

RESUMO DO CASE

DENTAL UNI: INOVAÇÃO EM ATO COMPLEMENTAR

COOPERATIVA

DENTAL UNI – COOPERATIVA ODONTOLÓGICA

PALAVRAS-CHAVE: inovação de processo, experiência do usuário, marketing

RAMO: saúde **REGIÃO:** Brasil

CONTATO

CARLA FERREIRA

Analista de Marketing da Dental Uni

marketing@dentaluni.com.br

(41) 3020-3848



contexto

COOPERATIVA

Nome: Dental Uni – Cooperativa Odontológica

Constituída há mais de 35 anos, a Dental Uni é uma cooperativa de planos odontológicos

Conta com cerca de 15 mil dentistas

Atende mais de 700 mil beneficiários em todo o Brasil

DESAFIOS

Como garantir atendimento em todas as esferas da odontologia sem onerar o plano dos clientes.

Como oferecer ao dentista a ampliação dos serviços via cooperativa.

Padronizar o processo com toda rede de dentistas criando uma tabela única de serviços complementares como implante, ortodontia, prótese, entre outros, e possibilitando ao cliente uma forma completa de pagamento.



desenvolvimento

IDEAÇÃO

De forma simplificada, a Dental Uni resolveu o problema se tornando a mediadora do pagamento de serviços complementares, tanto do paciente como ao profissional dentista.

Assim, os atos complementares que antes eram realizados fora do plano, agora são realizados via Dental Uni.

O projeto envolveu colaboradores da área de Análise Técnica e do Financeiro.

APROVAÇÃO

O ato complementar funciona com o mesmo fluxo das demais operações em relação ao atendimento ao cliente.

Em atendimento odontológico, o beneficiário é informado da necessidade do procedimento, então o cirurgião-dentista solicita a abertura e aprovação da guia específica como ato complementar.

PAGAMENTO

Ao desenhar esse processo, foi necessário buscar fornecedores de crédito para integralizar a função dentro do sistema, já que seria oneroso e complicado entregar uma máquina de cartões para todos os consultórios.

O pagamento é de responsabilidade do paciente e pode ser realizado em até 12x no cartão de crédito, com parcela mínima de R\$ 30,00, ou em boleto bancário.



aprendizados e resultados

MARKETING

Do ponto de vista de marketing: oferta ao cliente um tratamento completo sem onerar a sua mensalidade.

FIDELIZAÇÃO

Ao dentista: possibilidade de aumentar seus ganhos e recebimento à vista pelos procedimentos.

INCLUSÃO

Ao mercado: viabilidade de um tratamento odontológico em sua totalidade a um número maior de pessoas, que antes não tinham condições financeiras.



próximos passos

Segundo a cooperativa, o projeto está em execução, com sucesso e sem previsão de mudanças. Hoje, a cooperativa fatura mais de R\$ 10 milhões por ano neste processo.



Para acessar o case **CASE COMPLETO:** www.inova.coop.br/radar

RADAR DA INOVAÇÃO

inovacoop

44 Sistema**OCB**