

Descubra como o **marketing de conteúdo** pode ajudar no faturamento de sua **clínica**



balção da criação  
publicidade e propaganda





# Sumário

---

1. Origem do marketing médico	<b>pág 04</b>
2. O que estou fazendo de errado na gestão da minha clínica?	<b>pág 06</b>
3. Quais as limitações legais para o marketing médico?	<b>pág 07</b>
4. Como utilizar as redes sociais na área da saúde?	<b>pág 08</b>
5. Por que minha clinica deve investir em Marketing Digital agora?	<b>pág 10</b>
6. Como definir o valor do investimento em marketing para minha clínica?	<b>pág 12</b>
7. Por que contratar uma empresa especializada em Marketing Médico?	<b>pág 14</b>



# 1. Origem do marketing médico

---

## O que é o marketing para médicos?

A ideia geral do marketing é promover uma série de ações para satisfazer às necessidades de um determinado mercado e conquistar mais público para o negócio.

Dentro desse contexto, fazem parte do marketing atividades ligadas à área administrativa, à publicidade, às relações públicas etc.

Quando falamos em marketing para médicos, no entanto, devemos nos atentar a algumas ressalvas. Isso porque o Conselho Federal de Medicina (CFM) prevê regras e normativas que precisam ser seguidas. Conheça as regras.

## Por que fazer o marketing para médicos?

O marketing para médicos é ideal para os profissionais que têm o desejo de serem reconhecidos em sua área de atuação e querem atrair mais pacientes para sua clínica ou consultório. Assim, por meio da divulgação das atividades o seu trabalho se tornará mais conhecido na comunidade em que atua, o médico aumentará sua lucratividade e até mesmo ampliará o seu negócio.

## Como fazer o marketing para médicos?

Existem diversas maneiras para os médicos praticarem as ações de marketing, sobretudo quando falamos em internet e marketing digital. Para isso, listamos algumas das principais ações que podem ser executadas e que estão em alta no momento. Veja!

# 1. Origem do marketing médico

---

## I. Construa um site

Nos dias de hoje, é comum que a internet seja a principal fonte de busca para as pessoas que procuram por uma especialidade médica. Dentro desse contexto, ter um site para divulgação da sua clínica é fundamental. É importante também pensar em um site com design otimizado e responsivo, ou seja, que se adapte a qualquer tamanho de tela, gerando uma boa experiência para os usuários.



## II. Invista em marketing de conteúdo

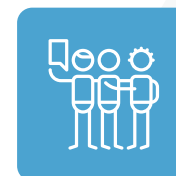
O marketing de conteúdo está em alta na contemporaneidade. Trata-se de uma metodologia baseada na criação de textos, vídeos, infográficos, entre outros tipos de materiais, com um conteúdo que seja de interesse do seu público.

Assim, quando as pessoas realizarem buscas na internet sobre sintomas ou tratamentos de uma determinada doença, por exemplo, serão direcionadas para o site e entrarão em contato com você para eventuais consultas.



## III. Esteja presente nas mídias sociais

Sua clínica também não pode ficar de fora das mídias sociais, como o Facebook. Afinal, cada vez mais pessoas estão conectadas a essas redes, e lá você pode gerar conteúdo interessante para o seu público, bem como falar um pouco mais sobre você e sua clínica, mas sempre dentro das recomendações do CFM.



## 2. O que estou fazendo de errado na gestão da minha clínica?

O volume de informações, processos e pessoas em uma clínica médica demanda um gerenciamento eficiente. E quando isso não acontece os pacientes são os primeiros que sentem os efeitos da falta de gestão em uma clínica médica. Por isso, você, mesmo sendo médico, deve compreender a importância de agir como um gestor.

### PRINCIPAIS ERROS

#### I. Não controlar o fluxo de caixa

A falta de controle em torno do dinheiro que entra e sai da clínica médica é um erro de gestão que compromete bastante a capacidade de investimento. Quando não há um sistema eficiente de gestão financeira, torna-se impossível saber se a clínica está dando lucro ou prejuízo. Então, efetue o registro de todas as transações financeiras.

