas esferas de atuação.

Cria então um paralelo interessante entre o que se espera da saúde no futuro próximo e a capacidade das organizações em serem percebidas como solucionadoras de problemas. Há muito não se via algo com tanta riqueza de detalhes, exemplos e conceitos na saúde sem tocar em temas corriqueiros como remuneração, regulamentação e política.

Percebe-se então um novo momento onde empresas preparadas para o futuro poderão, de forma holística, observar as oportunidades desse imenso mercado e aproveitá-las, trazendo mais resultados para todos os que com ela compartilham em seus múltiplos objetivos.

Durante muito tempo pensamos em saúde como dever do Estado. Certos dessa afirmação imagens são criadas de forma deturpadas inclusive, sobre as organizações privadas do setor. Empresas que dependem de resultados financeiros para poderem continuar sua eterna busca.

Resultad

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)