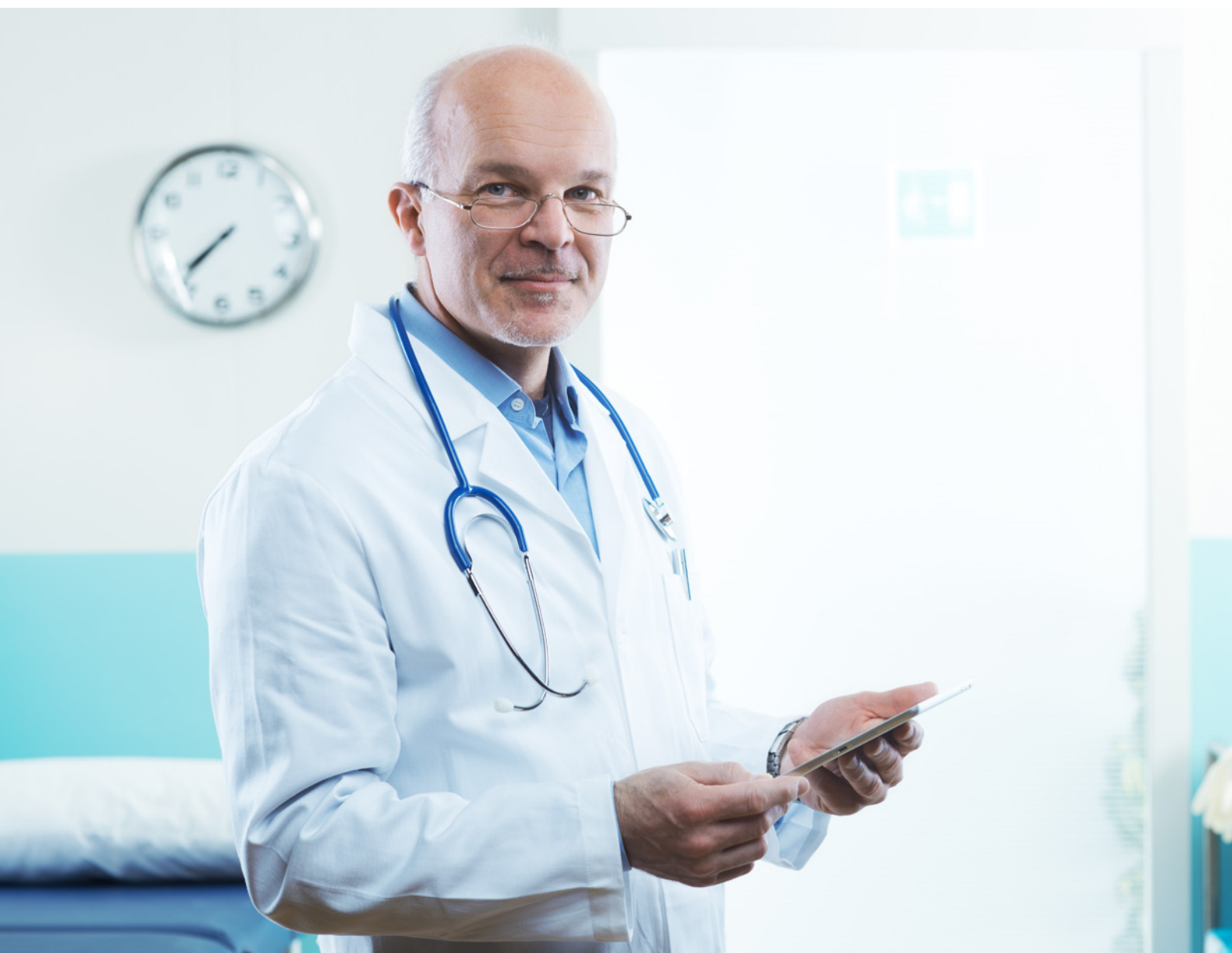


# JAK ZARZĄDZAĆ I SKUTECZNIE BUDOWAĆ **PROFESJONALNY** **WIZERUNEK LEKARZA** **W SIECI**

**PORADNIK**



# SPIS TREŚCI

## 3.

### WSTĘP

Internet jako źródło informacji o zdrowiu

## 6.

### ZNACZENIE INTERNETU W BUDOWANIU REPUTACJI LEKARZA

## 7.

### PACJENT W INTERNECIE

Rola Social Media w budowaniu reputacji lekarza

## 10.

### LEKARZ W INTERNECIE - DOBRE PRAKTYKI

Zbuduj swój profil w sieci

Aktualizuj dane o sobie

Zadbaj o swój wizerunek w sieci

Bądź w kontakcie z pacjentami

Udzielaj się, publikuj, dyskutuj

Podpisuj się własnym imieniem i nazwiskiem

Pozostaw po sobie dobre wrażenie

## 16.

### WIZERUNEK LEKARZA W INTERNECIE

Profesjonalizm lekarza w internecie

Jakie powinny być twoje reakcje na negatywne opinie pacjentów w internecie?

Odpowiedzi lekarzy w internecie

## 19.

### PRZEGLĄD MOŻLIWOŚCI I ROZWIĄZAŃ DO BUDOWY WIZERUNKU W SIECI

Profil lekarza na abcZdrowie.pl

Odpowiadanie na pytania

Korzyści dla eksperta

## 25.

### PODSUMOWANIE

# WSTĘP

Internet i nowe możliwości komunikowania się w sieci fundamentalnie zmieniły relację lekarz-pacjent. Głównym źródłem wiedzy pacjentów na temat zdrowia był przede wszystkim lekarz – to on wystawiał diagnozę oraz decydował o sposobie leczenia. Obecnie powszechne źródła wiedzy o zdrowiu zostały zmarginalizowane, a na pierwszym miejscu na liście źródeł, z których pacjenci czerpią informacje o zdrowiu, chorobach, czy leczeniu jest internet, a dopiero na drugim miejscu lekarz.

Rola internetu w kształtowaniu relacji lekarz-pacjent jest niebagatelna. W Polsce nadal mamy do czynienia z problemem zbyt późnego zgłaszania się pacjenta do lekarza celem zdiagnozowania choroby, co opóźnia rozpoczęcie procesu leczenia.

Co więcej, pacjenci często odraczają wizytę u lekarza kierując się zamieszczonymi w internecie informacjami. Od kilku lat obserwowany jest również proces zmniejszania zaufania pacjentów do lekarzy, co rodzi pewne implikacje dla zachowań podejmowanych przez pacjentów. Dodatkowo w internecie pacjent może znaleźć szereg serwisów, w których inni pacjenci wyrażają swoje opinie na temat poszczególnych lekarzy kształtując przekonania i postawy innych.

Rola lekarza w tym przypadku jest nieoceniona. Duży potencjał w zakresie budowania wizerunku lekarzy i kształtowania ich relacji z pacjentem tkwi w możliwościach i oczekiwaniach związanych właśnie z internetem. Cel działania lekarza jest jasny - zdrowie oraz życie pacjenta. W internecie pacjent narażony jest na oddziaływanie sprzecznych przekazów i szum informacyjny. Może to powodować poczucie zagubienia i niepewności pacjenta, który nie jest wystarczająco kompetentny, by dokonać właściwej i rzetelnej oceny wartości zamieszczonych w internecie informacji. Lekarze mają możliwość skorzystania z okazji do edukowania pacjentów, które oferuje im globalna sieć i powinni ją wykorzystać. Ważna jest aktywność w internecie i zadbanie o to, aby informacje zdrowotne tam zamieszczane miały charakter profesjonalny, były rzetelne i wiarygodne. Dodatkowo warto uświadomić sobie, że poprzez pomaganie pacjentom w ten sposób utrwalamy swój pozytywny wizerunek eksperta, co jest ważne w procesie budowania marki.