#### II. Misturar as contas pessoais com as da empresa

Jamais misture as contas pessoais com as da clínica. Estipule um salário para receber mensalmente, deixando o restante do dinheiro na conta empresarial. Evite pagar as suas contas com o dinheiro do caixa da clínica, pois isso interfere no controle financeiro e torna mais difícil saber a origem dos gastos. Por menores que sejam os valores, aos poucos eles são somados e corroem a rentabilidade do negócio.

#### III. Não investir na capacitação dos funcionários

A clínica, assim como qualquer empresa, necessita da motivação dos seus funcionários para que os processos sejam cumpridos com excelência. Quando eles recebem capacitação, se tornam mais preparados para os desafios da rotina da clínica. O conhecimento é fundamental para exercer o trabalho com qualidade e transmitir confiança para os pacientes.

#### IV. Não estabelecer objetivos, metas e indicadores de desempenho

Para comprovar que as ações que foram tomadas em prol da boa gestão da clínica são realmente eficientes, é necessário estabelecer objetivos, metas e indicadores de desempenho. Os objetivos refletem o patamar que a organização deseja atingir, enquanto as metas determinarão os meios para que isso seja possível. Já os indicadores são os instrumentos que possibilitam a mensuração do resultado.

#### V. Fazer uma má gestão da agenda

O atendimento aos pacientes também faz parte da gestão da clínica. Se a agenda não tiver um controle adequado, a qualidade do atendimento pode ser comprometida e isso, consequentemente, afetará a rentabilidade da organização. O paciente, por exemplo, deve ter acesso aos meios que são rápidos e eficazes para o agendamento de suas consultas e exames. Já os profissionais devem aprender a manusear as ferramentas para gerenciar as faltas e encaixes. Vale anotar e eliminar os erros cometidos para garantir o bom trabalho de sua clínica.



## 3. Quais as limitações legais para o marketing médico?

---

As limitações para o marketing médico são impostas pelo Conselho Federal de Medicina (CFM). Foi o órgão o responsável pela edição da Resolução n.º 2.126, de 2015, que definiu os parâmetros mínimos para que o médico evite apelar para o sensacionalismo ou faça autopromoção extrema, proibindo expressamente algumas práticas.

Todo médico pode começar a definir sua estratégia de divulgação a partir do bom senso, porém qualquer profissional deve ter a consciência de não expor seus pacientes a situações vexatórias, honrando a profissão e mesmo as normas legais, que determinam ser inviolável a vida e a privacidade de toda pessoa.

### O que fica proibido nesse tipo de publicidade?

O CFM veda a publicação de selfies com pacientes, especialmente durante atendimentos e cirurgias, assim como vídeos ou áudios que promovam a concorrência desleal ou o sensacionalismo. A divulgação de práticas e métodos que foram validados pelo órgão também é vedada.

É proibida a divulgação de qualquer graduação ou título que não se possua comprovadamente. Os conselhos regionais ficam responsáveis por investigar suspeitas de violações, podendo aplicar multas, advertências e até mesmo suspensões de licenças concedidas.

Não pode:

- **Usar fotos de pacientes**
- **Dizer que a sua clínica é a melhor**
- **Que possui resultados garantidos**
- **Divulgação de preços de procedimentos ou descontos e demais ações que tenham cunho sensacionalista.**

### O que é possível fazer para promover serviços?

Embora a resolução regulamente práticas e impeça a realização de certas atividades, são permitidas a divulgação de especialidades validadas pelo CFM, veiculação de notícias e textos que visem informar o seu público e, especialmente, a utilização das redes sociais de maneira sóbria.

Vale publicar fotos do consultório, dos profissionais que fazem parte de equipes, materiais de que se dispõe e utilizar estratégias nesse sentido, sempre usando uma identidade visual própria.

O profissional pode, ainda, a fim de informar os pacientes, fazer vídeos em que explique melhor os procedimentos que oferece sem jamais, porém, garantir resultados práticos: a sua obrigação é apenas fornecer o melhor serviço de acordo com as diretrizes da profissão.





## 4. Como utilizar as redes sociais na área da saúde?

---

Com a internet são muitas as facilidades para encontrar um profissional qualificado, próximo do local desejado. Mas qual rede social devo usar?

Se você quer um contato intenso com os internautas, com respostas em tempo real, uma das recomendações é o Twitter. Se a sua clínica oferece trabalhos estéticos e que possam ser divulgados com imagens conforme orientações do CFM, o Instagram pode ser uma boa opção. Mas, se você quer aliar imagens, engajamento com clientes e grande alcance, o ideal é utilizar o Facebook.

