



Medicover: korzystanie z e-commerce w medycynie to szansa na dotarcie do nowych klientów i zwiększenie sprzedaży

Marketplace'y zdrowotne to szeroki wachlarz usług i wygoda nie tylko dla partnera, ale przede wszystkim dla pacjenta. Medicover wychodzi naprzeciw oczekiwaniom klientów i rozwija własną platformę Medistore. Umożliwia ona producentom dotarcie do szerokiego grona odbiorców i zwiększenie sprzedaży, a klientom – zrobienie szybkich zakupów związanych ze zdrowiem w jednym miejscu.

Aktualnie 79 proc. Polaków kupuje w internecie[1], a 67 proc. robi zakupy online przynajmniej raz w tygodniu[2]. Rozwój e-commerce również w sektorze medycznym pozwala przenieść pewien zakres działań do strefy online, dzięki czemu stanowi uzupełnienie i wsparcie dla placówek stacjonarnych.

Medicover od lat rozwija własny marketplace zdrowotny Medistore, który oferuje szeroki wybór produktów od różnych marek. Pozwala to na porównanie ofert i selekcję opcji dla siebie. Oferta marketplace'u jest szeroka – od konsultacji lekarskich po suplementy diety czy kartę na siłownię. Klienci mogą nabyć badania laboratoryjne, przeglądy stanu zdrowia, testy czy usługi diagnostyczne.

Po pandemii w obszarze e-commerce widać spadki w sektorze sprzedaży tradycyjnych produktów. Natomiast, w medycynie, w obszarze usług dla zdrowia, zauważamy duże zainteresowanie. Medistore, który jest marketplace'em oferującym szeroki katalog usług dla zdrowia i wellbeingu, ma się dobrze – rośniemy i widzimy, że klienci cenią sobie możliwość znalezienia wszystkich informacji o usługach, badaniach, wizytach lekarskich w jednym miejscu, porównać oferty i wybrać tę, która jest dla nich najbardziej korzystna

- mówi Sonia Kondratowicz, Digital Business Development Director.

Medistore już dociera do setek tysięcy klientów miesięcznie

Marketplace Medicover oferuje wiele możliwości współpracy B2B, zapewnia także wsparcie techniczne i marketingowe dla swoich partnerów biznesowych. Dobieramy jedynie takich producentów i dostawców usług, którzy spełniają najwyższe standardy jakości.

Dodatkowo, platforma oferuje wiele korzyści dla stałych klientów, takich jak program lojalnościowy czy rabaty na kolejne zakupy. Do programu lojalnościowego MediClub należy już ponad 300 tys. unikalnych użytkowników.

Obecnie wiemy o klientach coraz więcej. W świecie AI, różnych algorytmów, stają się oni jednak bardziej czujni, ostrożniej udostępniają informacje o sobie. W Medistore, we wrażliwym obszarze zdrowia, w komunikacji z klientem musimy położyć szczególny nacisk na bezpieczeństwo, klarowność i przejrzystość. Mamy program lojalnościowy MediClub, w ramach którego mówimy klientowi, że jeśli zechce podzielić się danymi, to będziemy w stanie przygotować dla niego lepszą, korzystniejszą propozycję. W takiej sytuacji klienci chętniej dzielą się danymi, a my jesteśmy w stanie udoskonalać ofertę. Dajemy odbiorcy produkty i usługi dostosowane do jego potrzeb dzięki czemu pozwalamy mu oszczędzić czas poświęcony na poszukiwanie

- dodaje Sonia Kondratowicz.

Aktualnie w ofercie Medistore jest ponad 5200 produktów dostępnych w jednym miejscu. Porównanie ofert tych samych produktów z różnych marek pozwala na znalezienie najlepszej ceny i jakości.



Medicover korzystanie z e-commerce w medycynie to szansa na dotarcie do nowych klientów i zwiększenie sprzedaży.jpg

Download



Medicover w Polsce - Backgrounder PL&ENG 2024.pdf

Download