Należy mieć świadomość, że informacje czy porady zamieszczone w internecie mają tylko wspomagać rozwiązanie problemu zdrowotnego, nigdy zaś nie zastępują rzeczywistego kontaktu ze specjalistą. Od tego, jak obie strony będą poruszać się w sieci, zależy pozytywny wpływ internetu i sieci społecznościowych na służbę zdrowia.

# INTERNET JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI O ZDROWIU

W dobie globalizacji i szybkiego rozprzestrzeniania się informacji, dużego znaczenia nabiera umiejętność poszukiwania i publikacji treści w internecie. Poszukiwanie w sieci odpowiedzi na pytania z różnych dziedzin jest niezwykle powszechne.

Już dzisiaj z internetu można uzyskać prawie całą wiedzę o opiece zdrowotnej. Dlatego też, oczywistym wnioskiem jest, że każdy gabinet lekarski czy nawet specjalista prędzej czy później powinien dopasować się do zmieniającego się otoczenia, do najnowszych trendów marketingowych w ochronie zdrowia i poza posiadaniem strony internetowej, zacząć również dbać o swój pozytywny wizerunek.

Zgodnie z raportem World Internet Project Polska **80%** respondentów poszukuje informacji o tematyce zdrowotnej w internecie.

## Największe zainteresowanie dotyczyło informacji odnoszących się do:

- » objawów chorób (65%);
- » leków: ich działania, składu, ceny (41%);
- » leczenia chorób, zabiegów medycznych (33%);
- » diety, odżywiania się, witamin, suplementów (29%);
- » opinii o lekarzach i placówkach medycznych;
- » zdrowego stylu życia;
- » zdrowia dziecka.

Internetowe serwisy o zdrowiu są niemal tak popularnym źródłem informacji na temat choroby i leczenia jak lekarze! Mówi się nawet o zjawisku określanym mianem „**doktor Google**”, które zostało zdefiniowane jako stawianie „diagnozy” przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego, wnioskuje na podstawie własnej obserwacji skonfrontowanej z informacjami pochodzącymi z internetu.

Według badań i raportu przygotowanego przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych dla abcZdrowie.pl, **70%** respondentów szuka informacji o zdrowiu właśnie w internecie. Blisko dwóch na pięciu internautów, którzy przeszukują internet w sprawach zdrowotnych, robi to minimum raz w miesiącu.

**Lekarze są dopiero drugim najczęściej wskazywanym źródłem informacji o zdrowiu**, co wynika niewątpliwie z różnicy w dostępności lekarzy i źródeł internetowych. Te ostatnie są szybkie i całodobowe, ale jakość uzyskiwanych tam porad może czasami budzić wątpliwości (np. wypowiedzi osób, które nie mają wykształcenia medycznego na różnego rodzaju forach internetowych).

Pacjenci często wybierają internet, by zdobyć informacje na temat zdrowia ze względu na jego dużą dostępność, ale w ograniczonym stopniu mogą tam liczyć na fachową poradę. Wiele zależy od tego, na jakiej jakości materiały trafią, co poradzą im osoby na forach i jak zinterpretują te informacje. Wskazuje to na potrzebę, aby profesjonalną poradę lekarską można było otrzymać również przez internet. Według wspomnianego wyżej badania blisko trzech na czterech respondentów poproszonych o wyrażenie opinii uznało, że lekarze, którzy udzielają się online są nowocześni, wiedzą, jak wyjść naprzeciw potrzebom swoich pacjentów oraz zachęcić do wizyty u siebie. **Prawie 2/3** badanych stwierdziło również, że jest to przykład na to, że lekarze ci wiedzą, jak się promować.

W dobie mediów społecznościowych i najnowszych technologii relacja pacjent-lekarz przenosi się w nieco inny wymiar. Warto tę nową przestrzeń wykorzystać, aby całościowo budować swój własny wizerunek w internecie.

# ZNACZENIE INTERNETU W BUDOWANIU REPUTACJI LEKARZA

Zakres zarządzania swoją reputacją przez lekarza w internecie jest szerszy niż mogłoby się wydawać. Nie koncentruje się on wyłącznie na ocenach zamieszczanych przez pacjentów – obejmuje także skoordynowane działania organów rządowych i dużych organizacji, których wyniki są szeroko dostępne w internecie.

Podejmując wyzwanie zbudowania pozytywnego wizerunku lekarza w ochronie zdrowia w Polsce, trzeba uwzględnić szereg czynników, zarówno zależnych bezpośrednio od głównego zainteresowanego, jak i zależnych od niego pośrednio lub będących całkowicie poza zasięgiem jego wpływów tak, jak na przykład ocena systemu ochrony zdrowia.

## WSKAZÓWKA

Obecnie, ze względu na fakt, iż twoja reputacja w internecie to nierzadko pierwsze wrażenie, jakie na kimś robisz, warto zadbać, żeby była dobra. Twoja kariera zależy również od twojego wizerunku w sieci! Mimo iż niektórzy lekarze przekonują, że reputacja w internecie nie ma większego znaczenia, pamiętaj, że pacjenci przeszukują sieć w celu uzyskania informacji na temat swoich objawów i schorzeń. Czasami uzyskane przez nich wiadomości są rzetelne, ale czasem bywają błędne. Informacje te mogą mieć wpływ na to, jak pacjenci zachowują się w kwestii swojego zdrowia. To samo zjawisko ma miejsce również w przypadku wiadomości na temat lekarzy.

Ponadto należy mieć świadomość zwiększania się zakresu wiedzy pacjentów i tego, że stają się oni partnerami lekarza w procesie leczenia i chcą mieć realny wpływ na podejmowane decyzje. Mimo to nadal istotne jest przykładanie wagi do wzajemnego zrozumienia, szacunku, empatii, co jest równie istotne jak skuteczność leczenia.

Kilka lat temu lekarze musieli nauczyć się, jak radzić sobie z pacjentami, którzy przychodzą na wizytę lekarską „uzbrojeni” w informacje znalezione w internecie. Internet doprowadził do powstania całkowicie nowego poziomu zaangażowania pacjentów w opiekę zdrowotną poprzez gwałtowny rozwój mediów społecznościowych.

Pomimo faktu, iż pacjenci obecnie są zwolennikami informacji zdrowotnych w internecie, nadal patrzą na to, co czytają, krytycznym okiem. Wiedzą, że w sieci krąży wiele błędnych i szkodliwych informacji, w tym od firm, które próbują sprzedać swoje produkty, oraz od organizacji, które mają swoje cele do zrealizowania. Właśnie z tego powodu lekarze swoją postawą i rzetelnością mogą pomóc pacjentom odnaleźć właściwe informacje w sieci, a monitorowanie swojej reputacji w internecie pozwala kontrolować także to, co mówią inni ludzie.



# PACJENT W INTERNECIE

Łatwa dostępność informacji z zakresu zdrowia w internecie w połączeniu z kanałami mediów społecznościowych stworzyła nowe pokolenie pacjentów. Ich siła leży w posiadaniu głosu w kwestii swojej opieki zdrowotnej, czyli czegoś, co wcześniej znajdowało się poza ich zasięgiem. Transformacja służby zdrowia w dobie cyfryzacji ma szerokie konsekwencje. Wiedza uległa demokratyzacji – wielu pacjentów najpierw szuka informacji u dr Google, a dopiero potem konsultuje się z prawdziwym lekarzem.

