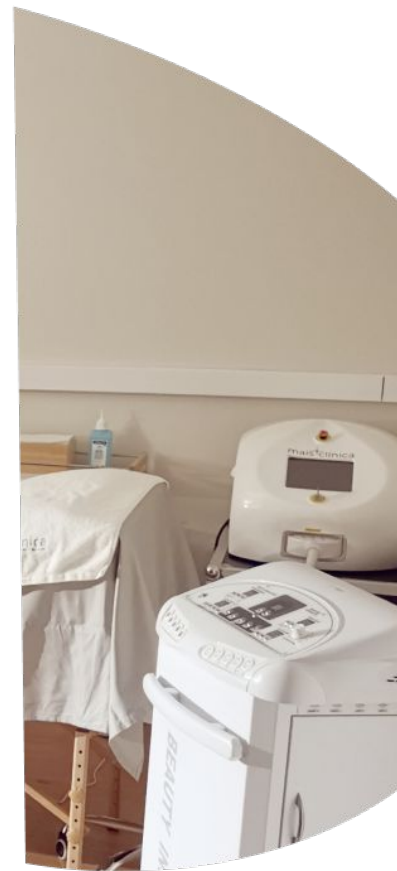
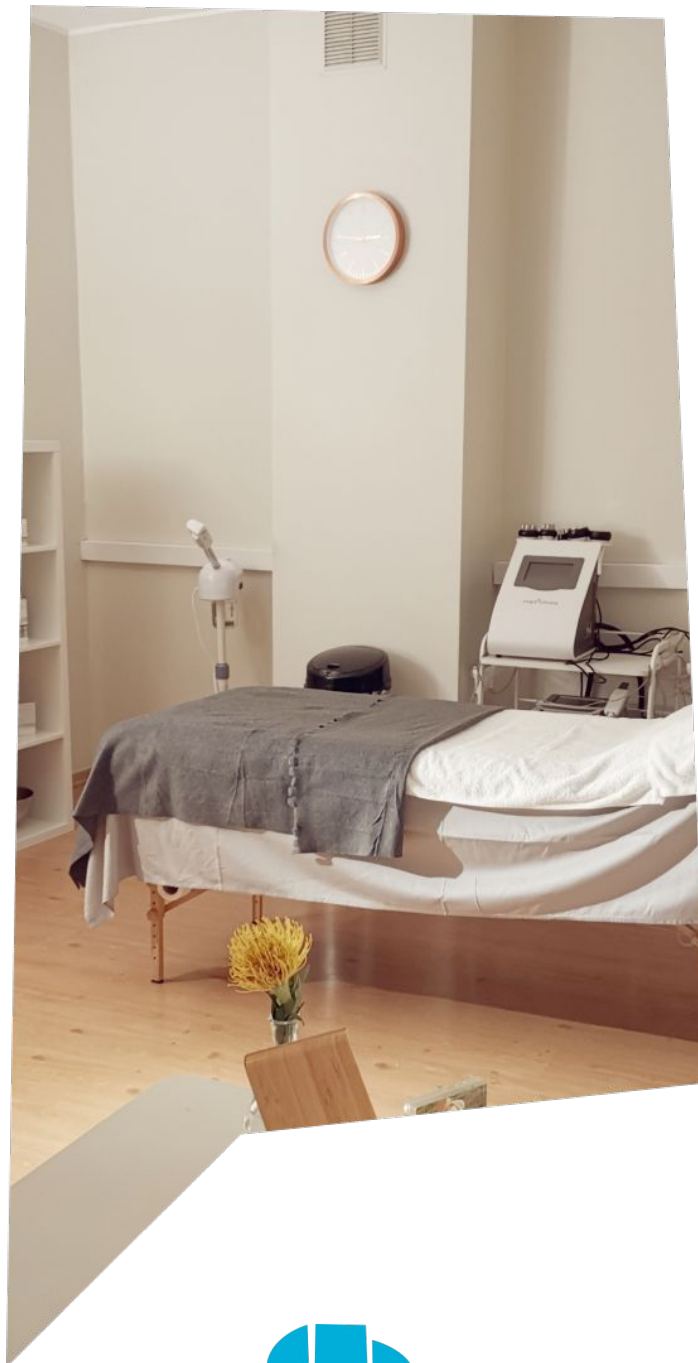


Case Study E-goi

MaisClínica

Saúde e Bem-Estar



CASE STUDY

maistclínica



Uma vida inteira dedicada à fisioterapia em várias clínicas de renome, milhares de horas de tratamentos e centenas de clientes depois uma certeza: a vontade de sair da zona de conforto, de evoluir, de arriscar e de abrir o seu próprio negócio.

