

7 PASSOS

**PARA CRIAR UMA CLÍNICA
DE EMT BEM-SUCEDIDA**

ÍNDICE

Introdução	
Pensando em abrir uma clínica de EMT?	3
Passo 1	
Autorização	6
Passo 2	
Formação	8
Passo 3	
Encontrar a equipe certa	11
Passo 4	
Comunicação	13
Passo 5	
Promoção	20
Passo 6	
Instalação física e equipamento	28
Passo 7	
Modelo financeiro e estrutura de negócios	32
Bônus	
Planejar o sucesso contínuo	35
Bônus	
Aumentar o sucesso com múltiplas modalidades	37
Desejamos muito sucesso!	38

PENSANDO EM ABRIR UMA CLÍNICA DE EMT?

A Estimulação Magnética Transcraniana (EMT) é um dos tratamentos de crescimento mais rápido no âmbito da saúde mental devido à sua elevada eficácia. Muitos profissionais de saúde estão abrindo clínicas de EMT para proporcionar um procedimento adicional a pacientes que sofrem de Transtorno Depressivo Maior (TDM) e outros transtornos mentais.

À medida que a EMT se torna mais conhecida e as pessoas mais conscientes dos seus benefícios para a saúde mental, o mercado cresce e as oportunidades de negócio se expandem.

Se você está lendo este conteúdo, provavelmente é um profissional de saúde com um consultório e que está considerando incluir a EMT como tratamento para os seus pacientes. Pode estar se perguntando como financiar adequadamente a sua clínica para ter sucesso ou como promover a sua clínica. Talvez esteja procurando sugestões para atrair novos pacientes e fazer com que o processo de instalação decorra sem problemas. E, naturalmente, quer aprender formas de evitar cometer erros onerosos.

Por este motivo, compilamos as nossas principais sugestões para ter uma clínica de EMT de sucesso.

Sugestões especializadas de um pioneiro em EMT

A MagVenture tem mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de tecnologia para EMT. A nossa empresa é pioneira neste mercado e já apoiou milhares de profissionais de saúde mental com aconselhamento para a criação de clínicas de EMT.

Escrevemos este e-book para te ajudar a evitar os erros mais comuns cometidos ao abrir uma clínica de EMT e alguns deles podem ser caros! Leia as nossas sugestões especializadas sobre os sete passos para abrir uma clínica de EMT bem-sucedida, incluindo como encontrar os profissionais certos, como comunicar sobre a EMT e promover o seu consultório, escolher o seu equipamento correto e as formas de financiar a sua clínica.

Disponibilizar o tratamento de EMT em seu consultório ou sua clínica é a forma ideal de diversificar o tratamento aos pacientes e de preparar o seu negócio para o futuro, além de fazer uma verdadeira diferença para os seus pacientes.





Passo 1

AUTORIZAÇÃO

Antes de qualquer coisa, é necessário verificar se você pode, de fato, ter autorização para oferecer tratamentos de EMT. As regras relativas à autorização para a EMT diferem em cada país e estado. Por esta razão, não podemos dar uma resposta universal à pergunta “quem está autorizado a fornecer EMT?”. Não existe uma resposta única adequada a todos. O mais importante é se informar junto ao órgão regulador do seu país e/ou estado.

Nos Estados Unidos, por exemplo, os psiquiatras podem oferecer tratamentos de EMT de forma universal. Vários estados permitem que profissionais de outras especialidades médicas, enfermeiros, assistentes de médicos e psicólogos clínicos também executem o tratamento.

As apólices de seguro também variam nas indicações de cobertura relativamente às credenciais do profissional de saúde que encaminha e/ou trata. A Agência Federal Americana Centers for Medicare & Medicaid Services (CMS), por exemplo, determina que a EMT seja pedida por um psiquiatra e administrada sob a supervisão direta de um médico qualificado ou de um osteopata com experiência em EMT.

No Reino Unido, os pacientes têm de estar sob os cuidados de um psiquiatra durante o tratamento com EMT, mas o tratamento pode ser administrado por outros profissionais de saúde. Os psiquiatras consultores, os médicos de clínica geral e outros profissionais de saúde podem encaminhar os pacientes para a EMT.

Como pode ver, as regras para administrar a EMT variam muito conforme a região geográfica. O mais importante, antes de investir tempo e dinheiro na abertura de uma clínica de EMT, é verificar como obter autorização com base na sua qualificação e no registro profissional da sua região.





