Como utilizar o Instagram na clínica?

iClinic

Índice

Introdução

Como criar o perfil no Instagram?

Como otimizar a bio do Instagram?

- Como adicionar links na bio
- Links curtos para divulgar seu perfil

Quais são as melhores imagens?

- Menos é mais
- Como utilizar fotos?

Qual posicionamento utilizar?

- Qual é o público alvo da sua clínica?
- Quais os seus diferenciais perante a concorrência?
- Qual a melhor forma de falar com o público?

Qual conteúdo divulgar?

- Analise seu concorrente
- Humanize sua marca, mas não confunda pessoal com profissional
- Faça vídeos
- Faça stories
- Mantenha a periodicidade
- Patrocine suas melhores publicações
- Mensure os resultados e aprenda com eles
- Atividades
- Conteúdo
- Público

Conclusão

Introdução

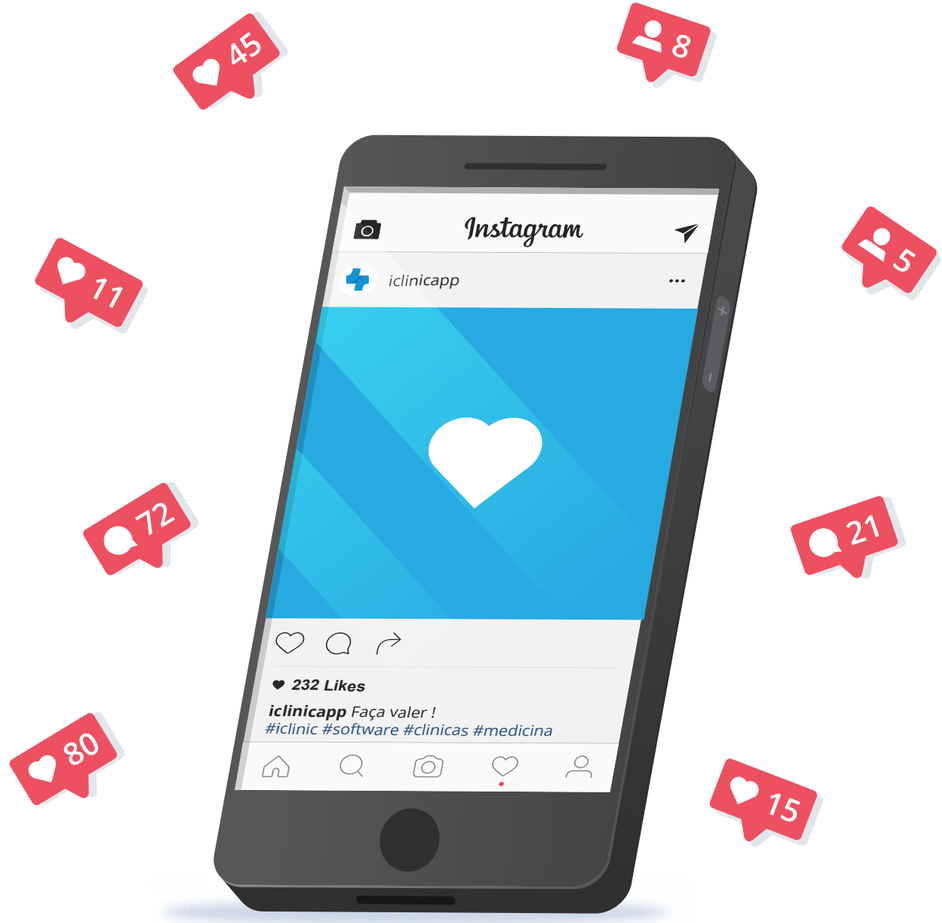
Bom, se você chegou até aqui é porque já entendeu a **importância que o Marketing Digital** tem para clínicas e consultórios médicos. Provavelmente você também percebeu que não é tão simples assim divulgar seus serviços médicos na internet. Além de ser obrigatório seguir as regras do CFM, provavelmente seus concorrentes também utilizam as mídias digitais, como o Instagram e Facebook, e tem como objetivo impactar o maior número de usuários possíveis e **atrair novos pacientes**.