Cátia Almeida, esposa e mãe, fisioterapeuta de formação, empreendedora de sangue, decide então juntar-se à nutricionista Helena Alencastre e abrir a MaisClínica na cidade da Maia, com uma oferta diversificada de especialidades e serviços, que se relacionam e complementam entre si, na promoção do bem-estar e da saúde, física e psicológica, indo muito além da simples prestação de serviços.

Desde a sua génese a MaisClínica tem como missão não a venda de serviços, mas a promoção do bom funcionamento do organismo como um todo, respeitando e otimizando a sua fisiologia, promovendo a saúde, a qualidade de vida e a longevidade.



O Problema

Se para as suas fundadoras, a missão da Mais Clínica era bastante clara, já a sua execução implicaria várias complexidades, as quais tinham a certeza de que nunca conseguiriam suportar sozinhas.

Os obstáculos a ultrapassar eram enormes: gestão de um espaço físico, fornecedores, colaboradores, atendimento ao cliente... o que para alguém que se lançou pela primeira vez a solo num negócio próprio tornava-se inviável. Mas não é tudo.

Sem nunca terem trabalhado com vendas e ainda sem autoridade e reconhecimento no mercado, as sócias sabiam que precisavam focar-se em atrair clientes e fidelizá-los para pagarem o investimento que realizaram no novo negócio e garantirem a sua sustentabilidade para provarem a si próprias e aos mais próximos que valeu a pena arriscar.

A Solução

Identificadas as ameaças que poderiam deitar a perder todo o esforço e investimento realizados, 2 objetivos tornaram-se prioritários: **captar clientes e fidelizá-los.**

Gerir um negócio e divulgá-lo são duas faces da mesma moeda e é impossível dissociá-los. Um fornecedor que pudesse garantir as ferramentas adequadas para não só receber novas oportunidades como também ter a capacidade de atraí-las e desenvolver toda a comunicação com o cliente de forma automatizada, de forma fácil e com um preço acessível parecia ser uma solução difícil de encontrar no mercado.

O E-goi, pela sua flexibilidade, variedade de canais, funcionalidades e materiais de apoio acabou por ser a peça chave que faltava para dar resposta aos problemas e necessidades da clínica e assim contribuir decisivamente para a sua sustentabilidade financeira e redução de custos operacionais.

maistclínica

As Ações

Integração total

O primeiro passo para conseguir uma comunicação assertiva, é conseguir uma sincronização em tempo real entre aquilo que o seu Cliente ou Lead faz e a ferramenta de comunicação que utiliza.

No caso da MaisClínica, a plataforma de conteúdos que escolheram para o seu site foi o Wordpress e como o E-goi possui um plugin de integração, esta sincronização foi muito fácil de implementar: <https://wordpress.org/plugins/smart-marketing-for-wp/>

Esta integração, para além de sincronizar os dados de todos os clientes que pediram mais informações ou se inscreveram para realizar um tratamento, acrescenta ao site a capacidade de tracking, permitindo, através do E-goi, comunicar com o visitante com base nas ações que ele faz no próprio site, como visualização de determinado tipo de serviços, categorias, etc.



maistclínica

Atrair potenciais Clientes

Inserido na sua estratégia, a MaisClínica realizou Landing Pages integradas com formulários E-goi. Metade do caminho estava percorrido. Agora o desafio era atrair potenciais clientes para as Landing Pages.

Uma das formas mais interessantes para conseguir captar novos clientes para a clínica foi a [criação de Anúncios na Google em poucos minutos sem sair do E-goi.](#)

Para colocar em prática bastou criar os textos, incluir o logótipo da empresa, definir quantos potenciais clientes quer alcançar (no caso, como se trata de uma clínica na Maia pode restringir o alcance, por exemplo, a mulheres no distrito do Porto) e publicar o anúncio.