Passo 2 **FORMAÇÃO**



Depois de confirmar que está legalmente autorizado a oferecer tratamentos de EMT, se qualificar e entender como funciona o sistema de reembolso na sua região, se for essa a sua expectativa, o próximo passo é a formação para aplicar EMT.

Existe uma série de empresas e organizações que oferecem certificação em EMT e cada uma delas oferece um foco e um formato um pouco diferentes. Você pode escolher um curso 100% online, 100% presencial ou uma mistura de ambos.

Todas as formações oferecem uma combinação entre teoria e aulas práticas.

Os formatos podem variar entre formação presencial intensiva de cinco dias, seis meses, no seu ritmo online ou uma mistura, como a parte teórica online somada a uma formação presencial de um ou dois dias.

Os cursos normalmente incluem uma combinação de palestras e apresentações de especialistas no uso da EMT, bem como leituras orientadas. A instrução e a avaliação das aulas práticas de aplicação da EMT é um elemento fundamental da formação, tanto para a candidatura como para a certificação.

Vale a pena investir tempo na escolha da formação que se adapta melhor às suas necessidades e situação – e se certifique de que os tópicos incluídos na formação abrangem as áreas da EMT que são mais relevantes para você e que terá a certificação/autorização para aplicar EMT no seu país/estado/região.

Uma formação típica em EMT inclui uma variação dos tópicos abaixo e pode ser direcionada para uma área de tratamento específica, como a depressão.

- Introdução à EMT
- Tratamento de transtornos de saúde mental (em geral ou um transtorno específico, conforme a formação), incluindo provas do que funciona
- Avaliação e seleção dos pacientes
- Manutenção e repetição do tratamento
- Questões práticas na utilização da EMT
- Equipamento e regulamentação da EMT
- Gerenciamento de reações adversas
- Considerações sobre a segurança da EMT
- Aferição do limiar motor
- Aplicação de tratamento com EMT

A MagVenture dispõe de uma gama de vídeos de formação e, atualmente, está desenvolvendo outros.

Você pode encontrar os nossos vídeos mais relevantes e atualizados aqui:
www.magventure.com/ebook01





Passo 3

ENCONTRAR A EQUIPE CERTA

A gestão de uma clínica de EMT requer mais pessoal do que um consultório médico de psiquiatria ou psicologia. A equipe ideal para uma clínica de EMT combina competências práticas e teóricas, bem como competências sociais. A execução prática e técnica da EMT é tão importante como o cuidado e a empatia com as pessoas que estão lutando contra a depressão e outros transtornos, além dos desafios da vida associados a estes estados emocionais e psicológicos.

É importante encontrar profissionais que compreendam a EMT suficientemente bem para comunicar sobre ela em uma linguagem fácil de entender e de forma significativa que corresponda às necessidades do paciente. Também é ideal que tenha grande capacidade de organização para marcar consultas, organizar os detalhes práticos da sua clínica e a administração geral.



Defina o que espera da sua equipe

Ao ser muito claro quanto às qualidades e atributos dos profissionais que pretende atrair, poupará tempo e ajudará a evitar o erro dispendioso de contratar as pessoas erradas para o trabalho. Dependendo da sua situação, podem existir outras competências ou qualidades que sejam importantes especificamente para a sua clínica. Por exemplo:

Precisa de alguém que também possa ajudar no marketing?

Se você dedicar um tempo para definir claramente as pretensões e necessidades da equipe, bem como o que vai oferecer (como formação e desenvolvimento de competências profissionais), contribuirá muito para garantir o sucesso da sua clínica de EMT a longo prazo, atraindo e retendo os profissionais certos. O recrutamento demanda tempo e pode ser caro, ao seguir estas sugestões você poderá evitar a necessidade de substituir profissionais que não se adequam à sua clínica de EMT.

Integração para o sucesso

Depois de definir claramente o perfil e recrutar com sucesso os profissionais para a sua clínica, é importante ter um processo de integração bem estruturado para seu(s) novo(s) colaborador(res). A formação interna ou externa, os guias e recursos de apoio com os quais podem aprender e consultar, farão toda a diferença para o seu sucesso no trabalho e para o sucesso da sua clínica de EMT.



Passo 4

COMUNICAÇÃO

O primeiro desafio na comunicação sobre a EMT é o fato de muitas pessoas ainda não terem ouvido falar dela. O segundo é que pode parecer estranha ou assustadora para algumas pessoas que ouvem falar pela primeira vez. Isso pode mesmo acontecer, especialmente se essas pessoas estiverem sofrendo de ansiedade ou depressão graves. Por isso, é importante usar uma linguagem que promova a confiança e a segurança.

