



ÁRVORE
Gestão de Relacionamento



HERMES
PARDINI

3º maior
grupo de
medicina
diagnóstica
do país

60 milhões
de exames
realizados
por ano

Receita:
R\$ 820mi,
em 2015

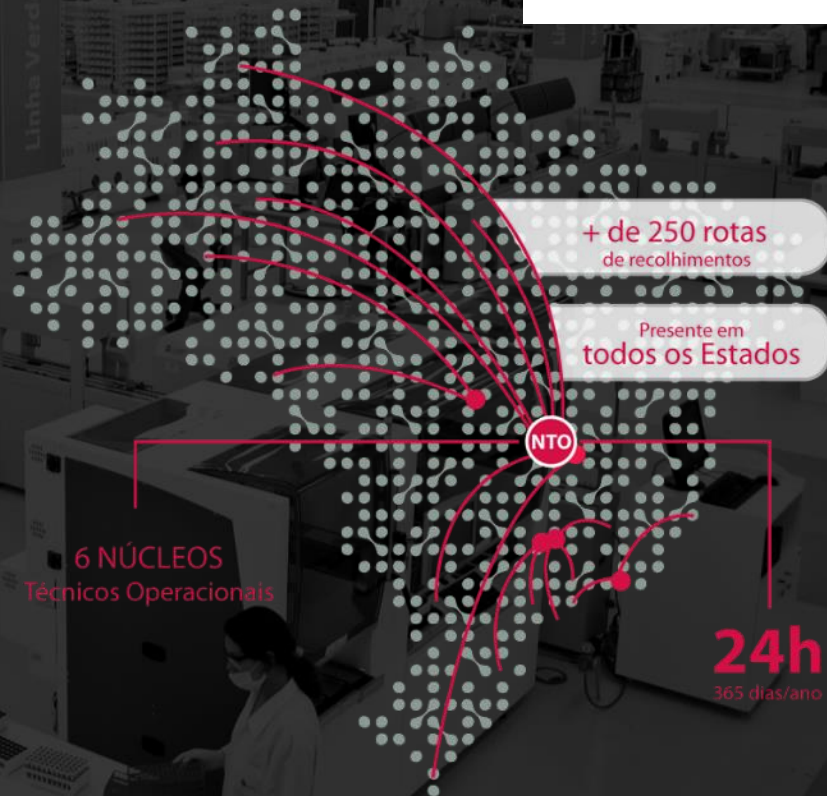
Sede em
Belo
Horizonte
(MG)

+ de **5mil**
parceiros
no Brasil

+ de **3mil**
tipos de
exames

Estratégia e
posicionamento
estão ancorados
no tripé

- **Medicina**
- **Saúde**
- **Bem-Estar**



“Gostaria que o Hermes Pardini fosse reconhecido nas comunidades como uma referência em saúde, não apenas um ponto comercial”.

Roberto Santoro, Presidente do Grupo Hermes Pardini

O DESAFIO

São 107 unidades
com realidades
totalmente diferentes.



O CAMINHO COMUM SERIA UTILIZAR A
COMUNICAÇÃO DE MASSA.

OPTAMOS POR SEGUIR O CAMINHO
COM EFEITOS MAIS DURADOUROS:
EMPODERAR NOSSA EQUIPE E
ESTIMULAR UMA CULTURA DE
RELACIONAMENTO EM TODA A
ORGANIZAÇÃO.

É AOS POUCOS. É CRESCENTE. É
GENUÍNO.



CRIAMOS UMA ESTRATÉGIA
DE RELACIONAMENTO COM
O CONSUMIDOR,
POR MEIO DA COMUNIDADE,
DA VIZINHANÇA DO
ENTORNO DAS NOSSAS
LOJAS.





MEU

Vizinho

PARDINI

NOSSA
CRENÇA

QUANTO MAIS PRÓXIMA A
EMPRESA ESTIVER DA
COMUNIDADE, MAIOR SERÁ
NOSSA ATRAÇÃO E
FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES.