Lembre-se de que é necessário tempo de dedicação para cada uma delas, especialmente para as que exigem respostas rápidas àqueles que lhe seguem.



## 4. Como utilizar as redes sociais na área da saúde?

### Os principais benefícios que você pode ter com uma rede social bem estruturada

#### I. Interação com pacientes

O ambiente de uma clínica normalmente é mais formal, ao contrário das redes sociais. Lá o tom das mensagens pode ser mais leve e trazer informações de forma mais atrativa aos seguidores. Isso pode levar as pessoas a interagirem mais com o seu consultório a qualquer horário do dia, buscando mais formas de conhecer o seu trabalho e de entender seus procedimentos.



#### II. Agendamento de consultas

Essa é uma função bastante relevante e diferenciada se você possui alguém que possa interagir em tempo real com seus pacientes, seja uma secretária ou alguém que trabalhe especificamente com redes sociais. Com uma agenda virtual, você pode facilmente solicitar que o atendente do seu canal online marque as consultas por ali mesmo, evitando congestionamento de telefonemas e também a frustração das pessoas com as ligações ocupadas.



#### III. Entrega de resultados

Se você marcou uma consulta pela rede social, pode muito bem informar seu paciente sobre seus resultados ou avisar que eles já estão prontos. Serviços de comodidade e conveniência em geral tendem a agregar muito valor a qualquer tipo de negócio. Aposte nisso.



#### IV. Aumento da visibilidade da clínica

Todas as vantagens citadas convergem a essa, pois não deixam de ser formas de divulgar o seu negócio. Com a satisfação dos pacientes pelos serviços prestados, vem junto o boca a boca. Em paralelo à divulgação da sua clínica na internet, eles provavelmente irão recomendá-lo em suas redes sociais ou para amigos próximos, aumentando a sua visibilidade.



## 5. Por que minha clínica deve investir em marketing médico agora?

---

Adaptar-se à realidade atual do mundo dos negócios é fundamental para uma empresa ter sucesso. Por isso listamos os principais motivos pelos quais uma clínica deve investir em Marketing Digital.

### I. Atrair e reter pacientes

O Marketing Digital tem o objetivo de criar relacionamentos e atrair novos negócios para a empresa. A estratégia consiste em se comunicar com o público de maneira personalizada e direta.

Uma das bases do Marketing Digital é o Inbound Marketing, uma estratégia que atrai potenciais clientes de maneira voluntária ao seu site ou às suas redes sociais, com base na atração, conversão, relacionamento, venda e análise.

O trabalho de Inbound é realizado utilizando-se ferramentas como blogs, sites e redes sociais. Por meio desses mecanismos, são produzidos conteúdos atraentes e principalmente valiosos para o público da clínica. Assim, o negócio ganha visibilidade e, por consequência, atrai clientes em potencial, gerando resultados cada vez melhores.

### II. Ser encontrado na internet com mais facilidade

A maior parte das experiências das pessoas na Internet começa por meio das pesquisas em mecanismos de buscas, principalmente o Google. Por meio da geração de conteúdo em sites e blogs, alinhada com a ferramenta SEO (que otimiza páginas na web), a clínica vai se destacar e vai começar a aparecer nos primeiros resultados do Google.

Outra maneira de uma empresa ser encontrada é investindo em anúncios pagos no Google Adwords ou nas redes sociais, como no caso do Facebook Ads. Porém, é essencial que a clínica equilibre a produção de conteúdo orgânico (que tem mais credibilidade e confiança) com os anúncios (que podem gerar aversão, apesar de serem essenciais na estratégia).

## 5. Por que minha clínica deve investir em marketing médico agora?

---

### III. Apresentar um custo reduzido em relação ao marketing tradicional

Investir em Marketing Digital é um recurso útil para qualquer empresa, inclusive clínicas médicas. O Marketing Tradicional, em que os anúncios (rádio, TV e revistas) precisam de altos investimentos, fica muitas vezes inviável para algumas empresas. Com o Marketing Digital, no entanto, é possível investir de maneira acessível e conquistar bons resultados.