Na prática, isso significa que aquele usuário que tem todo potencial para ser seu novo paciente, **não encontra somente a sua clínica**, mas também seus concorrentes. Por isso, criar um perfil em uma rede como o Instagram e postar publicações aleatórias, rezando para que os clientes encontrem seu consultório e ainda prefiram você à outra empresa que aparentemente é igual a sua, não é a melhor decisão.

É preciso utilizar as mídias digitais de forma estratégica, se posicionando corretamente, **destacando os diferenciais** da sua empresa e **criando uma identidade online**, para que o cliente encontre você e consiga perceber que está escolhendo uma clínica competente e atualizada com o mercado.

Até aí tudo bem, você já deve ter entendido a importância que o marketing online tem para o médico e seu negócio. Mas nós da iClinic sabemos que tão importante quanto entender o valor de uma boa estratégia, é conseguir **colocar ela em prática corretamente e colher seus resultados**.

Por isso, nesse eBook vamos ensinar você a utilizar o Instagram na sua estratégia de Marketing Médico, para reforçar o **posicionamento da sua clínica e conquistar mais pacientes**. Vamos lá:

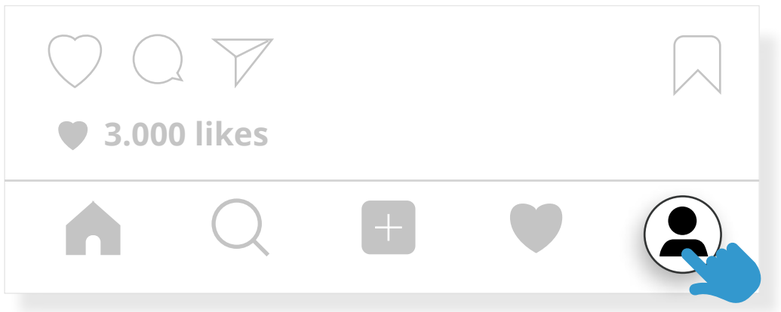


Como criar o Perfil no Instagram?

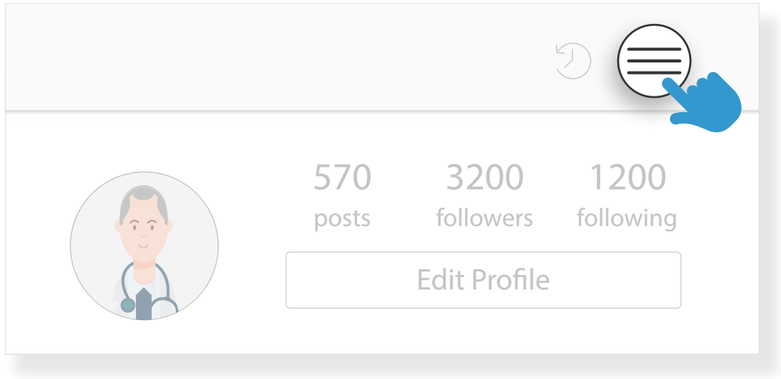
Criar o perfil não envolve nenhum grande segredo, entretanto, recomendamos que clínicas e consultórios médicos utilizem o **perfil comercial**, que é o mais indicado para empresas, por oferecer algumas vantagens de divulgação e mensuração. Ou seja, você consegue criar Ads (anúncios pagos) e ter mais dados, como quais foram as publicações mais populares e ainda colocar botões de ações diretamente no seu perfil.

A melhor parte é que a migração do perfil pessoal para o comercial é bem descomplicada e rápida de fazer:

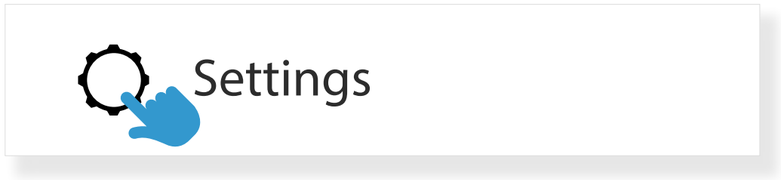
— Abra seu Instagram, clique na imagem do seu perfil localizada na parte inferior do lado direito (logo ao lado do coraçãozinho).



— Agora você deve ver o seu perfil, com fotos publicadas, Bio, números de seguidores e etc. Basta clicar no ícone com 3 riscos horizontais, no canto superior direito.



— Na sequência, clique no último ícone, “Configurações”, com o ícone de uma engrenagem.



— Selecione “Conta”.