Współczesny pacjent chce nawiązać wirtualną relację ze swoim lekarzem, w której dane dotyczące jego zdrowia (poziom glukozy u chorych na cukrzycę, masa ciała u pacjenta z niewydolnością serca itp.) mogą być wysyłane z urządzenia cyfrowego na komputer lekarza. Specjalista może je wówczas ocenić i zalecić konkretne działania. Dawniej wizyta u lekarza lub hospitalizacja były krótkotrwałą okazją do spotkania pacjenta z lekarzem. Obecnie spotkania twarzą w twarz są jak znaki przestankowe w dłuższej opowieści – relacji między pacjentem a lekarzem, która nie jest ograniczana przez odległość fizyczną.

Nawet pomimo tych wszystkich zmian w relacji lekarz-pacjent, nic tak bardzo nie zachęca lekarza do zmian, a zarazem nie wzbudza jego niepokoju, jak fakt, iż coraz częściej pacjenci uzyskują informacje na temat specjalistów na podstawie ich obecności w internecie. Nie stanowi to niespodzianki dla samej medycyny – obecnie wszyscy mamy bowiem niejako podwójną osobowość – jesteśmy zarówno ludźmi z krwi i kości, jak i swoimi odpowiednikami w świecie wirtualnym.

Bez względu na to, czy nam się to podoba, będziemy oceniani przez naszych kolegów po fachu, przyjaciół, pacjentów, przyszłych pracodawców – zasadniczo wszystkich z wyjątkiem najbliższych współpracowników – w głównej mierze przez pryzmat naszej reputacji w internecie.

Czy pacjenci mogą kierować się opiniami zamieszczonymi w internecie, szukając dobrego lekarza? Z całą pewnością część z nich będzie brać je pod uwagę. Warto jednak podkreślić, że pacjenci powinni zachować ostrożność w odniesieniu do informacji uzyskanych w sieci. Pamiętajmy, że wielu lekarzy nie czuje się pewnie w internecie i nie stara się poprawić swoich notowań w internetowych rankingach. Jeśli jesteś lekarzem i nie masz bloga ani profilu na portalu społecznościowym, gdy pacjent wygoogluje twoje nazwisko, wśród rezultatów wyszukiwania prawdopodobnie znajdą się linki do stron z rankingami lekarzy online.



## PAMIĘTAJ, ŻE...

Internet stał się miejscem, do którego udają się pacjenci w celu weryfikacji swoich problemów zdrowotnych przed wizytą u lekarza. Pacjenci czują się ośmieleni ogromnym wzrostem dostępności treści związanych ze zdrowiem, które są napisane przystępnym językiem. Z drugiej strony jednak czują się pomniejszani przez tradycyjną służbę zdrowia, która ogranicza czas, jaki może poświęcić im lekarz, a co za tym idzie – zmniejsza ich szanse na uzyskanie rzetelnych informacji na temat zdrowia bezpośrednio od lekarza.

Jaki jest tego efekt? To właśnie w stronę internetu kierują się pacjenci, gdy potrzebują uzyskać informacje przed wizytą u lekarza. Może się nam to podobać lub nie, ale lekarze naprawdę muszą zorientować się, jak uczestniczyć w dialogu z pacjentem online, ponieważ to zastosowanie internetu będzie się rozwijać. Pamiętajmy, że pacjenci mogą spędzić całe godziny, porównując swoje objawy z informacjami w internecie, oglądając zdjęcia dotyczące procesu leczenia i zadając lekarzom pytania odnośnie do swoich schorzeń. Mogą wyszukać informacje na temat swojego lekarza, jego osiągnięć, nagród, publikacji, a nawet ewentualnych zastrzeżeń odnośnie do jego zachowania. Jeśli nawet część tych informacji nie jest do końca rzetelna, z punktu widzenia pacjenta jest to bardziej korzystne niż próba przeanalizowania z lekarzem wydruków z internetu w 13 minut. Nie oznacza to, że pacjent jest samozdiagnozowany. Zwykle pacjenci, którzy na własną rękę szukali informacji w sieci, są przynajmniej trochę bardziej zorientowani w temacie i łatwiej jest wymieniać się z nimi informacjami. Ponadto zadają bardziej przemyślane pytania, a lekarzowi łatwiej jest udzielić im szczegółowej porady.



# ROLA SOCIAL MEDIA W BUDOWANIU REPUTACJI LEKARZA

Zetknięcie służby zdrowia z mediami społecznościowymi to stosunkowo nowe zjawisko, nic więc dziwnego, że na myśl o interakcji z pacjentami poprzez sieci społecznościowe niektórzy lekarze odczuwają pewien dyskomfort. Jednak media społecznościowe mogą być wykorzystywane przez profesjonalistów ze służby zdrowia do zajęcia czołowej pozycji w tworzeniu przykuwających uwagę treści, opartych o twarde dowody naukowe. Tym samym mają oni możliwość rozprawienia się z nieprawdziwymi stwierdzeniami, promowanymi przez media.

Pacjenci szukają informacji na temat zdrowia nie tylko w Google, ale również w sieciach społecznościowych, takich jak Facebook. Duży odsetek dorosłych korzysta ze stron sieci społecznościowych, na których pojawiają się komentarze innych osób oraz ich osobiste doświadczenia dotyczące konkretnych badań lub metod leczenia. Media społecznościowe mogą być niezwykle pomocne dla lekarzy w informowaniu o znaczeniu przełomowych newsów medycznych, na które liczą pacjenci. Tym samym lekarze mają okazję do edukowania pacjentów, którzy każdego dnia mają styczność z materiałami dotyczącymi zdrowia w gazetach lub w telewizji. Często po lekturze artykułu lub obejrzeniu programu zadają sobie pytanie: „Co te newsy oznaczają dla mnie?”. Ze względu na fakt, iż żywot newsa jest krótki, a odbiorcy są spragnieni kolejnej porcji najświeższych wiadomości, tematy związane z kwestią zdrowia są często przedstawiane pospiesznie, bez komentarza eksperta, który dostarczyłby odpowiedniego kontekstu.

Tu właśnie wkraczają media społecznościowe. Wkrótce po ukazaniu się newsa, lekarz może podzielić się swoją opinią na jego temat.

Media społecznościowe mogą i powinny być dostosowane do indywidualnych celów każdego lekarza, jego osobowości i mocnych stron. Eksperci mówią, że blogi osobiste, strony internetowe i własne strony w mediach społecznościowych zwykle zajmują górne miejsce wśród wyników internetowych wyszukiwań. Jednym z najlepszych sposobów na zapewnienie sobie dobrej reputacji w internecie jest zatem zarządzanie treściami, które pojawiają się na pierwszej lub drugiej stronie wyników wyszukiwań na swój temat.

## PAMIĘTAJ, ŻE...



Pacjenci, którzy znajdują cię w sieci, są bardziej skłonni polubić cię i zaufać już na samym początku. Prawdopodobnie, gdy odwiedzą cię w gabinecie lekarskim, będą lepiej przygotowani i uważniej wysłuchają twoich zaleceń. Co to może dla ciebie oznaczać? Lepsze relacje z pacjentami i wyraźnie lepsze notowania w internecie. Bierz pod uwagę te wytyczne za każdym razem, gdy jesteś online. W ten sposób skorzystasz w pełni z potencjału mediów społecznościowych i nie zagroziś swojej reputacji.

# LEKARZ W INTERNECIE - DOBRE PRAKTYKI

Internet jest pierwszym źródłem wiedzy pacjentów na temat chorób i dolegliwości - jeszcze zanim udadzą się na wizytę u lekarza. Nic więc dziwnego, że wielu pacjentów stawia się u specjalisty z gotową diagnozą wyciągniętą z internetu - mniej lub bardziej słuszną. Czy takie zachowanie jest błędne i niepożądane? Być może niektórzy lekarze uważają, że tak, jednak spójrzmy na to z innej strony.