É recomendado ter um plano de comunicação para você e para a sua equipe, com sugestões de respostas ou guia de argumentações para ser utilizado sempre que alguém pedir uma explicação sobre a EMT.



Na próxima parte, apresentaremos algumas das perguntas mais frequentes feitas pelos pacientes, em conjunto com sugestões de resposta.

1 A EMT é aprovada e segura?

A EMT é utilizada na investigação científica do cérebro há mais de 30 anos e foi objeto de inúmeros estudos científicos. Foi considerada segura pelos Institutos Nacionais de Saúde e está aprovada para o tratamento da depressão clínica desde 2008.

2 A EMT é eficaz?

Existem muitos estudos que confirmam a eficácia da EMT. Em média, os pacientes registam uma melhora dos seus sintomas após 4 semanas de tratamento.

3 A EMT é bem tolerada?

A EMT é bem tolerada pela grande maioria dos pacientes. Em alguns casos, os pacientes sentem efeitos colaterais leves, tais como dores de cabeça, formigamento ou desconforto no ponto de estimulação. Esses efeitos tendem a melhorar após o procedimento e a diminuir ao longo do tempo com tratamentos adicionais.

4 Os pacientes são submetidos a uma avaliação exaustiva para determinar se a EMT é adequada para eles?

Os pacientes são sempre avaliados para

confirmar se a EMT é ou não adequada para eles. A avaliação busca diagnosticar o paciente ou confirmar o diagnóstico existente, considerando se uma psicoterapia e/ou uma medicação nova ou adicional pode ser eficaz e eliminar quaisquer condições de saúde que possam tornar o paciente inelegível para a EMT.

A escuta ativa cria segurança e confiança

É importante explicar claramente o que é a EMT. E o outro lado da moeda da comunicação é ouvir demonstrando empatia pelo paciente e gerando confiança.

Pratique escuta ativa e uma linguagem compassiva quando os pacientes expressam as suas preocupações ou receios e treine a equipe para fazer o mesmo, não tente minimizar as preocupações dos seus pacientes, ao invés disso, comunique que ouviu e informe-os sobre os fatos, para que tomem uma decisão informada sobre se querem ou não experimentar a EMT. É preferível ter a adesão dos pacientes a longo prazo e, em última análise, a decisão é deles.

Passos fundamentais para uma escuta ativa:

1 **Mostrar que está prestando atenção**

Faça com que a pessoa veja e sinta que está ouvindo, se certifique de estar de frente para ela, estabelecendo contato visual. Dê toda a sua atenção. Embora seja possível executar várias tarefas ao mesmo tempo (por exemplo, escrever ou tomar notas), em algumas interações com os pacientes, se estiver ouvindo ativamente, não deve fazê-lo. Utilize linguagem encorajadora verbal e não verbal, como acenar ou balançar a cabeça, use expressões faciais adequadas e palavras e frases como "sim", "sim, eu entendo", "ok", "fale mais sobre"...

2 **Ouvir para compreender e evitar interromper**

Não parta do princípio que já sabe o que a pessoa vai dizer ou que compreende a sua experiência. Tente deixar de lado as suas suposições e seja uma tela em branco, ouvindo realmente as palavras que estão sendo comunicadas. Dê tempo ao paciente para dizer o que precisa dizer e espere que ele termine antes de respondê-lo.

3 Parafrasear o que a pessoa disse e/ou pedir esclarecimentos

Pode ser útil mostrar para a pessoa que a ouviu, repetindo as palavras que ela utilizou ou parafraseando o que ela disse. Por exemplo: "Você mencionou que não tem certeza de que a EMT é uma solução adequada para seu caso porque xxx...".

Se houver alguma coisa que a pessoa disse que você não compreendeu ou sobre a qual não tem certeza, não tente adivinhar. Peça para ela esclarecer. Uma boa frase para utilizar seria: "Pode me explicar melhor o que quer dizer com xxx..." (Repita as palavras que a pessoa te disse)

Também não há problema em dizer que não tem certeza de algo que a pessoa disse e pedir que explique de outra forma, isso mostra que você quer realmente compreender a experiência dela da melhor forma possível.

4 Peça permissão para responder

Aborde as preocupações do paciente com informações úteis, mas só depois de pedir autorização. Dar conselhos não solicitados não gera confiança. Por exemplo: "Você gostaria que eu falasse mais sobre a EMT?"

É importante obter a adesão do paciente para se certificar de que não o está enchendo com informações que ele não quer, mas apenas dando informações que ele concordou em receber.