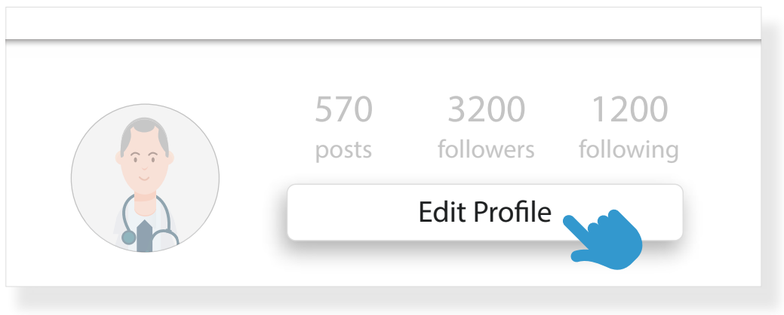
— Você irá visualizar a frase “Mudar para conta Comercial” na cor azul. Clique nela e siga as ações solicitadas.

— Pronto, você acaba de migrar sua conta no Instagram para uma conta comercial.

Como otimizar a Bio do Instagram?

A Bio é o espaço existente logo abaixo do seu nome, no seu perfil do Instagram. Lá é possível escrever o que você quiser. Geralmente, coloca-se a profissão, hobbies ou alguma frase de efeito. **O espaço é realmente livre**.

Caso ainda não tenha feito, capriche na descrição da sua Bio do Instagram. Vá até a opção **"Editar perfil"** e descreva seu negócio de uma **forma atraente e profissional**.



Caso necessário, divida as informações com espaçamentos e quebras de linhas e claro, **utilize os famosos emojis** (com cuidado e profissionalismo) para que sua Bio fique ainda mais atrativa.

Como adicionar links na Bio

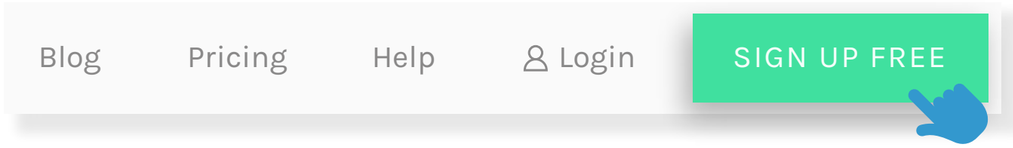
O Instagram é incrível e permite inúmeras possibilidades de Marketing Pessoal ou Corporativo, mas você já deve ter percebido que ele também tem lá os seus problemas, ou dificuldades na hora de divulgação.
Um deles é sem sombra de dúvidas a **limitação de links**.

Se você tem mais de um link para divulgar, como um site, outras redes digitais e principalmente, o seu Perfil Online da iClinic, não irá conseguir adicionar todos eles na sua Bio do Instagram, pois a **rede permite apenas 1 link no perfil**.

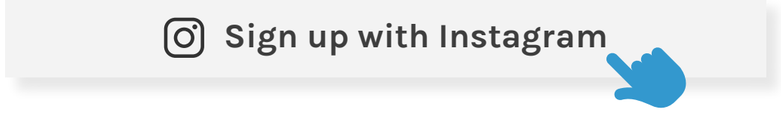
Mas não entre em pânico, existem soluções para lidar com esse problemas, como o **Linktree**. Com essa ferramenta é possível gerar uma espécie de menu, com botões que levam os usuários para os sites que você desejar.

A princípio, configurar o Linktree pode parecer algo complicado, mas não é e com certeza todo o tempo investido nessa configuração será muito útil para você e seu consultório e nós vamos fazer esse passo a passo com você:

- Acesse o site https://linktr.ee/.
- Clique em **"Sign up Free"**, no canto superior direito.



- Para facilitar o processo, clique em **“Sign up with Instagram”**. Faça seu login com os seus dados do Instagram e confirme que você deseja utilizar os serviços da ferramenta clicando em Authorize.



- Nesta etapa, basta **definir seus dados**, que normalmente são os mesmos que o Instagram, inserir seu e-mail e confirmar.
- Depois, escolha o **plano de sua preferência**. Acreditamos que pelo menos no início, o plano gratuito será suficiente.
- Agora você deve visualizar o admin, em que é possível **adicionar os links que você deseja divulgar**, sendo necessário apenas clicar em “Add new button/link” e preencher as informações.
- Caso deseje, você pode acessar a aba **“Settings”** e alterar as cores do seu tema, o plano gratuito oferece **4 opções de personalização**. Escolha a sua favorita e veja no lado direito como o seu menu fica.