+

POR MEIO DA CRIAÇÃO DE VÍNCULOS,
A EMPRESA INEVITAVELMENTE
CONTRIBUI PARA O FORTALECIMENTO
DO CAPITAL SOCIAL LOCAL.

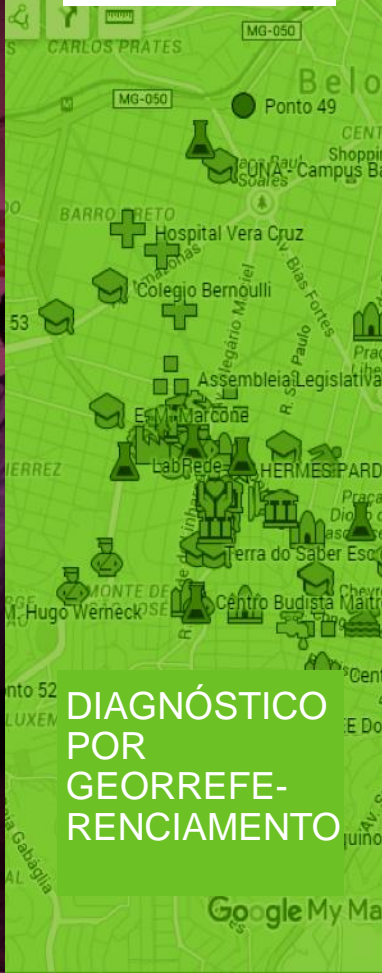


PASSO
1



SENSIBILIZAÇÃO
DA EQUIPE
INTERNA

PASSO
2



DIAGNÓSTICO
POR
GEORREFE-
RENCIAMENTO

PASSO
3



APRESENTAÇÃO
PARA OS
VIZINHOS

PASSO
4



"RETRATO DA
COMUNIDADE" E
PLANEJAMENTO
DE AÇÕES

PASSO
5



ROTINA DE
RELACIONAMENTO
ATIVO COM A
COMUNIDADE

SENSIBILIZAÇÃO
INTERNA

ATIVAÇÃO

UNIDADE
ABERTA

ENGAJAMENTO
INDIVIDUAL
CUIDADOSO



MEU
Vizinho
PARDINI

HERMES
PARDINI



COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ESTRUTURADA

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO



**IDENTIDADE
PRÓPRIA, NÃO
COMERCIAL**

PALETA INSTITUCIONAL:



PALETA EXCLUSIVA:



REPRESENTATIVIDADE

ESPONTANEIDADE

IMPACTO

ALEGRIA



ATIVAÇÃO DA CAMPANHA



OUTRAS AÇÕES

- Campanha publicitária hiperlocal
- Point of care itinerante
- Cartilha para escolas
- Cartilha de nutrição
- Cartilha de vacinas
- Brindes institucionais



BEM-ESTAR E
PROXIMIDADE
COM O CLIENTE:
INVESTIMENTOS NO
FUTURO

INVESTIMENTO:
R\$ 1700MIL



OS DADOS MOSTRAM:
OS CLIENTES SE
TORNARAM MAIS
PRÓXIMOS —
E OUTROS
TAMBÉM VÊM



**REPUTAÇÃO
DE MARCA**

**PROXIMIDADE
E FIDELIZAÇÃO**

**CONVERSÃO
NATURAL EM
NEGÓCIOS**

**NOVOS
CLIENTES**

**25 UNIDADES EM MG
09 UNIDADES EM GO**

**+2.500 AÇÕES
REALIZADAS NAS
COMUNIDADES
(80% SEM CUSTO)**

**+13%
VOLUME DE
ATENDIMENTO**

**+18%
RECEITA
BRUTA**

+ 9 pontos



De 63 para 72



O MEU VIZINHO PARDINI É
MAIS QUE UMA ESTRATÉGIA
DE COMUNICAÇÃO COM FOCO
NO CONSUMIDOR.

É UMA CRENÇA DE QUE
EMPRESAS QUE
ESTABELECEM VÍNCULOS COM
AS COMUNIDADES,
FORTALECEM A MARCA,
SUA MISSÃO, VISÃO, VALORES;
E FIDELIZAM CLIENTES.



