

O LASER E A CLASSE "C"

No último número da RGO, abordei o fenômeno "Charles Shaw" nos EUA, como um exemplo do que se pode fazer na Odontologia privada.

Como recebi um número de cartas, e-mails e telefonemas bem superior ao normal, solicitando a maioria que detalhasse mais o colocado, neste editorial vou mais adiante aproveitando a chamada de capa sobre o LASER.

Há um interesse cada vez maior pelo consumidor brasileiro da classe "C": renda familiar entre 960 e 2.400 Reais (grifo em familiar), um terço do consumo do país, baixo endividamento, consegue economizar R\$ 128,00 por mês, bom pagador...

Ela também quer comprar o que a classe AB consome, inclusive tratamento dentário de ponta.

Como o foco da clínica privada odontológica sempre foi para a classe AB (que perdeu quase 50% do seu poder aquisitivo nos últimos anos), criou-se uma defasagem de renda e demanda nos consultórios.

Mas é possível corrigir o rumo com uma mudança estratégica.

ADEQUAR O FOCO - As grandes empresas estão passando pelo mesmo problema e começam a se voltar para os consumidores de menos renda:

- a McDonald's está abrindo lojas em bairros de menor poder aquisitivo oferecendo cheseburger + refri por R\$ 2,79 (o Big Mac custa quase R\$ 8,00);
- a Tim lançou um celular que pode ser pago em 18 vezes;
- uma cadeia de cinemas ("Paratodos"), a ser localizada em bairros mais afastados, vai cobrar R\$ 3,00 a entrada contra os R\$ 12,00 dos shoppings;
- a Coca-Cola está se aproximando dos consumidores "C" com o relançamento dos vasilhames de vidro (retornáveis), a preços 55% menores.

Na Odontologia também podemos adequar o foco e remodelar a prática clínica para a classe C.

Como? Olhe os exemplos acima e adapte para sua realidade.

Não deixe de ponderar: localização em bairro de menos renda, preço menor (utilize um "mark-up" 2*), parcelamento (por que não em 12 vezes?) e o atendimento das principais vontades do cliente (restaurações estéticas, prótese sobre implante, aparelho ortodôntico/ortopédico, clareamento com luz-laser e anestesia sem agulha).

É POSSÍVEL - Laser, Orto e Implante para os de menos renda?

Não esqueça da declaração de uma dona de casa para a Folha de São Paulo, em reportagem sobre a classe C: "Não compro porque é barato. Compro porque é bom e barato."

O "barato" tem como balizamento a sua própria renda (dela).

E o "bom" tem como parâmetro aquilo que os mais ricos e a mídia reluzem.

Este número da RGO, com a chamada de capa "O Laser está Mudando a Odontologia?", procura incentivá-lo a buscar a resposta científica, mas também a resposta mercadológica.

Ricardo Cauduro*



* Ricardo Cauduro é cirurgião-dentista e diretor científico da RGO.

"Busque a resposta científica e também a resposta mercadológica"