Bom, aqui você tem a liberdade de colocar os links que desejar. Mas por uma questão de estratégia, recomendamos que você selecione muito bem quais links você adicionar. Isso porque não é interessante colocar muitos direcionamentos para o cliente, pois ele pode ficar confuso no meio de tantas alternativas e não tomar a ação mais importante: **entrar em contato com você e agendar uma consulta**.

Por isso, é importante que antes de adicionar um link, você analise se ele está agregando **valor à sua imagem profissional**, e se ao acessá-lo, o usuário **conseguirá agendar uma consulta**.

O seu Perfil Online, provavelmente será a melhor escolha, principalmente se você possuir o agendamento online, pois ele vai conter todas as informações importantes e valorizadas pelo futuro paciente de forma clara e objetiva, além de ser possível já agendar uma consulta.

Com tudo configurado, está na hora de copiar o link do seu Linktree na sua Bio.

Para isso, volte para o seu Perfil no Instagram, clique no botão **“Editar Perfil”** e cole no campo **“Site”** do seu Instagram.

Como criar links curtos na divulgação

Quando se trata de Links no Instagram, a Bio é um item básico para você divulgar melhor o seu Perfil Online. Mas também existem outras formas de divulgação que você pode utilizar constantemente nas suas postagens.

O Link encurtado é uma **opção bem útil na hora de compartilhar** um site que tem o endereço muito extenso e pode dificultar no momento de divulgá-lo.

Gerando um link curto, a tendência é facilitar aqueles momentos em que o seu possível paciente não pode simplesmente clicar no link, sendo necessário escrever o site por conta própria.

É por isso que um link encurtado pode ser uma ótima estratégia para **divulgar o seu perfil online em todas as postagens**. Como? Mesmo que os endereços de sites não fiquem clicáveis nos textos de suas postagens no Instagram, eles ficam bem mais fáceis para os usuários entenderem e escrevem por conta própria no navegador.

Além do mais, com um link curto você pode escrever de forma atraente o endereço do Perfil nas suas imagens publicadas no Instagram.

Então, se você quer otimizar ainda mais a divulgação do seu Perfil Online, recomendo que escolha o seu **encurtador de link favorito**, faça seu cadastro, encurte seu link e comece hoje mesmo a trabalhar para conquistar novos pacientes.

Se você está em dúvidas sobre qual encurtador de links utilizar, saiba que existem muitas opções além do Bit.ly, e a Rock Content já fez um compilado muito bacana que você pode conferir aqui: https://rockcontent.com/blog/encurtadores-de-url/

Quais são as melhores imagens?

É impossível negar, no mundo online **uma imagem vale mais do que mil palavras!** Mas é preciso ficar atento porque elas podem valorizar ou prejudicar a sua empresa.

Uma imagem atrativa, seguindo padrões visuais e transmitindo profissionalismo, pode ser uma **forma incrível de atrair mais pacientes**, enquanto uma imagem com aspecto amador e desleixado pode afastar muitos possíveis pacientes.

Por isso, vamos seguir com algumas dicas que podem ajudar a sua clínica a não fazer feio na internet:

Menos é mais

Quando se trata de design, o mais recomendado é **não extrapolar nos itens e informações presentes na imagem**. Muito texto ou elementos visuais em uma mesma imagem, além de não ser bonito, deixa o usuário confuso. Então, evite escrever texto longos ou escolher imagens que tentam passar várias informações de uma única vez.

Se você não é um conhecedor de ferramentas de edições visuais como o Photoshop, não tem problema, ainda é possível fazer um trabalho respeitável utilizando algumas **ferramentas disponíveis na internet** e até mesmo na loja de aplicativos do seu celular.

O Canvas é a nossa dica Lá você encontra um **leque de opções de layouts** para diversas redes sociais, incluindo o Instagram. Você só precisa dedicar um tempinho para escolher a foto certa e começar a desenvolver a imagem perfeita para divulgar seu trabalho no Instagram.