The image shows a landing page for 'Depilação Laser Díodo' (Laser Diode Hair Removal). The main heading is 'Depilação Laser Díodo' and the sub-heading is 'A opção mais rápida, cómoda, económica e eficiente de depilação'. Below this, there is a list of benefits, with the first one being '1. Para todos os tons de pele'. A contact form overlay is visible, titled 'Após preencher os dados receberá um SMS e uma chamada nossa para agendar a sessão no dia mais conveniente para si.' The form includes fields for 'Nome', 'E-mail', and 'Telefone' (with a dropdown for 'Portugal (+351)'). A yellow button labeled 'Agendar a Sessão' is at the bottom of the form. The MaisClínica logo is also present at the bottom of the form overlay.

maistclínica

Lembretes de Consulta Automáticos

A partir do momento em que o cliente se inscreve para agendar a sua sessão, é enviado um email e um SMS automáticos para a clínica verificar a disponibilidade de agenda para o tratamento.

Em simultâneo é enviado um SMS ao cliente a confirmar a inscrição, avisando que haverá um contato posterior para agendar a sessão.

Como o [calendário de marcações de consultas criado no Calendly está integrado com o E-goj](#), 2 dias antes da data da sessão é enviado um lembrete automático ao cliente com a data e hora.



maistclínica

Integração do offline com o Online

Ciente que manter os clientes que investe para captar é uma das chaves para o sucesso do negócio, o espaço físico da Mais Clínica foi aproveitado para uma estratégia de captação e fidelização de clientes. Para isso conta com o apoio do Qero, uma spin off da E-goi com soluções de comunicação e fidelização.

Uma das capacidades que a Mais Clínica ganhou com a utilização do Qero, foi poder criar o seu próprio captive portal e associá-lo ao fornecedor de internet da clínica.

Assim, quem está na sala de espera regista-se para ter acesso gratuitamente, o que permite à Clínica ter todos os registos de acesso. Isso permite-lhe enviar um SMS automático de boas-vindas ao entrar no espaço físico da clínica. Mas não é tudo.

Acesso à rede Qero Wifi

Nome *:

Telemóvel *:

Li e aceito os [termos e condições](#)

ACEDER À REDE QERO WIFI

* Para ter acesso ao Qero WiFi terá que preencher os campos:
Nome, Telemóvel e aprovar os Termos e Condições de Utilização

