

O MARKETING DIGITAL SOBRE A PRÁTICA ODONTOLÓGICA DE CIRURGIÕES DENTISTAS DE UM MUNICÍPIO DO RECÔNCAVO DA BAHIA

Tatiane Costa da Silva¹; Ícaro Augusto Soares Silva²; Andréa Jaqueira da Silva Borges³.

¹Graduanda em Odontologia/FAMAM, tatinhaoutubro@hotmail.com; ²Cirurgião Dentista, Mestre em Desenvolvimento Regional, docente do Curso de Odontologia/ FAMAM, icaroaugusto@gmail.com; ³Doutora(UFBA), docente do Curso de Odontologia da FAMAM, andreajs@gmail.com.

Inúmeras organizações estão aderindo ao marketing como uma ferramenta para alcançar clientes. Diante do constante avanço da tecnologia e do imenso crescimento da internet, surge o marketing digital, tornando possível a interação on-line. O marketing nas redes sociais pode ser utilizado pelos profissionais de forma geral, incluindo os cirurgiões-dentistas, principalmente na exposição de serviços, não caracterizando um alto custo, podendo assim alcançar um extenso número de usuários em tempo reduzido. O objetivo principal desse estudo é analisar a influência do marketing digital sobre a prática odontológica de cirurgiões dentistas na cidade de Cruz das Almas- Bahia. Os objetivos específicos são: traçar o perfil sócio profissional dos cirurgiões dentistas; identificar estratégias utilizadas na Odontologia com o uso do marketing digital e verificar interferentes sobre a prática do uso do marketing na assistência odontológica. O estudo é do tipo quali-quantitativo, realizado nas clínicas/consultórios odontológicos da rede privada, com cirurgiões dentistas que atuam na cidade de Cruz das Almas-BA. Devido ao estudo encontrar-se em andamento, até o momento foram aplicados 13 questionários com questões de intensidade (relacionadas ao marketing digital). Após a aplicação dos questionários, os dados serão tabulados em uma planilha do Microsoft Excel para organização com os seguintes valores: 1(Concordo); 2(Concordo totalmente); 3(Discordo); 4(Discordo totalmente); 5(Não concordo e nem discordo), sendo realizada a análise através da estatística descritiva e do desvio qualitativo. Assim, conforme os resultados parciais, o maior número de participantes são do sexo masculino, clínicos gerais com idade entre 26 e 39 anos, concordando em (69,2%) que o marketing digital é indispensável para a divulgação e reconhecimento do cirurgião dentista. Concordam ainda (46,2%) que o uso do antes e depois de procedimentos realizados pelo cirurgião dentista, divulgados pela mídia digital odontológica é uma estratégia positiva para atrair pacientes. Contudo, a falta de conhecimento do Código de Ética Odontológico foi considerado um limitador da prática odontológica quanto á sua divulgação através do marketing digital. Dessa forma, sugere-se que os profissionais da odontologia busquem um melhor conhecimento das atualizações do Código de Ética, onde o marketing possa ser realizado de forma adequada e com isso obter o retorno desejado do público alvo.

Palavras-chave: Interação Digital. Marketing na Odontologia. Redes Sociais e Odontologia.