- **Acesse** https://www.canva.com/.
- **Crie a sua conta** - Escolha “utilizar o Facebook ou Gmail” para logar para agilizar o processo.
- No campo de pesquisa logo abaixo do **“Que design você gostaria de criar”**, escreva Instagram e escolha entre Post e Stories. - Aqui vamos escolher o Post
- **Escolha o template** que você mais gosta e que está de acordo com a mensagem que você gostaria de transmitir para o seu público.
- **Troque as imagens** pelas que você possui e deseja utilizar. Para isso, basta ir até o item “Upload” na coluna da esquerda e clicar em **“Faça upload de uma imagem”**.
- Depois de carregar a sua imagem, clique nela, segure e arraste até a imagem que você quer substituir. Caso não fique alinhado como deseja, é só dar um duplo clique na foto e alinhar como preferir.
- Agora **atualize os textos com a sua mensagem**. Alinhe conforme a necessidade e pronto, você tem uma imagem bonita e profissional para adicionar no seu Instagram.

Como utilizar fotos?

Nós acabamos de explicar como utilizar imagens com texto de forma atrativas. Mas nada impede você de utilizar apenas fotos, sem texto ou qualquer outro elemento.

Na realidade, coloque os textos nas imagens somente quando tiver uma mensagem realmente interessante para apresentar.

E quando se trata de fotos, nossa dica para ter fotos de qualidade são:

1- Limpe a lente

Pode parecer uma dica básica demais, mas acredite, é bem possível que aquela foto que você tirou e não gostou, porque não conseguiu focar como gostaria ou ficou com um leve borrão em alguma parte, teve como principal vilão a lente suja. Afinal, poucas pessoas tem o **costume de limpar as lentes das câmeras**, principalmente dos **celulares**.

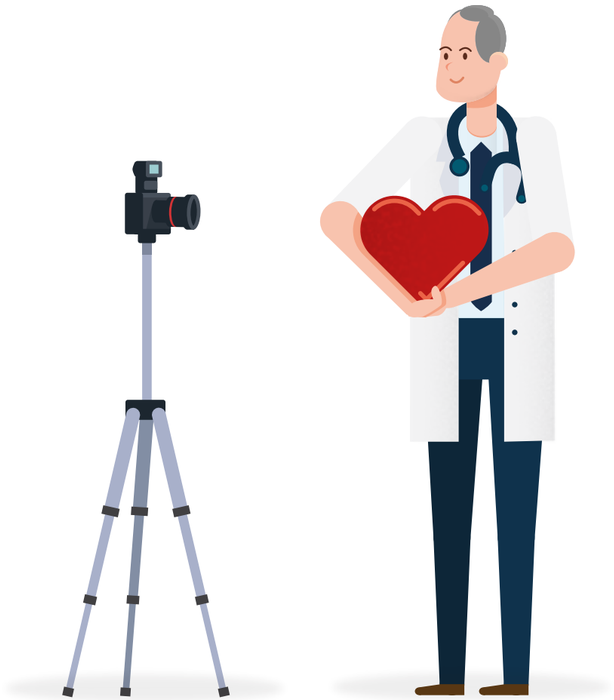
2 - Certifique-se de que a luz está adequada

A luz ambiente pode não ser suficiente para ter uma fotografia de boa qualidade. Nesse caso, é recomendado tirar as fotos nos períodos em que a luz solar ajude a iluminar o local. Você pode também **investir em iluminadores de LED** para garantir uma boa composição de luz independente do horário.

3 - Saiba quando utilizar o Flash

Em 95% das vezes em que o Flash é utilizado com o objetivo de iluminar o ambiente na hora de fotografar, ele acaba piorando a foto, pois normalmente só se ilumina apenas um local, um ponto focal, o que não gera resultados satisfatórios e ainda pode alterar as cores reais da cena.

Por isso, é importante que você analise a real necessidade de utilizar o Flash na foto e, também, **qual é a melhor posição** para colocá-lo.



4 - Cuide do espaço

A foto é uma das forma de registrar permanentemente o momento, e o espaço também. Por isso, verifique se o **local está organizado** e mostrando somente o que for necessário que o usuário veja. **Lembre-se da regra do menos é mais** e escolha um único objeto ou pessoa para dar destaque à foto.

5 - Descubra seu melhor ângulo

A dica para postar a selfie perfeita é tirar várias fotos e testar vários ângulos e expressões, assim você descobre quais te valorizam mais e garante que sempre terá a **imagem profissional que precisa para conquistar seu público**.Qual posicionamento utilizar?