maistclínica

maistclínica

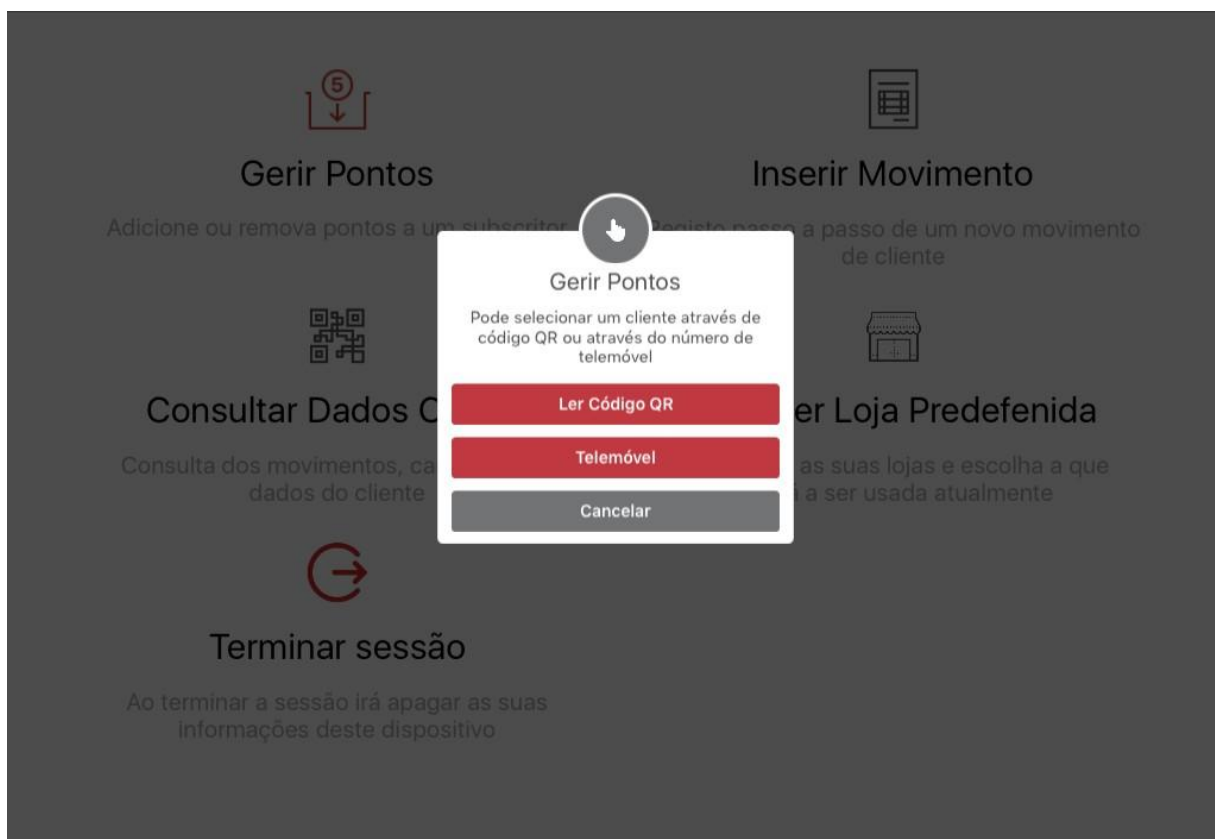
Fidelização com Programa de Pontos

Com o Qero a clínica passou a ter o seu próprio programa de fidelização. Para isso, configurou no Qero os serviços disponíveis e os seus preços atribuindo pontos por cada serviço.

Integrado com a tecnologia da E-goi, é enviado um email sempre que cada tratamento é realizado, avisando o cliente dos pontos ganhos e quanto falta para ter o seu desconto num tratamento à sua escolha.

Com a informação de cada venda a ser registada no E-goi, a clínica ficou com a capacidade de fazer cross selling, ou seja, de comunicar serviços complementares.

Assim conseguiu aumentar o seu volume de vendas por cada cliente. Tudo de forma automatizada.





O Resultado

A MaisClínica é um daqueles clientes que nos deixa muito orgulhosos e com vontade de continuar a melhorar porque consegue tirar partido de várias funcionalidades que o ecossistema da E-goi disponibiliza mesmo sem ter muito tempo disponível para a comunicação e para o marketing porque se trata de uma pequena empresa com grandes ambições mas com recursos limitados. Mesmo assim e com o foco a ser a conquista de novos clientes e a fidelização, com o E-goi a MaisClínica conseguiu também minimizar o tempo investido em tarefas manuais. Os resultados deste trabalho são claros:



22%

Mais Conversões
de Leads em Clientes



265%

Aumento
do ticket médio



36%

Mais vendas
Recorrentes (2ª e 3ª
compra)



332%

Crescimento
da base de dados



68%

Redução de custos
em anúncios no Google



50%

de automatização
de processos desde a
aquisição, venda e
fidelização

maistclínica

O Futuro

Escalar o Negócio e Expandir

Segundo Cátia, sócia-fundadora da MaisClínica, com os processos de captação e fidelização de clientes a funcionar em piloto automático, o futuro passa por re-investir e consolidar os processos de captação e fidelização para conseguir escalar o negócio. Nos seus horizontes está já a abertura de um novo espaço físico.



O E-goi teve um impacto muito positivo em várias áreas estratégicas para o nosso negócio: marketing, comunicação, operacional, logística e atendimento ao cliente. Desde a facilidade de construção de landing pages e campanhas com templates prontos passando pela criação de anúncios para captação de novos clientes e automatização da comunicação, tornou-se uma ferramenta indispensável e que nos ajudou muito não só a crescer mas também na partilha de conhecimento que é fundamental para quem está a começar um novo negócio. Não podia estar mais satisfeita!

Cátia Almeida - Sócia-gerente MaisClínica



maistclínica



www.e-goi.com