A escuta ativa não é necessária em todas as interações, mas é útil e importante em algumas situações. Saber quando utilizar a escuta ativa e quando fazer uma apresentação de informações e fatos é uma parte importante de uma comunicação eficaz.

Quando se trabalha com pessoas com transtornos mentais, é importante estar atento aos sinais – que podem ser não-verbais – de que a pessoa pode estar se sentindo sobrecarregada. Se a linguagem corporal ou o tom de voz da pessoa se alteram significativamente, se ela estiver com dificuldade de estabelecer contato visual ou parecer um pouco distraída, pode estar tendo uma resposta de um trauma e/ou se sentindo cansada. As formas úteis de reagir a esta situação incluem diminuir o ritmo, fazer uma pausa no fornecimento de informações, oferecer um pouco de ar fresco ou um copo de água, sugerir uma respiração consciente ou um movimento suave, o mais importante é manter a ligação com a pessoa quando parecer que ela está ausente.

Como algumas das pessoas com as quais o terapeuta e o seu pessoal irão se comunicar vão ouvir falar da EMT pela primeira vez, é muito importante utilizar uma linguagem que transmita confiança e segurança em relação à EMT, em vez de uma linguagem que possa assustar.

Linguagem apropriada para falar sobre saúde mental

Da mesma forma, é fundamental utilizar uma linguagem respeitosa quando se fala com ou sobre os pacientes. Não se refira às pessoas como doentes mentais, fale sobre sua experiência ou sintomas, ou seja, "você está passando por uma depressão". O termo "passando por uma depressão" é preferível a "sofrendo de depressão".

Ao usar uma comunicação mais adequada à situação e ao utilizar uma linguagem respeitadora e empática, é mais provável que atraia e retenha pacientes, além de evitar perder potenciais pacientes por não sentirem que a sua experiência ou preocupações foram devidamente ouvidas, ou por não obterem a informação que precisam para se sentirem seguros e tomarem uma decisão informada. Aprender as competências de uma boa comunicação que passe segurança, confiança e formar a sua equipe para usar estas habilidades, irá contribuir muito para o sucesso da sua clínica de EMT.





Passo 5

PROMOÇÃO – COMO ATRAIR NOVOS PACIENTES

Antes de divulgar e promover a sua clínica, é importante investir algum tempo na definição dos pacientes ideais, do nicho de mercado e no tamanho potencial desse mercado. Quem é o público-alvo que você pode ajudar? E quantas pessoas você pode potencialmente alcançar? Quais são as suas principais necessidades e desafios? Quais são as melhores formas de alcançar e se comunicar com essas pessoas?



Talvez você já tenha uma especialidade no ramo da saúde mental ou talvez queira se especializar em uma área específica.

Quando souber qual é o seu nicho e quem são os seus pacientes ideais, pode definir o tipo de linguagem para utilizar e a melhor forma de se comunicar com os potenciais pacientes.

Depois, pode criar uma estratégia de marketing e comunicação e, se quiser, uma estratégia de marketing digital para redes sociais.

Estimar a dimensão do seu mercado potencial

Além de definir seus pacientes ideais e o seu nicho de mercado, é importante ter uma noção da dimensão do seu mercado potencial. Apenas como um exemplo, apresentaremos a seguir um método para estimar o tamanho potencial do mercado de uma pequena cidade (como Copenhague, onde se situa a sede da MagVenture) para pessoas com depressão resistente aos tratamentos convencionais.

De acordo com a OMS, a depressão é uma doença comum que afeta cerca de 3,8% da população mundial. A população de Copenhague é de cerca de um milhão de pessoas. Por uma questão de simplicidade, arredondaremos a percentagem de pessoas que sofrem de depressão para 3% ao invés de 3,8.

$1.000.000 \text{ de pessoas} \times 0,3 \text{ (a população geral de Copenhague e a percentagem de pessoas que sofrem de depressão)} = 30.000$. Isso dá um número aproximado de 30.000 pessoas que vivem em Copenhague e que sofrem de depressão.