Falando de como valorizar a sua imagem, um dos pontos mais importantes em um planejamento de Marketing Digital, é definir e seguir um **posicionamento verdadeiro e coerente com o seu mercado**.

Quando falamos em posicionamento de uma marca, estamos falando de como uma empresa, no caso a sua clínica, deseja ser vista pelo mercado.

Você quer que sua clínica seja conhecida por ter apenas profissionais experientes, com um longo tempo no mercado? Ou por ter uma equipe moderna, sorridente e um ambiente clean? Ou que seja vista como uma clínica de atendimento humanizado?

Enfim, para que toda divulgação que você fizer tenha um propósito claro, é importante definir qual será o posicionamento do seu negócio. Para isso, sugerimos que você analise alguns pontos, como:

Qual é o público-alvo da sua clínica?

São mães, idosos, atletas, pessoas que enfrentam uma doença ou momento específico etc. É importante também analisar a **idade média dessas pessoas**.

Quais os seus diferenciais perante a concorrência?

Por qual motivo eles escolheriam a sua clínica à concorrente? O que vocês fazem muito bem feito?

Qual a melhor forma de falar com o público?

Um tom formal ou informal? Um conteúdo informativo, esclarecendo alguns temas ou técnicas?

Tenha essas respostas muito bem claras e com base nelas defina quais as melhores características da sua empresa para divulgar e atrair seu paciente ideal. **Antes de postar qualquer coisa, veja se o post em questão está alinhado com elas**.

Atenção:
Lembre-se que o seu posicionamento no mercado deve estar muito bem alinhado com a realidade da sua clínica. **Não crie uma expectativa diferente da realidade**. Não adianta passar a imagem de uma equipe moderna, sorridente e clean e quando o paciente chegar para a consulta, encontrar uma equipe cheia de processos, pessoas sisudas e ambiente ultrapassados. Isso só irá frustrar o paciente, que além de não voltar, ainda será um detrator da marca.Qual conteúdo divulgar?

O conteúdo está diretamente relacionado ao **posicionamento da sua clínica**, pois quando você sabe qual imagem deseja passar ao seu público, consegue alinhar e filtrar os conteúdos certos para atrair os pacientes que precisa.

Dessa forma, se ficou definido que seu posicionamento será de uma clínica com ambiente clean e com uma equipe de profissionais que está constantemente se atualizando, você provavelmente deve publicar fotos que destaquem os espaços agradáveis da sua clínica com cores claras e harmônicas, assim como conteúdos de dicas, novidades do mercado e claro, de sua equipe médica presente em seminários, congressos etc.

Analise seu concorrente

É interessante ficar atenta ao mercado, e analisar concorrentes pode ser uma ótima fonte de inspiração, tanto para o que fazer e o que definitivamente não fazer no seu Instagram.

Veja as redes dos seus concorrentes e **analise as postagens que tiveram mais resultados e engajamento**, considerando não somente curtidas, como também comentários e usuários interessados em saber mais sobre algum assunto. Tente abordar o mesmo tema seguindo a linguagem e posicionamento da sua clínica, publique e analise os resultados.

Assim como a lógica de se inspirar nos melhores posts dos seus concorrentes, observe se algum tema ou postagem não foi bem aceito, ou simplesmente não teve engajamento e evite fazer algo parecido.

Humanize sua marca, mas não confunda pessoal com profissional

É normal que as empresas procurem deixar a comunicação com os pacientes mais íntima, com o objetivo de humanizar as marcas, porém, muitos acabam cruzando o limite entre o pessoal e o profissional.

Sabemos que **pessoas compram de pessoas, por isso uma marca não pode ser fria e impessoal**. Mas lembre-se, por mais que elas busquem empresas e médicos que falem como elas, elas ainda procuram alguém profissional, capaz de passar confiança e credibilidade.

Faça vídeos

Os vídeos dominaram a internet e, não por menos, se tornaram uma das principais atrações do Instagram. Seja no Stories ou no Feed, os vídeos conquistam cada vez mais adeptos e você pode aproveitar essa estratégia.

