

Autor
CAMILA DAYANE DA SILVA BISPO
Co-Autores

ADRIANA TOKIE DE AGUIAR RABECA
MARCIA YUKIE KAWAKAM
NATÁLIA RUFO SOARES
MICHELLE YUKARI HAYASAKA
DOUGLAS EIJI NAKASHIMA FORTUNATO
SARAH BAPTISTA MARQUES DE CASTRO RODRIGUES
MARINA REIS DE MOURA CAMPOS

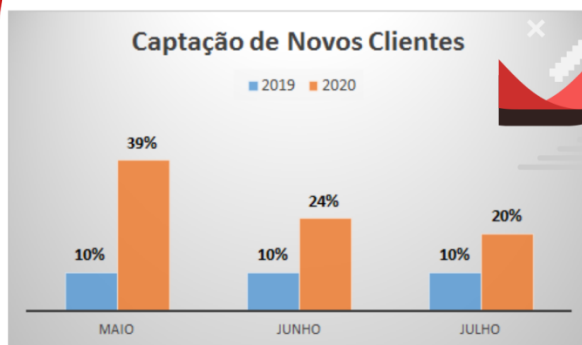
Oportunidade em meio a pandemia

INTRODUÇÃO

A crise vivida atualmente pelo país, atinge a população não só nos aspectos da saúde ou político, mas financeiro também. Em meio a pandemia pelo novo Coronavírus, segundo estimativa do IBGE, em média, 716.000 empresas fecharam as portas no Brasil. Algumas estão encontrando oportunidades de se destacar. Com um trabalho regular e bem desenvolvido na prospecção de novos clientes, um laboratório do Alto Tietê, se deparou com uma grande oportunidade de ressaltar a relevância, o protagonismo e o crescimento na área das análises clínicas. Este trabalho tem como objetivo evidenciar o aumento de novos clientes em meio à crise pelo novo Coronavírus que foi revertida em oportunidade a partir das testagens para o mesmo.

CASUÍSTICA E MÉTODOS

Foram analisados dados entre os meses de maio a julho de 2019 e entre os meses de maio a julho de 2020, de pacientes que realizaram cadastros pela primeira vez.



RESULTADOS E CONCLUSÕES

O laboratório se adaptou à nova realidade e desenvolveu relacionamentos com novos clientes, estratégias que lhe permitiram maximizar a exposição da marca.

Em comparação ao ano de 2019, obteve apenas 10% de captação de novos clientes no trimestre de Maio, Junho e Julho. Em 2020, no mês de Maio obteve 1291 pacientes novos, destes 504 foram para coleta do teste de Covid-19, ou seja, 39% de pacientes novos que vieram pela pandemia. Em Junho foram 1643 pacientes novos, sendo 387 para coleta de covid-19, equivalente a 24%.

No mês de Julho foram 2013 pacientes novos, destes 410 para coleta de covid-19, equivalente a 20%.

Concluiu-se que em meio a tanta demanda pela testagem para Covid-19, o laboratório foi capaz de suportar múltiplos acessos simultâneos em comparação ao mesmo trimestre de 2019 sem perder a eficiência operacional e conquistar novos clientes.