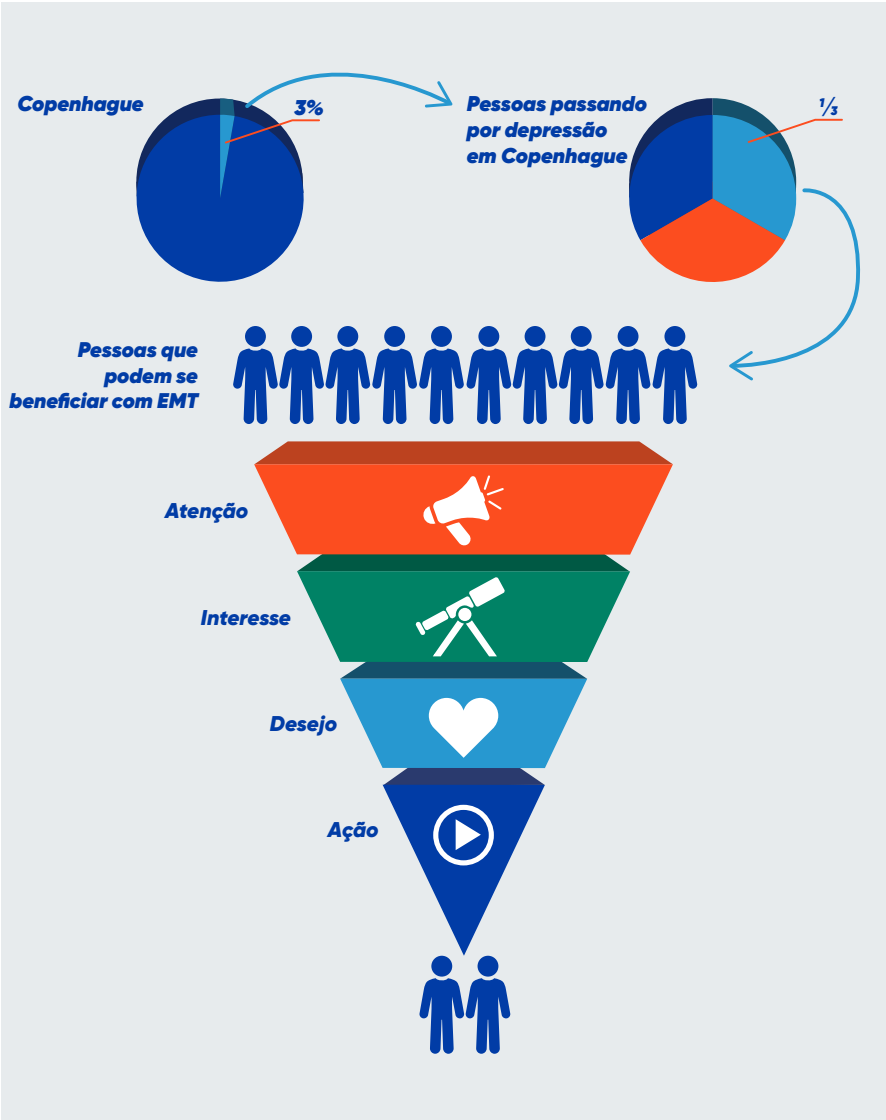
De acordo com a OMS, 30% das pessoas que sofrem de depressão não melhoram com medicação. Se pegarmos este valor de 30% e o aplicarmos às 30.000 pessoas em Copenhague que sofrem de depressão, obteremos um número de 10.000.

Esta é uma estimativa do número de pessoas que residem em Copenhague e sofrem de depressão resistente ao tratamento medicamentoso e para as quais a EMT poderia ser uma ajuda para aliviar os sintomas e proporcionar uma melhora significativa.

Este também é o tamanho do mercado potencial de uma clínica de EMT em Copenhague e, aplicado ao modelo AIDA ou "Funil de Marketing", é o número de pessoas fora (ou no topo do diagrama) do funil. Essas são as pessoas para alcançar com a fase de ATENÇÃO do modelo AIDA, que descreveremos abaixo.

Estimar o tamanho do seu mercado potencial ajudará no seu planejamento financeiro, que descreveremos no Passo 7.

Visualizar a jornada do paciente



Marketing de funil

Uma ferramenta útil para entender o que é conhecido no mundo do marketing como a jornada do cliente é o modelo AIDA. Este modelo descreve as diferentes fases ou estados de consciência pelos quais passa um potencial cliente antes de optar por comprar um produto ou serviço. Descreveremos aqui por que pode ser útil quando aplicado ao marketing e à promoção da EMT.

AIDA significa: Atenção – Interesse – Desejo – Ação. Nas páginas seguintes, iremos desenvolver cada fase do modelo e descrever como ele se aplica à EMT.



Atenção

A primeira fase desse modelo é focada em chamar a atenção. As empresas gastam milhões de dólares para encontrar formas de chamar atenção para os seus produtos, desde campanhas publicitárias atrativas ao apoio de celebridades. No caso da EMT, pode ser que você a esteja apresentando às pessoas pela primeira vez e o canal tem de ser adequado ao seu público-alvo. O objetivo é promover a EMT. Isso pode ser feito através de um comunicado de imprensa, um artigo de jornal, publicidade tradicional em rádio, tv ou revista, panfletos ou cartazes, em quadros de avisos ou em clínicas, intervenções em uma conferência, patrocínios ou outras formas de comunicação que considere adequadas ao seu setor.