Pacjenci, którzy przed spotkaniem z lekarzem szukają informacji w sieci, są bardziej zorientowani w temacie. Zapoznali się z częścią specjalistycznego słownictwa, więc będą lepiej rozumieli, co do nich mówisz. Jednocześnie będziesz miał szansę wymienić się z nimi informacjami, prawidłowo ich ukierunkować. W gabinecie lekarskim bardzo często pacjenci zapominają zadać niektórych pytań, inne nasuwają im się już po wizycie. Odpowiednio przygotowany pacjent (również przy pomocy internetu) zadaje bardziej przemyślane pytania, a co za tym idzie - tobie jako lekarzowi łatwiej jest udzielić mu szczegółowej porady, a więc wizyta będzie efektywniejsza.

Co możesz zrobić, by pacjenci trafiali właśnie do ciebie i mogli odnaleźć odpowiednie treści w sieci? Musisz być widoczny w internecie i podjąć się edukowania pacjenta już na etapie poszukiwania przez niego informacji.

## 1. ZBUDUJ SWÓJ PROFIL W SIECI

Być może nigdy nie interesowałeś się internetem. Nie posiadasz własnej strony internetowej, nie masz profilu na żadnym portalu społecznościowym i nie wyrażałeś zgody na zamieszczanie twojej sylwetki w rankingach lekarzy. To właściwie nie ma znaczenia, gdyż, jeśli sam nie tworzyłeś swojej reputacji online, z pewnością ktoś stworzył ją za ciebie. Właśnie dlatego powinieneś w pierwszej kolejności przeszukać zasoby sieci, by dowiedzieć się, co już w niej o tobie piszą.

Szukanie informacji o sobie należy rozpocząć od wyszukiwarki Google. Wystarczy wpisać swoje imię i nazwisko, ewentualnie dodając miasto czy specjalizację. Wyniki, które otrzymasz, mogą cię zaskoczyć. Zobacz, co o tobie, twojej placówce, współpracownikach piszą pacjenci, jakie są ich opinie. Jeśli jednak jesteś nieobecny w sieci, jak mogą odnaleźć cię współcześni pacjenci? Z pewnością, wybierając lekarza dla siebie, będą woleli skontaktować się z tym, którego profil odnajdą i będzie on uzupełniony. Jednocześnie, będąc w takiej sytuacji, otrzymałeś szansę na samodzielne zbudowanie swojego wizerunku, swojego profilu od podstaw. Nie musisz prostować żadnych informacji, aktualizować danych. Bardzo ważne jest więc niezwłoczne opracowanie strategii budowania swojej „marki” w sieci. W dzisiejszych czasach marką nie jest już tylko produkt, ale również człowiek, więc warto o tym pamiętać.

Budowanie wizerunku lekarza w internecie wymaga odrobiny zaangażowania i czasu albo ze strony samego specjalisty, albo zespołu pracowników. Powinieneś się więc zastanowić, czy możesz samodzielnie zająć się np. prowadzeniem bloga, udzielaniem się na portalach społecznościowych czy zakładaniem profilu na stronach z rankingami lekarzy, czy może masz kogoś, kto ci w tym pomoże. Wbrew licznym opiniom, aktywne tworzenie swojego wizerunku w sieci nie musi być czasochłonne, jednak powinno być systematyczne.

Na wielu stronach internetowych z rankingami lekarzy można samodzielnie tworzyć swój profil, dodawać zdjęcia, zmieniać i dodawać dane o sobie i o swojej działalności. Podobnie jest z profilami na portalach społecznościowych, które coraz bardziej zyskują na popularności wśród pacjentów. Pomagają one sprawować kontrolę nad swoją reputacją w sieci, więc warto w nich zaistnieć, zakładając profil i uzupełniając go o jak największą ilość danych, które będą ciekawe i potrzebne pacjentom.

Ważnym elementem budowania swojego profilu jest Content Marketing, który jest niezwykle istotny w strategii SEO i SMO, czyli działaniach mających na celu optymalizację stron WWW oraz profili w mediach społecznościowych pod kątem

wyszukiwarek internetowych. W związku z założeniami Content Marketingu najważniejsza jest treść, dlatego im bardziej użyteczne i dostosowane do pacjentów są twoje treści, tym bardziej prawdopodobne jest to, że pojawią się one wysoko w wynikach wyszukiwania. Analogicznie - złej jakości treści nie będą mogły pojawiać się na pierwszych miejscach wyszukiwania, mimo licznych strategii ich optymalizowania.

## **2. AKTUALIZUJ DANE O SOBIE**

Jeśli już „wygooglowałeś się”, z pewnością zauważyłeś, że nie wszystkie informacje, które się wyświetliły w wynikach wyszukiwania są prawdziwe. W internetowych rankingach lekarzy i specjalistów czy placówek można znaleźć wiele nieścisłości, które sprawiają, że pacjent nie może do ciebie dotrzeć. Nieaktualny numer telefonu, adres przyjmowania czy nazwisko, które u kobiet z reguły zmienia się po zawarciu małżeństwa, mogą kosztować cię utratę danego pacjenta.

Jak już wspomnieliśmy wyżej, większość stron internetowych z rankingami pozwala lekarzom na samodzielne zarządzanie swoim profilem. Czasami możliwość przejęcia kontroli nad nim jest widoczna na stronie, a czasami wymaga to kontaktu z redakcją danego serwisu i upomnienie się o taki dostęp. Za każdym razem możesz potem zalogować się na swoje konto i wprowadzić stosowne zmiany. Na pewno zdarzają się też internetowe rankingi medyczne, na których samodzielnie nie można wprowadzać zmian, jednak aktualizacja danych powinna być możliwa poprzez redakcję. Wtedy wystarczy zadzwonić lub napisać maila, by adres, telefon, nazwisko prawidłowo wyświetlały się na stronie.

Poprawność twoich danych osobowych, które są przecież wyszukiwane przez pacjentów w sieci, to bardzo istotny element obecności lekarza w internecie. Samodzielne ich kontrolowanie daje ci pewność, że są one prawidłowe i aktualne.

## **3. ZADBAJ O SWÓJ WIZERUNEK W SIECI**

Reputacja w sieci staje się niezwykle ważnym elementem życia każdego człowieka. Wspominaliśmy już, że aktualnie prowadzimy swego rodzaju podwójne życie - jedno wirtualne i drugie realne. Nic więc dziwnego, że o swój wizerunek w sieci wszyscy musimy dbać. Okazuje się, że pacjenci poszukują w internecie nie tylko informacji na temat zdrowia (według Interaktywnego Instytutu Badań Rynkowych 70% użytkowników właśnie w sieci szuka tego typu wiadomości), ale też na temat lekarzy

i specjalistów (60% badanych). Z tego powodu lekarze i specjaliści szczególnie powinni zwrócić uwagę na to, by ich wizerunek w sieci był pozytywny. Twoja reputacja w internecie to bardzo często pierwsze wrażenie, jakie robisz na pacjencie.

Bardzo ważne jest tutaj oddzielenie swojego życia prywatnego od zawodowego i zachowanie odpowiednich relacji lekarz-pacjent. Nie można przekroczyć granic, które wyznacza etyka lekarska. Profesjonalizm na każdej płaszczyźnie - również w internecie - dodatkowo poprawi twój wizerunek i zapewni szacunek pacjentów.