Para equilibrar seu tempo entre os atendimentos e a produção de bons conteúdos, **foque em vídeos curtos gravados na vertical** e com um tema abordado de forma simples e eficiente, assim você tem mais chances de entregar informações que as pessoas vão assistir do começo ao fim.

Recomendamos que pense em um roteiro. Ele não precisa ser nada extremamente elaborado, mas pensar bem no que falar, quais tópicos abordar e em qual tom, evita que você tenha que dedicar muitas gravações para acertar.

E mais uma vez, pelo menos no início, você não precisa ter uma super equipe, como uma produtora de vídeos. Um bom celular, em uma sala bem iluminada, já serve para você começar a divulgar o seu negócio.

Mas fique atento à qualidade do áudio. Os usuários precisam ouvir claramente a sua voz. Então, se for necessário, invista em um microfone de lapela (aqueles “grudados” na roupa), eles são ótimas alternativas com diversos valores.

Para editar seu vídeo, aposte em aplicativos de celulares para facilitar a sua vida. O WeVideo, o KineMaster ou VivaVideo para iPhone e o Quik, o VideoShow ou o PowerDirector para Android, podem resolver as suas necessidades iniciais de edição de vídeo.

Você também pode aproveitar os vídeos para divulgar o link encurtado

do seu perfil, basta adicionar o endereço do link na tela e deixá-lo como um marca d'água durante todo o vídeo, ou dependendo do app escolhido, coloque o link no início ou final do vídeo.

Faça Stories

Uma das coisas que mais bombam no Instagram são os Stories e, se você puder, utilize-os em sua estratégia de divulgação, seja por meio de vídeos ou com imagens. O Canva também tem templates de imagens com as dimensões certas para o Stories. Já para os vídeos, basta gravar na vertical e tentar fazer o vídeo com até os 15 segundos iniciais do Stories, ou no máximo 30 segundos.

Ahh! E se sua clínica já conquistou a marca de 10 mil seguidores no Instagram, você pode divulgar links pelo Stories, ou seja, uma nova oportunidade de divulgar o seu Perfil Online.

Mantenha a Periodicidade

Em redes sociais **a constância é fundamental**. O Instagram da sua clinica precisa estar constantemente atualizado, principalmente se utilizar os Stories.

É claro que você não deve lotar seu feed de postagens desinteressantes, apenas para atualizar o Instagram diariamente, **qualidade é muito melhor do que quantidade**. Mas é preciso manter um fluxo de publicações de novos conteúdos, o público precisa se acostumar a ver sua marca e se lembrar dela.

Por exemplo, comece estabelecendo que toda segunda, quarta e sexta, você irá publicar novos conteúdos no Instagram. Tire algumas horas de um dia mais calmo e já prepare imagens e textos das postagens da semana, para que você só tenha o trabalho de publicar na hora e dia planejado. Ou até mesmo, **utilize uma ferramenta de agendamento** e já deixe tudo pronto, bastando você programar uma única vez as postagens que preparou.

Não se esqueça de semanalmente deixar uma postagem para falar do seu Perfil Online, utilize seu link encurtado e lembre as pessoas de acessá-lo. Ou, ainda, indique no texto da publicação que elas podem conferir todas as suas informações profissionais acessando o link que está na sua Bio.

A divulgação é fundamental para você colher bons resultados.

Patrocine suas melhores publicações

Percebeu que uma publicação bombou, ou quer passar uma mensagem muito importante para o seu público-alvo? Potencialize os resultados através do Instagram Ads.

Assim como o Facebook Ads, patrocinar no Instagram permite que você segmente públicos por:

- Gênero;
- Idade;
- Região;
- Interesses gerais (música, esportes, tecnologia);
- Interesses e formas de consumo;
- Tipos de dispositivos e sistemas de acesso;
- Momentos de vida (prestes a fazer aniversário, formado, casado, trabalhando);
- E públicos personalizados gerados pelo pixel do Facebook ou tendo sua lista de pacientes como base (quem acessou seu site, lista de contatos e etc).

Para não jogar dinheiro fora, você precisa segmentar bem e tomar cuidado em cada etapa do processo de criação do link patrocinado, que deve ser realizado dentro do gerenciador de negócios do seu Facebook.

Mensure os resultados e aprenda com eles

Se você acompanhou todo o guia, já entendeu o que precisa fazer para começar a divulgar a sua clínica, ou consultório médico no Instagram, e esperamos que você tenha colocado o máximo de ações em prática.