Interesse

O objetivo é levar as pessoas a pensarem:

"Gosto do que estou ouvindo, quero saber mais".

Para chegar nessa fase, o seu conteúdo deve ser persuasivo e cativante. Enquanto a primeira fase da AIDA consiste em captar a atenção, essa fase consiste em mantê-la. Isso pode ser feito utilizando aquilo que, no marketing, se chama de gancho, algo que vai prender a atenção das pessoas e incentivá-las a quererem saber mais. Nesse caso, um gancho adequado seria o potencial de alívio dos sintomas e de fazê-las se sentirem melhor. Isso pode ser comunicado com fatos sobre a EMT, estudo de casos ou depoimentos autorizados pelas pessoas envolvidas e de acordo com a regulamentação vigente na sua região e no seu mercado.

Muitos profissionais de saúde utilizam blogs e conteúdos nas redes sociais para se comunicar com potenciais clientes e mostrar que são experientes, dignos de confiança e especialistas em suas áreas. Em primeiro lugar, decida se essa abordagem é adequada para você e para a sua clínica. Se decidir seguir esse caminho, a chave é criar conteúdo significativo e informativo que tenha valor para os seus potenciais pacientes. Proporcione conteúdo sobre EMT que seja útil para eles e que transmita confiança em você enquanto profissional e especialista na área. Quando aplicado ao modelo AIDA, isso se enquadra nas fases de Interesse e Desejo.



Desejo

As pessoas compram produtos e serviços de pessoas que conhecem, de quem gostam e em quem confiam. As duas primeiras etapas do percurso de qualificação do paciente consistem em estabelecer o “conhecer” e o “gostar”. A fase seguinte do modelo consiste em mudar o pensamento da pessoa de “gosto” para o pensamento “quero”. O ingrediente crucial necessário para cimentar essa peça final do quebra-cabeças é a confiança.

Uma forma de fazer isso é fornecendo conteúdos significativos através das redes sociais ou dos canais de comunicação tradicionais. As relações de confiança também se constroem com uma comunicação respeitosa, empática e através da escuta ativa, assuntos que já abordamos nos parágrafos anteriores.



Ação

Depois de ter desenvolvido a atenção, o interesse e o desejo pelo seu serviço, o passo seguinte é dar aos seus potenciais pacientes a oportunidade de agirem e comprarem.

O objetivo nessa fase é que as pessoas decidam: “Vou fazer isto!”

E que haja uma forma fácil e acessível de agendar o serviço. Facilitar a reserva do seu serviço significa ter um sistema de agenda ou outro tipo de chamada para ação no seu website.

Juntamente com os elementos que descrevemos anteriormente (na Etapa 4 – Comunicação). Um guia bem elaborado para a equipe fazer as perguntas certas e encorajar os potenciais pacientes a dar o passo final de marcar uma avaliação inicial e/ou agendar uma série de sessões de EMT, é uma ferramenta valiosa para essa fase do processo.

A estratégia define o seu sucesso

Ao dedicar um tempo para definir os seus pacientes ideais e o seu tamanho potencial de mercado, você pode desenvolver a estratégia de marketing adequada à sua marca, clínica e público-alvo. Dessa forma, evitará o erro de gastar tempo e dinheiro em publicidade ou canais de comunicação ineficazes. Não perca o seu público-alvo devido a uma linguagem ou mensagem ineficaz ou por ter programado a sua comunicação na fase errada do funil ou da jornada do cliente.



Passo 6

INSTALAÇÃO FÍSICA E EQUIPAMENTO



Agora que você já domina aspectos como a autorização, a formação, a equipe, a comunicação e a promoção, chegou a hora de analisar a configuração física e o equipamento necessários para estabelecer uma clínica de EMT de sucesso.

Espaço físico

A localização física e a configuração da sua clínica de EMT dependem, até certo ponto, se ela será um complemento ao espaço físico de um consultório já existente ou uma clínica completamente nova.

Ao considerar cuidadosamente a configuração física e os requisitos de equipamento para a sua clínica de EMT, você pode evitar o erro de se instalar em um local que não é o ideal para as suas necessidades ou de investir em um equipamento inadequado às suas necessidades.