Prawdziwe i aktualne dane to kolejny krok do tworzenia swojego pozytywnego wizerunku w sieci. Również treści, które zamieszczasz lub komentujesz mają bardzo duże znaczenie. Z reguły pacjenci mogą wyrażać w internecie swoje opinie o tobie, oceniać cię, polecać lub odradzać innym. Rekomendacja pacjenta może mieć większe znaczenie dla innych pacjentów niż jakakolwiek tradycyjna kampania marketingowa. Warto więc wykorzystać opinie z różnych stron, odnosić się do nich, dziękować za pozytywne i odpowiadać na negatywne. Możesz sam zachęcać pacjentów do pisania opinii na swój temat po wizycie lub mogą to robić pracownicy recepcji. Pacjent z pewnością będzie zadowolony, że jego zdanie jest dla ciebie istotne.

Nawet negatywne oceny mogą być dla ciebie przydatną wskazówką. Dowiesz się, co pacjentom odpowiada w twoim sposobie pracy, a co chcieliby zmienić, będziesz więc mógł więc rozwijać się i doskonalić. Ponadto będziesz miał realny wpływ na poprawę swojej pracy i wizerunku.

Jeśli twój profil znajduje się już w kilku rankingach internetowych, a może masz też konto w mediach społecznościowych, zadбай o to, by twój wizerunek był spójny. Przede wszystkim używaj tego samego imienia i nazwiska, zdjęcia i logo, by twoja marka była rozpoznawalna i by była zachowana jej tożsamość. Jeśli jest taka możliwość, to połącz swoje konta, np., mając swoją stronę internetową, zrób na niej odnośniki do swoich profili na innych stronach. W znacznej mierze ułatwi to skontaktowanie się z tobą, a ty będziesz bardziej rozpoznawalny.

## **4. BĄDŹ W KONTAKCIE Z PACJENTAMI**

Gdzie powinien być lekarz? Tam, gdzie są jego pacjenci. Aktualnie więc nie tylko w gabinecie, w przychodni, klinice czy szpitalu, ale też w internecie. Pacjenci często dzielą się swoimi spostrzeżeniami na temat danego specjalisty na różnego rodzaju forach, stronach internetowych, mediach społecznościowych. Lekarz, który kontroluje swój wizerunek w sieci i przynajmniej raz na jakiś czas sprawdza, czy

pojawiły się jakieś nowe opinie na jego temat, powinien też udzielać informacji zwrotnych, czyli odpowiadać na zarzuty, dziękować za uwagi i pochwały. Taka interakcja pozwala na tworzenie profesjonalnego wizerunku, a pacjent czuje się dowartościowany i ważny.

Internet pozwala lekarzowi wyjść naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom pacjenta. Odpowiadanie na jego pytania i wątpliwości online sprawi, że nie będzie on szukał informacji na innych stronach i od innych specjalistów, bardziej ci zaufa, będzie chętniej stosował się do twoich zaleceń i zwyczajnie - polubi cię. Kontakt realny z pacjentem w internecie będzie więc znacznie prostszy i bardziej przyjemny, a notowania lekarza w realnym i wirtualnym świecie - wzrosną.

## **5. UDZIELAJ SIĘ, PUBLIKUJ, DYSKUTUJ**

Internet to doskonałe miejsce do dzielenia się swoimi spostrzeżeniami, odnoszenia do nowości medycznych, zaznaczania swojej obecności. Dlatego też jednym z najlepszych sposobów na zapewnienie sobie dobrej reputacji w sieci jest zarządzanie treściami, które sami publikujemy. Dodawanie informacji o sobie wiąże się z tym, że dajesz się lepiej poznać pacjentom, przybliżasz im swoje zainteresowania zawodowe, stajesz się im bliższy i wzbudzasz większe zaufanie. Odpowiadanie na opinie, pytania i komentarze użytkowników pozwala zawiązać swoistą więź nie tylko z pacjentem. W ten sposób możesz ponownie odkryć medycynę i będziesz miał szansę zapoznać się zarówno z nowościami medycznymi, jak i z opiniami innych osób na dany temat.

Pacjenci zdobywają w sieci wiele informacji. Jedne z nich są prawdziwe i wartościowe, inne trochę mniej, dlatego zadaniem lekarza w internecie staje się edukowanie użytkowników poprzez swoje odpowiedzi na pytania i komentarze do różnego rodzaju treści medycznych. Lekarz jest autorytetem dla pacjenta, a internet daje możliwość dotarcia do milionów osób, które po prostu chcą wiedzieć więcej. Warto wykorzystać sieć właśnie do poszerzenia wiedzy pacjentów na tematy zdrowotne. Można kierować użytkowników do bardziej wartościowych stron, udzielać informacji na tematy, które ich interesują, prostować nieprawdziwe stwierdzenia. W dobie cyfryzacji powinno być to niejako nowym obowiązkiem lekarza. Aktualnie sieć to jedno z najpotężniejszych narzędzi do bycia na bieżąco w dziedzinie medycyny.



## 6. PODPISUJ SIĘ WŁASNYM IMIENIEM I NAZWISKIEM

Jeśli chcesz budować swój profesjonalny i pozytywny wizerunek w sieci, musisz podpisywać swoje wypowiedzi, swoje profile i konta tak, by dać się odnaleźć pacjentom i współpracownikom. Jak już wcześniej zaznaczyliśmy, najlepiej wszędzie podpisywać się tak samo, by twoja marka była rozpoznawalna. Im częściej Twoje imię i nazwisko pojawia się w internecie, tym bardziej jest widoczne. Jesteś specjalistą w swojej dziedzinie, więc warto, by inni o tym wiedzieli.

Autentyczność i wiarygodność to podstawa również w sieci. Często użytkownicy nadają sobie pseudonimy, tytułują się samym nazwiskiem lub tylko imieniem, jednak takie postępowanie znacznie utrudnia komunikację i znalezienie danej osoby w internecie. Podpisując się własnym nazwiskiem, jesteś odpowiedzialny za treści, które publikujesz oraz za swoje komentarze. Budujesz w ten sposób swoją reputację online i dajesz możliwość dialogu. Lekarz nie powinien więc ukrywać swojej tożsamości w sieci.

## 7. POZOSTAW PO SOBIE DOBRE WRAŻENIE

Lekarz powinien tak samo dbać o swoją reputację w sieci, jak i w gabinecie. Według badań IIBR pacjenci w 58% woleliby pójść do lekarza, którego znają z internetu. Jest to potencjał, który warto wykorzystać. Samo korzystanie i udzielanie się w sieci nie jest jednak wszystkim. Należy pamiętać właśnie o pozostawieniu po sobie dobrego wrażenia. Nie pozostawiaj pytań pacjentów bez odpowiedzi, ale też uzupełnij swoje profile o zdjęcie, które podniesie twoją wiarygodność, sprawi, że nie będziesz anonimowym lekarzem bez wizerunku.

Na zaufanie pacjentów wpływa również altruizm, więc, edukując poprzez sieć, wypełniasz swój lekarski obowiązek, a jednocześnie budujesz pozytywne relacje z pacjentem. W trakcie realnej wizyty będą się lepiej czuli w twojej obecności, gdyż będą mieli wrażenie, że już trochę cię znają. Dzięki temu, nie będą krępować się zadawać pytań, co pomoże w wyjaśnieniu wątpliwości odnoszących się do leczenia. Jeśli pacjent trafi do twojego gabinetu, możesz być pewien, że wybrał cię spośród kilku innych lekarzy, więc podjął świadomą decyzję o wizycie. Jest to pochwała zarówno dla ciebie jako lekarza, jak i dla twojej osoby. To, co piszesz odzwierciedla to, kim jesteś. Nie można udawać i stwarzać pozorów w sieci, gdyż pacjent, który przyszedł do ciebie i zauważy nieścisłości lub nieprawdziwość twojej osoby, więcej do ciebie nie wróci.



