



ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA O LABORATÓRIO CLÍNICO¹

Samara Cristine Knebel², Janaína Corassa³, Caroline Eickhoff Copetti Casalini⁴

¹ Trabalho da disciplina Gestão Laboratorial.

² Estudante do curso de Biomedicina. E-mail: samara.knebel@sou.unijui.edu.br.

³ Estudante do curso de Biomedicina. E-mail: janaina.corassa@sou.unijui.edu.br.

⁴ Docente do curso de Biomedicina. E-mail: caroline.casalini@unijui.edu.br.

Introdução: O marketing otimiza planejamentos estratégicos, vinculando o posicionamento do laboratório clínico no mercado, através dos setores administrativo e técnico. É ferramenta essencial de comunicação com o cliente. **Objetivos:** Discutir a importância e estratégias de marketing aplicadas ao laboratório clínico. **Metodologia:** Trata-se de uma revisão descritiva da literatura, com consulta nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), PubMed e Google Acadêmico, com publicações de 2018 a agosto de 2023, nos idiomas português, inglês e espanhol. **Resultados:** Considerando um negócio alocado no ramo da saúde, utilizar um canal de comunicação com os clientes, torna-se um meio potencializador para o laboratório clínico. Autores sugerem que há várias plataformas de redes sociais, mas uma organização não necessita estar presente em todas, sendo que o principal é concentrar-se em seu segmento, concorrentes e público-alvo para encontrar a adequada e converter seguidores em clientes, sendo necessário utilizar várias vertentes do marketing, incluindo relacionamento, conteúdo, *branding* e marketing boca a boca. Nesse sentido, um plano de marketing precisa integrar pesquisas para planejamento, definir metas e objetivos, compreendendo o perfil do cliente e posteriormente personalizando o atendimento, sendo a produção com foco na maneira pela qual será apresentado, propagação da marca, bem como, avaliação dos resultados obtidos, engajamento e expansão da marca da empresa. Uma forma rápida e prática, é a disponibilização de site e/ou aplicativo próprio, contendo orientações ao paciente, agendamento de exames, prazo de entrega e visualização dos laudos finais visando agilizar os atendimentos, promover a compreensão da seriedade do trabalho realizado. **Conclusão:** O direcionamento do marketing ao laboratório clínico através de tecnologias contemporâneas, fortalece sua importância e oferece serviços acessíveis à comunidade. Nesse sentido, o marketing se torna uma ferramenta fundamental para o êxito e o desenvolvimento dessas empresas no setor de saúde.

Palavras-chave: Marketing. Publicidade. Análises Clínicas.