É necessário se certificar de dispor de uma sala de tratamento suficientemente grande para acomodar o seu aparelho de EMT e uma cadeira, uma recepção e uma sala de espera separadas para que os pacientes tenham privacidade enquanto recebem os seus tratamentos.

A estética da clínica depende da sua marca e estilo pessoais, do que você pretende transmitir aos seus pacientes.



Quer um ambiente calmo e tranquilo que ajude as pessoas a relaxarem? Imagens naturais como paisagens, árvores e padrões encontrados na natureza podem ser calmantes, tal como músicas com sons de natureza como a água.

Prefere um estilo mais sofisticado com gravuras de arte clássica ou moderna? Gostaria de ouvir música relaxante ou mesmo ligeiramente animada na recepção?

Quer optar por um estilo mais hospitalar ou por algo mais acolhedor ou sofisticado? Quer selecionar cores mais suaves e tranquilas ou cores vivas, multicoloridas e animadas?

Outro aspecto que deve ser considerado é a localização. Quer um local discreto ou mais visível para que as pessoas vejam a fachada e entrem para saber mais sobre a EMT? Considere a acessibilidade para pessoas com deficiências físicas, a proximidade de transportes públicos, estacionamentos etc.

Avalie outros fornecedores de serviços na região e a forma como estão comercializando os seus serviços. Uma região com vários fornecedores de serviços de EMT exigirá que você se diferencie na sua prática. Por consequência, reflita sobre o que você pode oferecer para se destacar.

Equipamento

O tipo de equipamento de que vai precisar, depende do número de pacientes que espera tratar em um dia e dos tipos de tratamentos de EMT que planeja oferecer. Depende também do seu orçamento disponível.

Existem muitos tipos de estimuladores e bobinas magnéticas para diferentes partes do cérebro e diversos tipos de tratamentos. Você vai precisar de um estimulador e de determinados tipos de bobinas que suportem os tratamentos que você deseja oferecer.

Um método simples e comprovado de posicionamento de bobinas é a utilização de toucas de tecido com uma placa de marcação ou fita métrica.

Você sempre poderá atualizar e aumentar o seu equipamento de EMT na medida que estabelece e desenvolve a sua clínica.





Passo 7

MODELO FINANCEIRO E ESTRUTURA DE NEGÓCIOS

A criação de um plano financeiro é um passo importante para a organização da sua clínica de EMT e para a sua sustentabilidade a longo prazo.

Comece definindo a dimensão do seu mercado (consulte as nossas sugestões na Etapa 5 - Promoção) e identificando os números de oportunidades existentes no seu setor. Você pode usar essa informação para estimar o número de pacientes esperado em sua clínica.

Assim que tiver uma estimativa do número de pacientes que você espera atrair, fixe um objetivo claro de um número de pacientes por mês, bem como a taxa que pretende crescer enquanto aumenta a sua base de pacientes.

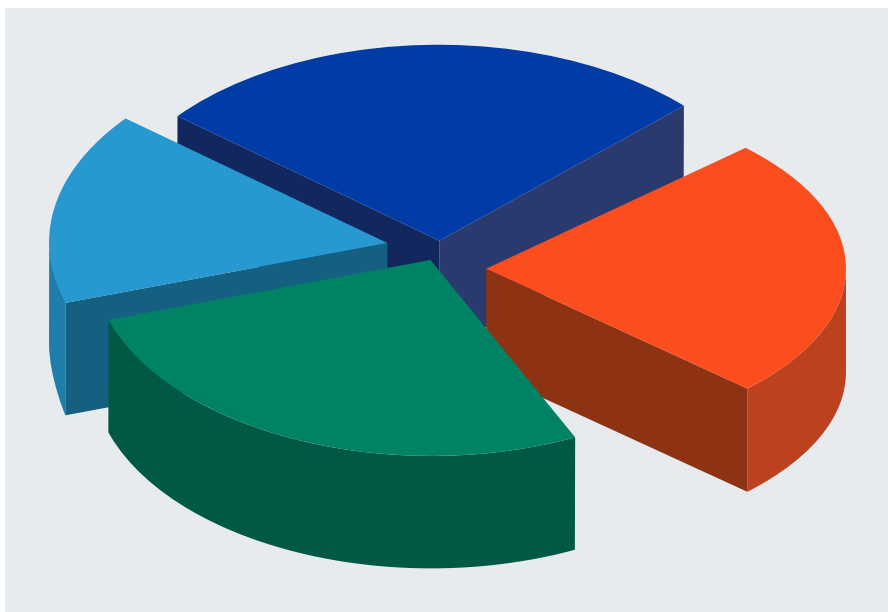
O relatório abaixo pode te ajudar nesta fase:
Relatório de Mercado de Sistemas de Estimulação Magnética Transcraniana: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/transcranial-magnetic-stimulator-market>

Pesquise a média de preços da sua região e defina quais serão os seus preços. A cobertura da EMT pelos convênios médicos difere de país para país e de região para região, informe-se sobre os subsídios ou

reembolsos que os seus pacientes podem receber e o que é necessário para consegui-los, isso pode influenciar na forma como você atrai e retém os pacientes.