# WIZERUNEK LEKARZA W INTERNECIE

Lekarze wchodzą w interakcje z pacjentami przez internet. Powinni na takim etapie komunikacji zachować stosowne granice w relacji lekarz-pacjent, zgodnie z wytycznymi dotyczącymi etyki lekarskiej, podobnie jak w każdej innej sytuacji.

Aby zachować właściwy dystans w relacji z pacjentem, lekarze powinni rozważyć oddzielenie treści osobistych od zawodowych w internecie. Ważne jest jednak takie zachowanie w sieci, które buduje dobrą reputację, kreuje prawdziwe „ja” lekarza, a nie kogoś, kim tak naprawdę nie jest.

## **1. PROFESJONALIZM LEKARZA W SIECI**

Zasady i zakres odpowiedzialności lekarza muszą być zrozumiałe zarówno dla samego lekarza, jak i społeczeństwa. Trzy fundamentalne zasady, wymienione poniżej, to przewodnik do zrozumienia odpowiedzialności, jaka wiąże się z zawodem lekarza względem pacjentów.

### **a. Dobro pacjenta jest najważniejsze**

Ta zasada jest oparta na dążeniu do działania w interesie pacjenta. Altruizm przyczynia się do powstania zaufania, które ma centralne znaczenie w relacji lekarz-pacjent. Siły rynku, naciski społeczne i wymogi administracyjne nie mogą przesłonić tej zasady.

### **b. Autonomia pacjenta**

Lekarze muszą szanować autonomię pacjenta. Muszą być szczerzy w kontakcie ze swoimi pacjentami i zachęcać ich do podejmowania świadomych decyzji na temat leczenia. Wybory pacjentów w kwestii opieki medycznej mają kluczowe znaczenie, pod warunkiem, że nie wykraczają poza normy wyznaczone przez etykę lekarską i nie prowadzą do żądań niewłaściwej opieki zdrowotnej.

### c. Sprawiedliwość społeczna

Lekarze muszą promować sprawiedliwość w systemie opieki medycznej, w tym równą dystrybucję zasobów opieki medycznej. Lekarze powinni aktywnie uczestniczyć w eliminacji dyskryminacji w służbie zdrowia, wynikającej ze statusu społecznego pacjentów.

## 2. JAKIE POWINNY BYĆ REAKCJE NA NEGATYWNE OPINIE PACJENTÓW W INTERNECIE?

### a. Lekarz powinien odnosić się do komentarzy w sposób ogólny

Większość negatywnych opinii ma związek z nieklinicznymi aspektami praktyki lekarskiej, takimi jak parking, czas oczekiwania na wizytę, nieaktualne czasopisma w poczekalni lub złe nastawienie pracowników. Lekarze mogą zareagować na te komentarze bezpośrednio na stronie internetowej z rankingiem, nie naruszając praw pacjentów do zachowania prywatności. Odnosić się do tych aspektów swojej praktyki lekarskiej, nie potwierdzając ani nie zaprzeczając, że oceniający był naszym pacjentem. Wy tłumaczyć, na jakich zasadach prowadzona jest praktyka lekarska, ale powstrzymać się od publicznego omawiania szczegółów dotyczących wrażeń któregośkolwiek z pacjentów.

### b. Zwracanie się do pojedynczych osób w świecie rzeczywistym

Nie powinno się odpowiadać na forum publicznym na słowa krytyki odnoszące się do zachowania lekarza w stosunku do pacjenta lub do zarzutów dotyczących jego kwalifikacji. Stosowne jest na przykład wykonanie telefonu do pacjenta z prośbą o skontaktowanie się z gabinetem lekarskim w celu omówienia ewentualnych problemów.

### c. Prośba o zgodę na odpowiedź

Można poprosić pacjentów o zgodę na publiczne zareagowanie na ich komentarz lub umieszczenie przeprosin. Po otrzymaniu pisemnej zgody, poprzez reakcję na stronie internetowej lekarz pokaże innym użytkownikom, że słucha swoich pacjentów i podejmuje kroki w celu rozwiązania ich problemów. W ten sposób pojawi się szansa na zmianę negatywnej sytuacji w konstruktywne doświadczenie.

### 3. ODPOWIEDZI LEKARZY W INTERNECIE

Wiele porad medycznych umieszczanych w sieci jest bezużytecznych. Kierowanie pacjentów do lepszych źródeł informacji medycznych w internecie powinno być nowym obowiązkiem lekarza w dobie cyfryzacji. Lekarz w internecie powinien również być lekarzem z misją.

Lekarze powinni oczekiwać pytań swoich pacjentów dotyczących zagadnień znalezionych w sieci i traktować je z uwagą. Ponadto powinni aktywnie przyciągać uwagę pacjentów w internecie w celu rozwiania popularnych mitów medycznych i poprowadzić ich do stron godnych polecenia. Funkcja edukowania pacjentów jest tutaj najbardziej pożądana. Dodatkowo, poprzez udzielanie odpowiedzi pacjentom przez internet łatwiej jest ich zachęcić i zmobilizować do dbania o swoje zdrowie, podkreślać istotę profilaktyki oraz skłonić do poszukiwania rzetelnych źródeł informacji o zdrowiu.

# PRZEGLĄD MOŻLIWOŚCI I ROZWIĄZAŃ DO BUDOWY WIZERUNKU W SIECI

Jak wspomnieliśmy wcześniej, w ciągu ostatnich lat marka przestała odnosić się tylko do produktów. Coraz częściej dotyczy ona ludzi. Lekarze tworzą swoją markę poprzez zdobytą specjalizację, wiedzę z konkretnej dziedziny oraz reputację. Jednym z powodów, dla których zarządzanie swoją reputacją w internecie jest tak ważne, jest fakt, iż może ono stworzyć markę lub ją zniszczyć – praktyka lekarska nie jest tu wyjątkiem od reguły.

abcZdrowie.pl jest portalem o tematyce zdrowotnej, który poza treściami medycznymi umożliwia lekarzom i specjalistom budowanie pozytywnego wizerunku w sieci. Właśnie abcZdrowie.pl wpisuje się w nowoczesne i światowe standardy tworzenia marki i dopasowuje się do potrzeb i oczekiwań nowej generacji pacjenta i lekarza. Każdy specjalista ma możliwość kontrolowania swojego profilu, aktualizowania w nim swoich danych adresowych, opisu, wstawiania zdjęć. Dodatkowo może odpowiadać na pytania użytkowników oraz zatwierdzać odpowiedzi studentów medycyny, którzy, odpowiadając, też zdobywają doświadczenie w kontaktach z pacjentami. W ten sposób lekarze i specjaliści podejmują działania mające na celu edukowanie nie tylko pacjenta, ale też studentów medycyny w Akademii abcZdrowie.pl.

Jakie korzyści daje odpowiadanie na pytania użytkowników poprzez serwis abcZdrowie.pl lub aplikację mobilną „Zapytaj lekarza”? Nie musisz kupować reklam w Google, by pojawić się na pierwszej stronie wyników wyszukiwań. Na swoją reklamę pracujesz sam. Odpowiadając na pytania pacjentów, jesteś podpisywany swoim imieniem i nazwiskiem, pojawia się twoje zdjęcie i specjalizacja, więc twoja marka jest właśnie w ten sposób budowana. Za swoją aktywność jesteś bezpłatnie promowany nie tylko w portalu, ale również w serwisach zewnętrznych i w Google. Otrzymujesz specjalne pakiety promocyjne w zależności od tego, jak aktywny jesteś.