### IV. Segmentar as campanhas de maneira muito precisa

Um dos grandes diferenciais de investir em Marketing Digital é a segmentação bastante precisa. Hoje em dia, é fácil monitorar as atividades das pessoas na Internet. Com isso, a clínica consegue conhecer os gostos, os desejos e as necessidades dos seus potenciais clientes. Assim, fica mais fácil, por exemplo, direcionar um anúncio para uma cidade específica, um gênero, uma profissão ou até para uma preferência em particular.

## 6. Como definir o valor do investimento em marketing para minha clínica?

---

Para investir é preciso planejar antes quais ações devem ser feitas, os objetivos que a sua clínica precisa atingir e como mensurá-los. Após ter traçado os objetivos que são a base do seu planejamento de marketing, é a vez de definir quais estratégias de marketing tradicional e digital deverão ser usadas.

Ações tradicionais como panfletos e envio de mala-direta são válidas, porém é necessário que a sua clínica também faça marketing digital, pois o custo é mais baixo e as ações são mensuráveis, razão pela qual esse tipo de investimento vem aumentando nos últimos anos.



## 6. Como definir o valor do investimento em marketing para minha clínica?

### Principais táticas do marketing digital

- **Google Adwords:** anúncios pagos que aparecem nos resultados de busca do Google
- **SEO:** refere-se a deixar o site da clínica visível de forma orgânica nos buscadores
- **Marketing de Conteúdo:** produzir conteúdos em um blog é outra forma de fazer com que a clínica seja encontrada pelo público-alvo
- **E-mail Marketing:** pelo envio de e-mails, é possível criar um relacionamento maior com o seu público e aumentar a conversão deles em pacientes
- **Redes Sociais:** para ter um engajamento ainda maior com o público é fundamental estar presente nas redes Sociais em que ele se encontra

### Qual é o orçamento para o investimento em marketing?

Em via de regra, empresas costumam investir 10% do seu faturamento em marketing. Ou seja, se a sua clínica fatura R\$ 30 mil por mês, R\$ 3 mil devem ser voltados ao total das suas ações de marketing.

Porém, tenha em mente que o investimento não precisa ser sempre um reflexo direto do valor faturado, mas principalmente, analise a viabilidade financeira de começar suas ações.



SEO



# 7. Por que contratar uma empresa especializada em marketing médico?

---

Contar com uma empresa especializada em marketing médico para cuidar da comunicação da sua clínica pode ser o passo que falta para crescer e fidelizar seus clientes.

Ao contratar uma agência, sua empresa vai contar com especialistas cuidando de toda a comunicação da sua marca, ou seja, pessoas que possuem o conhecimento técnico necessário para aplicar as melhores estratégias de marketing para o seu negócio, além do acompanhamento constante.

## I. Economia da sua verba

Com uma empresa parceira e devidamente qualificada, você vai ter total controle de toda a verba investida em marketing – o que se torna um excelente custo-benefício. Além disso, com certeza seu investimento vai ser muito menor do que contratar funcionários para formar uma equipe interna para cuidar do seu marketing.

## II. Aumento do alcance de público

Outro grande benefício em contar com uma boa parceria é o fato de que as ações implementadas aumentarão drasticamente o alcance da sua empresa no meio digital. Dessa forma, mais pessoas que estão buscando por soluções vão encontrar sua empresa e, naturalmente, você vai conquistar mais clientes.

## III. Menos gasto de tempo e energia

Com uma empresa especializada cuidando do marketing do seu negócio, você fica livre para dar atenção a outras áreas também muito importantes e que provavelmente não teria como terceirizar. Assim, você vai poder investir todo o seu tempo disponível para gerir o negócio.

## II. Mensuração de resultados

Por fim, outra grande vantagem em investir no marketing digital é o fato de que é possível mensurar tudo o que está sendo feito. Você vai ter clareza se as estratégias estão realmente funcionando e saber de fato quanto está retornando à sua clínica.

Mas, para isso, é preciso que a empresa contratada realmente apresente os resultados de forma clara e transparente.







**balaio da criação**  
publicidade e propaganda

**Para tirar dúvidas, marcar um café ou conhecer sobre Marketing Digital fale com a gente!**

 **+55 61 3046.8284**

 **balaio@balaiodacriacao.com.br**

    **/BalaiodaCriacao**

 **balaiodacriacao.com.br**