Por exemplo, o reembolso nos EUA restringe-se normalmente a psiquiatras que tenham, no mínimo, a formação de um fabricante na aplicação da EMT. Para serem elegíveis para reembolso, os fornecedores de EMT são normalmente credenciados individualmente junto a cada entidade pagadora (companhia de seguros ou entidade governamental).

As entidades pagadoras governamentais não costumam exigir a pré-autorização que as companhias de convênios privados exigem, mas geralmente reembolsam com taxas menores que as companhias privadas.



Ser credenciado para reembolso tornará a sua clínica de EMT mais atrativa e mais acessível para alguns pacientes do seu público-alvo, portanto que vale a pena investigar as opções disponíveis.

Em seguida, defina uma visão geral dos custos operacionais. Isso inclui equipamento, instalações, serviços públicos, licenças, formação, marketing, seguros, salários da equipe e outros custos fixos, dependendo do seu contexto.

É importante reavaliar continuamente o seu orçamento e plano financeiro. Reservar um tempo para fazer isso todos os trimestres, constitui uma boa prática, especialmente nas fases iniciais de estabelecimento da sua clínica.

Escolha também a estrutura jurídica correta para a sua necessidade (Eireli e Sociedade Limitada Unipessoal).



Bônus

PLANEJAR O SUCESSO CONTÍNUO

Agora que já recebeu os nossos sete passos para criar uma clínica de EMT de sucesso, gostaríamos de compartilhar com você alguns passos adicionais.

Para planejar um sucesso contínuo você deve sempre rever alguns dos passos descritos neste e-book.

Isso significa se manter atualizado com as mais recentes formações, avanços tecnológicos, avanços nas pesquisas, equipamentos, indicações, aprovações e descobertas nos campos de pesquisa e tratamentos da EMT.



Reveja constantemente as suas estratégias de comunicação e de marketing, e mantenha atualizados todos os conteúdos que publica através de blogs, redes sociais e artigos. Revisite regularmente o seu plano financeiro para se certificar de que você está no caminho correto.

Mantenha-se a par do seu desenvolvimento profissional. Assine revistas e publicações. Estabeleça redes e construa relações com os seus colegas da área. Considere se unir à Clinical TMS Society e participar dos webinars e reuniões educativas. Estabeleça um sistema de referência com outros profissionais e considere colaborações quando for apropriado. Se for do seu interesse, considere atividades de divulgação como seminários públicos, workshops educativos sobre a EMT ou até mesmo um dia de visita aberta na sua clínica para uma demonstração. Estabeleça sistemas operacionais para uma administração harmoniosa e métodos organizacionais para o funcionamento cotidiano da sua clínica.



Passo adicional

AUMENTAR O SUCESSO COM MÚLTIPLAS MODALIDADES

Se você já é um profissional bem estabelecido, você pode colaborar com outros profissionais e terapeutas. Há evidências que sugerem que o envolvimento dos pacientes em múltiplas modalidades de tratamento pode levar a melhores resultados. O aconselhamento semanal e outras modalidades terapêuticas associadas podem ajudar os seus pacientes a obterem ferramentas para lidar com pensamentos e comportamentos associados aos seus problemas de saúde. Uma abordagem combinada poderá ser mais eficaz na obtenção de resultados bem-sucedidos a longo prazo e poderá ajudar a construir a sua reputação de clínica de EMT altamente eficaz e de sucesso, afinal, em última análise, o que conta são os bons resultados e as recomendações boca a boca sempre têm muita influência.



DESEJAMOS MUITO SUCESSO!

Neste e-book compartilhamos com você as nossas principais sugestões em sete passos para criar uma clínica de EMT de sucesso (Com mais alguns bônus!).

Esperamos que este e-book tenha respondido às suas principais questões e tenha dado informações úteis e sugestões sobre como evitar erros onerosos.

Esperamos também que tenha ajudado a te inspirar no projeto da sua clínica de EMT. Desejamos a você muito sucesso!

Não hesite em entrar em contato conosco se tiver perguntas ou comentários. Pode falar conosco através do email info@magventure.com.