## 1. PROFIL LEKARZA NA ABCZDROWIE.PL

W abcZdrowie.pl możesz samodzielnie budować swój profil. Znajduje się w nim miejsce na zdjęcie, dane adresowe, opis, leczone przez Ciebie choroby, wykonywane zabiegi i badania. Dodatkowo masz możliwość uruchomienia kalendarza wizyt, dzięki któremu Twoi pacjenci mogą umówić się na konsultację. Twoje odpowiedzi na pytania użytkowników sprawiają, że wzrasta Twój poziom zaufania widoczny pod zdjęciem oraz liczba punktów za aktywność. Użytkownicy mają też możliwość podziękowania za Twoją odpowiedź.

Sprawdź, czy dane adresowe miejsca Twojego przyjmowania są prawdziwe i aktualne. W abcZdrowie.pl możesz samodzielnie wprowadzać zmiany, więc z łatwością wstawiś poprawny adres. Zawsze obok takich danych pojawia się mapka, która ułatwia pacjentom dotarcie w odpowiednie miejsce. Możesz wprowadzić nawet kilka adresów, jeśli przyjmujesz w różnych placówkach.

Warto postarać się o pełne uzupełnienie profilu, gdyż dzięki niemu stajesz się wiarygodnym ekspertem oraz jesteś bardziej widoczny zarówno w portalu, jak i w wynikach wyszukiwania.

Pod profilem pojawiają się też opinie od Twoich pacjentów. Nie zależy od nich Twój poziom zaufania, czy miejsce w rankingu, jednak warto się do nich odnosić w swojej aktywności zawodowej.

The screenshot shows the profile of **Lek. Mariusz Sadowski**, a Gynecologist in Warsaw. The profile includes a photo of the doctor, a star rating of 69, 2515 activity points, 495 answers, and 40 thanks. A visit schedule table is displayed, showing available times from 9:00 to 19:00 across the days of the week. To the right, a ranking section shows the doctor's position in various specialties in Warsaw: 3rd in Gynecology, 3rd in USG gynecological, 6th in Cytology, 6th in USG breast, and 4th in Breast examination. The page also features navigation links like 'Tematy', 'Forum', 'Lekarze', and 'Pytania do lekarzy', along with a search bar and login/register buttons.

| Pon.  | Wt.   | Śr.   | Czw.  | Pt.   | Sob.  | Niedz. |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00   |
| 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00  |
| 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00  |
| 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00  |
| 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00  |
| 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00  |
| 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00  |
| 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00  |
| 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00  |
| 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00  |
| 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00  |

## 2. ODPOWIADANIE NA PYTANIA

Serwis abcZdrowie.pl umożliwia również edukowanie pacjenta. Użytkownicy mają możliwość bezpłatnego zadawania pytań do lekarzy i specjalistów, co pomaga im rozwiązać wątpliwości oraz zdobyć rzetelną i profesjonalną odpowiedź od eksperta. Jest to wyjątkowa usługa, która dodatkowo poprawi twoje notowania wśród pacjentów i pozwoli Ci na nowe odkrycie medycyny przy pomocy sieci. Dowiesz się, co budzi niepokój pacjentów, poznasz ich potrzeby i oczekiwania, więc staniesz się lepszym lekarzem, przy okazji budując swój profesjonalny i pozytywny wizerunek.

## 3. KORZYŚCI DLA EKSPERTA

Twoje aktywne odpowiadanie na pytania użytkowników abcZdrowie.pl pozwoli ci uzyskać bezpłatny dostęp do różnych form promocji w sieci - nie tylko w serwisie. Im bardziej jesteś pomocny, tym więcej zyskujesz. Poniżej przedstawiamy wybrane pakiety promocyjne, które możesz uzyskać odpowiadając na pytania pacjentów za pośrednictwem abcZdrowie.pl:

### a. Wyróżnienie graficzne „Zaufany specjalista”

The screenshot shows the profile of Dr. Mariusz Sadowski on the abcZdrowie.pl platform. The profile includes a photo, a star rating of 4.9, and a 'Zaufany Specjalista' badge. The 'Umów wizytę' (Book appointment) section shows a table of available slots for various days of the week. The 'Moje pozycje w rankingach' (My positions in rankings) section lists several top positions in various specialties, including Gynecology, Ultrasound, and Breast Examination.

| Pon.  | Wt.   | Śr.   | Czw.  | Pt.   | Sob.  | Niedz. |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00  | 9:00   |
| 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00 | 10:00  |
| 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00 | 11:00  |
| 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00 | 12:00  |
| 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00 | 13:00  |
| 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00 | 14:00  |
| 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00 | 15:00  |
| 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00 | 16:00  |
| 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00 | 17:00  |
| 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00  |
| 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00 | 19:00  |

Wyróżnienie specjalnym znakiem graficznym „Zaufany specjalista” sprawia, że twój profil staje się bardziej widoczny w sieci i sygnalizuje, że wielu pacjentów ci zaufało, a ty pomogłeś im swoimi odpowiedziami.



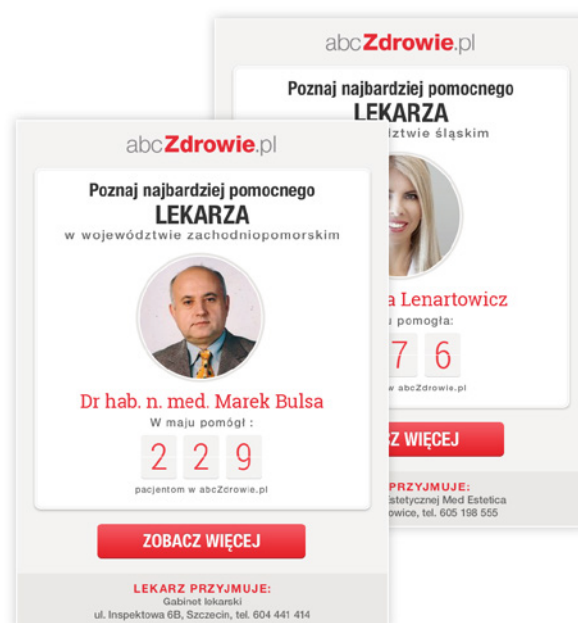
## b. Obecność w raporcie TOP lekarze i specjaliści



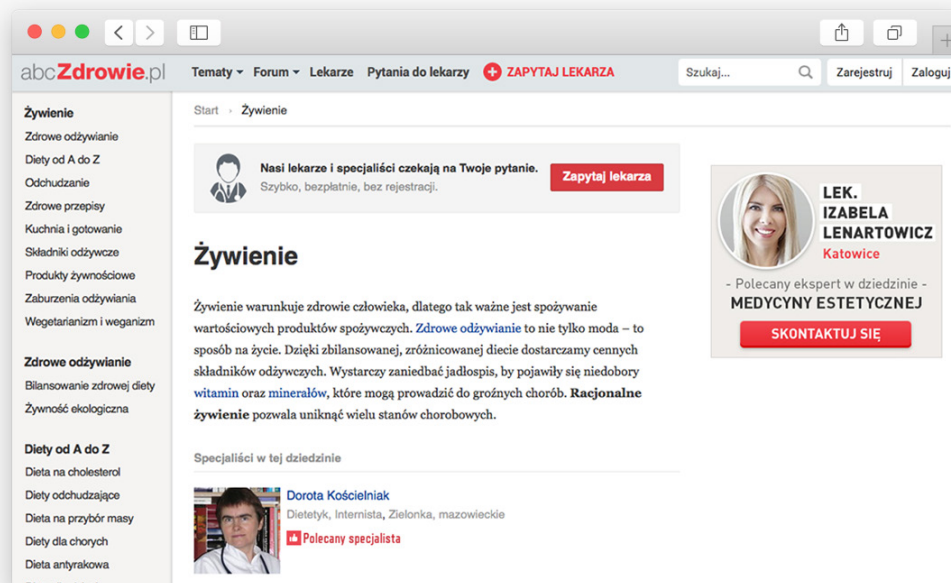
Co miesiąc abcZdrowie.pl przygotowuje raport specjalny, w którym prezentowani są najbardziej pomocni i aktywni lekarze i specjaliści. Raport jest zamieszczany nie tylko w portalu abcZdrowie.pl, ale trafia też do serwisów zewnętrznych, więc pacjenci zauważają cię w sieci i doceniają twoje zaangażowanie. Obecność w raporcie TOP to doskonały sposób promowania siebie i swojego wizerunku.

