

از مطب تا اوج

استراتژی‌های نوین مارکتینگ
برای ماماها و متخصصین زنان

اولین کتابی که در ایران
برای افزایش درآمد ماماها
چاپ شده است



نوشته مائده شرقی | مدیرعامل عصرجدید مامایی

وضعیت فعلی: محدودیت مطب



سقف درآمدی محدود به
ساعات ویزیت حضوری



دسترسی تنها به بیماران
محلی و محدود



فرسودگی شغلی و
رقابت سنتی



صعود به اوج: مطب دیجیتالی



شکستن مرزهای جغرافیایی
و دسترسی کشوری



درآمد مقیاس پذیر از
طریق خدمات آنلاین



خلق برند شخصی
قدرتمند و متمایز



تغییر پارادایم: از مطب سنتی تا مطب در اوج

شاخص‌ها	مطب سنتی	در اوج
مدل خدمات	صرفاً ویزیت حضوری تک‌به‌تک	سیستم ترکیبی (حضوری + آنلاین و گروهی)
سقف درآمد	محدود به ظرفیت زمانی روزانه	نامحدود (بهره‌گیری از جلسات گروهی آنلاین)
رابطه با بیمار	مقطعی و بر اساس بیماری	همراهی مستمر در طول مسیر درمان و بارداری
استراتژی جذب	تکیه صرف بر معرفی دهان‌به‌دهان تصادفی	برندسازی دیجیتال، تولید محتوا و ایجاد تجربه مثبت

موتور محرک رشد: تمرکز بر ویزیت آنلاین

اولین کتاب در حوزه ویزیت آنلاین مامایی

کسب درآمد در هر زمان و مکان:
رهایی از محدودیت‌های فیزیکی مطب.



جذب مخاطب ملی: فراتر رفتن
از محله و شهر، رسیدن به تمام
مادران ایران.

ارتباط موثرتر: امکان
پیگیری مستمر و خلق وفاداری
عمیق‌تر با مددجو.



نقشه راه ۱۳ فصلی تسلط بر مارکتینگ پزشکی

توسعه و آینده‌نگری

- عبور از چالش‌ها و اندازه‌گیری اثربخشی (فصل ۱۰ و ۱۱)
- آینده مارکتینگ و کارگاه جامع اجرایی (فصل ۱۲ و ۱۳)

اجرا و استراتژی دیجیتال

- استراتژی‌های تبلیغاتی و محتوای آموزشی (فصل ۶ و ۷)
- بازاریابی خدمات خاص زنان و مامایی (فصل ۸)
- مدیریت شهرت و نظرات آنلاین (فصل ۹)

زیربنا و ذهنیت

- مفاهیم پایه مارکتینگ و رفتار مددجو (فصل ۱ و ۲)
- برندسازی شخصی و اهمیت دیجیتال (فصل ۳ و ۴)
- طراحی تجربه بیمار (فصل ۵)

ایده‌های عملی پول‌سازی: مقیاس‌پذیری با گروه‌درمانی آنلاین

۶۰٪ از مادران باردار در ایران به مشاوره روانی و کاهش استرس نیاز دارند.



بستر اجرا: پلتفرم‌های ویزیت آنلاین (بدون نیاز به مطب فیزیکی).

محتوا: جلسات مشاوره برای رفع نگرانی‌های روانی و عاطفی دوران بارداری.

تکنیک جلسه اول: ایجاد احساس همدلی. به عنوان مثال، صحبت شفاف درباره ترس طبیعی از زایمان و درخواست از مادران برای بیان احساساتشان.

نتیجه: احساس رضایتمندی بالا و تمایل به شرکت در جلسات بعدی.

😊 خلق تجربه لذت بخش و به یادماندنی



حقیقت طلایی مالی در مامایی

“

”پایان هر ۳ ماه تک تک مددجویان را بررسی کنید.
کسی که یک بار از شما خرید کرده، سد را شکسته است.
تمرکز بر مشتری‌های قدیمی و ایجاد مکالمات عمومی،
از چندین تبلیغات گران‌قیمت اثربخش‌تر است.“

”

حفظ بیمار = ارزان‌ترین و سریع‌ترین مسیر افزایش درآمد.

مارکتینگ پزشکی، صرفاً تبلیغات نیست؛ کشف و ارائه ارزش واقعی تخصص شما به جامعه است.

سفر شما از دغدغه‌های روزمره مطب، تا رسیدن به اوج استقلال مالی و حرفه‌ای، از اینجا آغاز می‌شود.



کتاب «از مطب تا اوج» را تهیه کنید و اولین قدم را روی این نردبان بردارید.