Depois disso, está na hora de analisar seus dados para mensurar seus resultados.

> Essa é a melhor forma de entender o que funcionou, o que pode funcionar e o que é melhor evitar, nas próximas divulgações.

No início você pode utilizar o Instagram Insight para obter esses resultados.

Para isso, basta ir até o seu perfil, clicar nos 3 risquinhos e depois em “Informações”.

Nessa parte você conseguirá acessar 3 abas:

Atividades

Aqui ficam os dados relacionados diretamente às interações, como quantas visitas o seu perfil teve, quantas pessoas foram impactadas e quantas impressões tiveram as postagens.

Interações: por meio de um gráfico de barras, você descobre quantas

cliques no site, e-mail e quantas visitas seu perfil teve, e ainda pode comparar os dias da semana com mais acessos. Normalmente, esses dias são os mesmo que você publicou algum conteúdo.

Descobertas: ainda com gráficos de barra, você encontra quantas pessoas tiveram contato com o seu perfil ou conteúdo nos últimos dias. Em que o Alcance representa uma estimativa de quantas contas únicas, viram suas publicações e Impressões representa o número total de vezes que suas publicações foram vistas, considerando que algumas contas visualizaram suas publicações mais de uma vez.

Conteúdo

Nessa aba, você terá acesso a dados relacionados a performance de cada um de seus últimos conteúdos, que estão dividido em 3 categorias: publicações, stories e promoções.

Publicações: você pode visualizar as métricas de uma única postagem, ou de várias postagens de uma única vez.

Os principais dados dessa categoria são:

- Número de likes e comentários no post.
- Número de ações/interações que os usuários realizaram no seu perfil, isso inclui ações como seguir você ou clicar nos links da sua bio.
- Números de usuários que salvaram uma postagem do seu perfil.

Aqui também aparece informações sobre as postagens com melhor desempenho, considerando os últimos 30 dias.

Stories: nessa parte você consegue saber quantas pessoas tocaram para avançar ou voltar em seus Stories, quantas pessoas saíram antes de acabar ou responderam, quantas impressões teve, e até mesmo localizações e hashtags de destaques.

Promoções: aqui é uma parte exclusiva para patrocinar uma postagem diretamente pelo Instagram e conferir as métricas referentes a ela. Mas se você quer uma segmentação mais eficiente e ter mais controle sobre os resultados, recomendamos que você utilize o gerenciador de negócios do Facebook.

Caso tenha patrocinado por esse espaço, você encontrará o número de pessoas que visualizaram a postagem, o total de impressões, dados demográficos e o valor financeiro que foi investido.

Público

Aqui você tem um visão geral do público que interagiu com sua postagem ou perfil. Por meio de 4 gráficos, você obtém a faixa etária, principais localizações, gênero e seguidores. Neste último, você consegue visualizar quais os horários e dias que seus seguidores mais acessam a rede.

Conclusão

O Instagram é uma das ferramentas mais importantes para divulgar sua clínica, seus atendimentos e seus serviços. Realize uma boa configuração da ferramenta, selecione as melhores imagens e tenha um posicionamento bem definido. Com todas as etapas bem realizadas você conseguirá atrair e fidelizar ainda mais seus pacientes.

Agora é a sua vez, coloque todas essas dicas em prática e use a sua criatividade para realizar a melhor divulgação. Obrigado por permanecer conosco durante todo o texto e até a próxima ;)

Sobre a iClinic

A iClinic é uma empresa que oferece software especializado para gestão de clínicas médicas, que pode ser acessado de qualquer lugar.

Nossa missão é descomplicar a gestão de clínicas e consultórios, ajudando médicos e administradores a cuidarem de seus negócios com os avanços e benefícios da tecnologia. Queremos tornar o atendimento aos pacientes mais eficiente e possibilitar uma experiência mais agradável para eles.

Escolhida pela Endeavor como uma das startups mais promissoras do Brasil, a iClinic já passou pelo programa de aceleração da Rockstart, em Amsterdã e no Vale do Silício. Entre as ferramentas oferecidas pelo software, estão: prontuário e prescrição eletrônicos, agenda online, envio automatizado de lembretes para pacientes e controle financeiro da clínica.

Links úteis:

Blog da iClinic Site iClinic Página da iClinic no Facebook