## c. Mailing do pacjentów

Bardzo skutecznym środkiem promowania marki w internecie jest mailing. abcZdrowie.pl nagradza twoją aktywność i zaangażowanie w pomoc pacjentom poprzez odpowiadanie na ich pytania również poprzez wysyłanie mailingów do użytkowników z twojego regionu. Dzięki temu pacjenci mają bezpośredni dostęp do takich informacji jak: twój adres przyjmowania, numer telefonu, ilość twoich odpowiedzi.



## d. Kampania banerowa



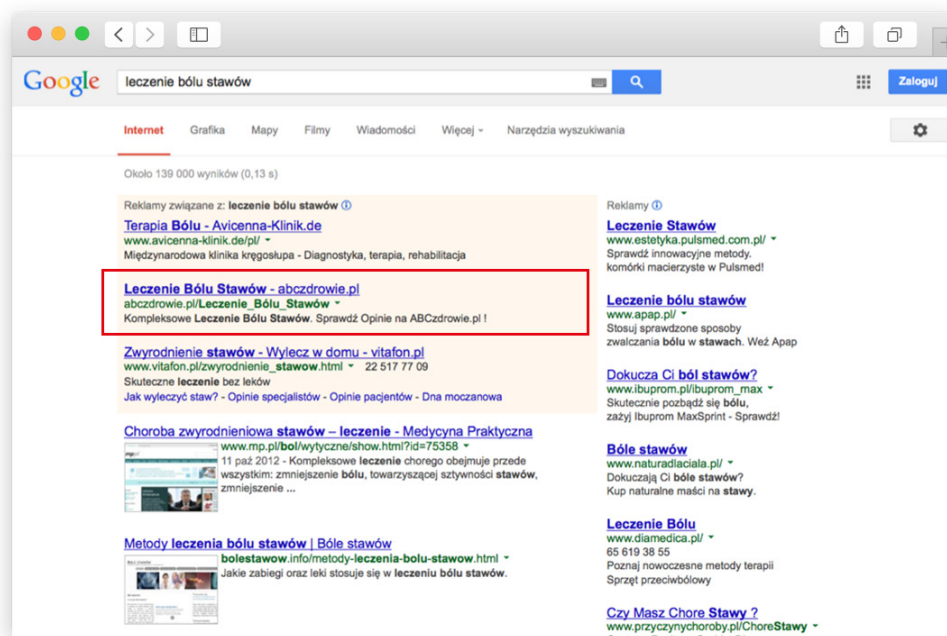
W zamian za udzielanie odpowiedzi pacjentom poprzez serwis abcZdrowie.pl lub aplikację mobilną „Zapytaj lekarza” masz szansę całkowicie bezpłatnie otrzymać kampanię banerową doskonale widoczną w portalu. Taki baner zawiera podstawowe informacje o tobie, czyli twój stopień naukowy, imię i nazwisko, a po jego kliknięciu pacjent jest przekierowywany do twojego profilu w serwisie, gdzie może uzyskać więcej informacji na twój temat.

## e. Promocja na stronie głównej abcZdrowie.pl



Najbardziej pomocni lekarze i specjaliści są promowani na stronie głównej abcZdrowie.pl. Dzięki temu są wyróżnieni i dodatkowo poprawia się ich widoczność w sieci.

## f. Kampania AdWords w Google



Kampania AdWords jest to reklama w postaci płatnych linków w wyszukiwarce Google. Reklama taka jest odpłatna, ale ty jako najbardziej pomocny i zaangażowany ekspert możesz mieć ją za darmo. Dzięki niej znacznie zwiększa się szansa na dotarcie użytkownika sieci właśnie do ciebie. Kampania AdWords jest bardzo wartościowym wyróżnieniem, gdyż wszystkie strony internetowe dążą do tego, by pojawiać się na pierwszej stronie wyszukiwań.

Wszystkie oferowane przez serwis abcZdrowie.pl pakiety promocyjne sprawiają, że twoja praktyka medyczna jest bardziej widoczna, a twoje nazwisko rozpoznawalne. Pomagają ci tworzyć własną markę i budować profesjonalny i pozytywny wizerunek.

# PODSUMOWANIE

Internet – zwłaszcza media społecznościowe – zmienił u podstaw relację pacjent-lekarz poprzez eliminację ograniczeń w dostępie do informacji, które oddzielały dawniej pacjentów i fachowców z zakresu medycyny. Korzyści dla pacjentów jakie oferuje internet i media społecznościowe będą zależeć od tego, jak obie strony odnajdą się w tej nowej rzeczywistości. Wypunktujmy zatem, jakie korzyści przynosi tobie - lekarzowi obecność w internecie?

- » Poprawia widoczność twojej praktyki medycznej.
- » Zwiększa ilość pacjentów, umożliwia wzrost zysków i budowanie twojej pozycji.
- » Wpływa na życie pacjentów nawet poza gabinetem lekarskim poprzez aktywną komunikację z nimi w sieci.
- » Pozwala nawiązać głębszą więź ze swoimi pacjentami.
- » Buduje zaufanie do e-specjalisty - niektórzy pacjenci preferują tych lekarzy, którzy są aktywni w sieci (lub przynajmniej w jakiś sposób są w niej obecni) od tych, którzy nie funkcjonują w internecie.
- » Buduje sieć referencyjną.
- » Zwiększa poziom lojalności w stosunku do twojej praktyki medycznej.
- » Pomaga śledzić poczynania liderów ze swojej branży i być na bieżąco.
- » Sprawia, że jesteś ważnym głosem w kwestiach związanych z opieką medyczną.
- » Pomaga promować swoją markę poprzez tworzenie ważnych treści online.
- » Pozwala tworzyć informacje, które korzystnie wpływają na twoją reputację w internecie.
- » Ogranicza wydatki na tradycyjne formy reklamy - można je całkowicie wyeliminować na rzecz widoczności w mediach społecznościowych.

Faktem jest, iż budowanie swojego wizerunku jako zaufanego profesjonalisty trzeba przenieść również do sieci. Warto nawiązywać wirtualne relacje z pacjentami, ponieważ z jednej strony sieć daje nam praktycznie nieograniczone możliwości komunikowania, a z drugiej strony buduje w głównej mierze naszą reputację i postrzeganie przez innych. Warto wykorzystać te nowe możliwości, aby aktywnie brać udział w życiu społeczności pacjentów i umiejętnie zarządzać własnym pozytywnym wizerunkiem w internecie.





KONTAKT Z REDAKCJĄ

**redakcja@abcZdrowie.pl**

---

KONTAKT Z KONTAKT W SPRAWIE PROJEKTU

**pytania@abczdrowie.pl**

---

**NextWeb Media Sp. z o.o.**

**ul. Arabska 7**

**03-977 Warszawa**

**tel. +48 22 646 32 30**

**fax +48 849 21 84**