Б. Ю. Морозенко,
здобувач вищої освіти ОС «магістр», ФТМ;
Т. С. Чуніхіна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу;
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

РОЛЬ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ У ФОРМУВАННІ ЦІННОСТІ БРЕНДУ У МЕДИЧНІЙ СФЕРІ

У сучасному світі особистий бренд стає дедалі важливішим інструментом у різних сферах, зокрема у медицині. Особистий бренд лікаря чи медичного працівника впливає на сприйняття їхньої професійності, довіри пацієнтів і, зрештою, на цінність бренду медичного закладу. Ця робота має на меті дослідити, як особистий бренд може формувати цінність бренду у медичній сфері, враховуючи різноманітні аспекти, такі як довіра, комунікація та використання соціальних мереж [2].

Особистий бренд – це унікальна комбінація навичок, досвіду, цінностей і особистісних якостей особи, які формують її сприйняття в очах інших. У медичній сфері особистий бренд лікаря може впливати на його репутацію, що, у свою чергу, може визначити, наскільки пацієнти довіряють йому. Лікарі, які мають сильний особистий бренд, можуть залучати більше пацієнтів, оскільки їхні знання та досвід визнаються і цінуються [3].

У медицині довіра є ключовим фактором, що впливає на вибір лікаря. Пацієнти часто обирають лікарів не лише за їхньою кваліфікацією, а й за їхньою репутацією. Сильний особистий бренд може значно підвищити цю репутацію. Наприклад, лікар, який активно ділиться своїм досвідом і знаннями, може створити образ компетентного та надійного спеціаліста. Комунікація також є важливим аспектом у формуванні особистого бренду. Лікарі, які можуть ефективно спілкуватися з пацієнтами, здатні знизити рівень тривоги та страху, пов’язаних із медичними процедурами. Це, в свою чергу, підвищує рівень задоволеності пацієнтів і формує позитивне враження про медичний заклад [3].

Цінність бренду у медичній сфері визначається не лише якістю обслуговування, а й загальною репутацією медичного закладу. Особистий бренд лікаря може суттєво вплинути на цю цінність. Наприклад, лікар, який має позитивну репутацію, може залучити більше пацієнтів до клініки, що сприятиме збільшенню прибутків і покращенню іміджу закладу. Необхідно зазначити, що цінність бренду також формується через досвід пацієнтів. Лікарі, які створюють позитивний досвід, можуть підвищити лояльність пацієнтів, що є критично важливим для довгострокового успіху медичного закладу. Тому особистий бренд лікаря і цінність бренду медичного закладу взаємопов’язані [3].

Сьогодні соціальні мережі стали потужним інструментом для формування особистого бренду. Лікарі можуть використовувати платформи, такі як Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, для того щоб ділитися своїми знаннями,

досвідом та взаємодіяти з пацієнтами. Наприклад, лікар, який веде блог про здоров'я, може підвищити свою видимість і довіру серед потенційних пацієнтів [3]. Соціальні мережі також дозволяють лікарям ділитися відгуками пацієнтів, що може суттєво вплинути на їхню репутацію. Позитивні відгуки можуть підвищити довіру до лікаря, тоді як негативні можуть мати протилежний ефект. Таким чином, соціальні мережі стають важливим інструментом не лише для лікарів, а й для медичних закладів. Заклади можуть створювати контент, який підкреслює кваліфікацію своїх спеціалістів, їхні досягнення та унікальні послуги [3].

Важливо зазначити, що лікарі повинні бути обережними у виборі контенту, який вони публікують. Інформація має бути точною, етичною і відповідати професійним стандартам. Неправильна або недостовірна інформація може не лише зашкодити особистому бренду лікаря, але й негативно вплинути на довіру до медичної професії в цілому [3].

Яскравим прикладом створення успішного особистого бренду є психіатр Alok M. Kanojia, відомий у YouTube як HealthyGamerGG. Його платформа налічує понад 2.86 млн підписників, що дозволяє йому у своїх відео та прямих ефірах допомагати людям і відповідати на найважливіші питання. Лікар використовує особистий бренд для розвіювання міфів, підтримки пацієнтів і створення освітнього контенту, який допомагає аудиторії зрозуміти психічне здоров'я [1].

Список використаних джерел

1. HealthyGamerGG. URL: https://www.youtube.com/@HealthyGamerGG [дата звернення: 18.02.2025].

2. Особистий бренд лікаря: помилки та ключові особливості. URL: https://edgelab.com.ua/blog/osobystyj-brend-likarya-pomylky-ta-klyuchovi-osoblyvosti/ [дата звернення: 18.02.2025].

3. Маркетинг для лікарів: як побудувати особистий бренд у медицині? URL: https://mc.today/uk/blogs/marketyng-dlya-likariv-yak-pobuduvaty-osobystyj-brend-u-medytsyni/ [дата звернення: 18.02.2025].