



SAÚDE

ACG Home Care amplia investimentos em marketing em 2024 em 100%

BY – 03/01/2024 NENHUM COMENTÁRIO 0 VIEWS

No cenário competitivo do setor de saúde, onde a confiança, qualidade dos serviços e inovação são bases importantes e determinantes para a consolidação de uma empresa, a ACG Home Care, com sede em Porto Alegre, completa 24 anos de atividades em 2024, com 6 unidades funcionando em 11 cidades e parceria com 19 operadoras de saúde nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Para dar continuidade ao crescimento da empresa, a previsão é aumentar os investimentos em marketing e publicidade em torno de R\$ 300 mil em 2024, 100% a mais que em 2023, de R\$ 150 mil. A previsão de faturamento da empresa para o próximo ano é de R\$ 15 milhões, 40% maior que a previsão de 2023, R\$ 10 milhões até dezembro.

Conforme a diretora de Faturamento da ACG Home Care, Mariah Rosa Pires “o crescimento em faturamento é um trabalho contínuo entre os principais clientes, prospecção de novas frentes e uma gestão eficiente. Tudo isto culmina em um avanço econômico sustentável para a rede”.

Os investimentos serão em mídias sociais, assessoria de imprensa, publicidade em portais, TV, leds de rua e mídias em cinema, principalmente. Uma nova campanha de marketing com foco em segurança do paciente também está sendo desenvolvida, juntamente com a ‘Embaixadora da Marca’, que em 2024 será a cantora e compositora Nalanda, que substituiu a atriz Luiz Tomé, estrela das campanhas da empresa durante 2023. Levar música para os

seguidores com foco em saúde e bem-estar será uma das iniciativas nas mídias sociais da ACG Home Care.

A campanha de Marketing ‘Metas de segurança para o paciente’, busca a excelência dos serviços oferecidos pela empresa especializada no atendimento e internação domiciliar, em todas suas unidades. A estratégia contempla 6 metas que recebe identificação das 6 cores universais, trazendo ao público o objetivo da empresa que é de atingir 99,9% de correção nos seguintes procedimentos: meta 1 (vermelho), identificar corretamente o paciente; meta 2 (amarelo), melhorar a comunicação entre os profissionais da saúde; meta 3 (azul), melhorar a segurança dos medicamentos; meta 4 (violeta), garantir o procedimento correto; meta 5 (verde) reduzir o risco de infecção associada ao cuidado. Abaixo a arte da campanha, que será veiculada no site e em todo o material de divulgação e contato com o público e beneficiários.

“Os processos seguros de atendimento, farmácia e logística são importantes não apenas para os pacientes, mas também para toda a equipe envolvida com o beneficiário, pois quando temos tudo bem definido e alinhado, ganham as duas pontas, tanto em qualidade como segurança”, disse a diretora Assistencial da ACG Home Care, Cristiane Marrone.

Essa iniciativa de excelência dos serviços e padronização em todas as unidades da ACG prevê uma certificação de acreditação pela Organização Nacional de Acreditação – ONA, que será formalizada até o final do próximo ano. A ONA tem o objetivo de adequar o atendimento de saúde dentro dos padrões de qualidade e segurança, ao aplicar as melhores práticas e a máxima transparência no processo de governança corporativa.

“Nosso foco sempre foi a segurança do paciente em todos os procedimentos, pois sem ela não há crescimento. Traduzir isto em uma campanha de marketing não tem apenas um cunho mercadológico, mas social, pois evidenciamos às pessoas este tema tão importante. Além disso temos a acreditação em saúde na pauta para 2024, trazendo ainda mais credibilidade a toda nossa rede”, afirma Alexandre Pires, CEO da ACG Home Care.

Este conteúdo foi distribuído pela plataforma SALA DA NOTÍCIA e elaborado/criado pelo Assessor(a):

U | U

U