

14 ações de marketing médico para fidelizar seus pacientes

O número de [médicos em atuação no Brasil](#) cresce a cada ano, aumentando a competitividade na área de saúde. Diante desse cenário, médicos e profissionais de saúde em geral precisam adotar estratégias eficazes de marketing para se destacarem e manterem uma relação duradoura com seus pacientes.

Um bom marketing médico poderá não apenas atrair novos pacientes, como também ajudará a promover a fidelização dos já existentes, incentivando o engajamento e criando uma experiência de atendimento de alta qualidade.

Neste artigo, exploramos a importância do marketing para médicos, como fazer um bom marketing médico respeitando as diretrizes do Conselho Federal de Medicina (CFM) e como aproveitar ferramentas tecnológicas para criar campanhas eficazes. Por fim, apresentamos 14 ideias práticas de ações de marketing que podem ser implementadas em sua clínica.

- [A importância do marketing para médicos](#)
- [Como fazer um bom marketing médico](#)
- [Aproveitando o software médico para criar campanhas de marketing](#)
- [14 ideias de ações de marketing para implementar em sua clínica](#)



A importância do marketing para médicos

Os pacientes de hoje são cada vez mais informados e exigentes, fazendo com que o processo de [escolha de um médico](#) seja mais complexo. Foi-se o tempo em que pacientes abriam o catálogo de seu plano de saúde e escolhiam o profissional com base principalmente na localização do consultório e disponibilidade de horário para a consulta. Atualmente, eles buscam informações completas dos profissionais, avaliando depoimentos de outros pacientes, redes sociais, o site da clínica, os serviços oferecidos, entre outros fatores.

Em consequência, o marketing médico emerge como uma ferramenta indispensável para os profissionais de saúde. Se, tradicionalmente, muitos médicos confiavam apenas na reputação e no boca a boca para atrair e manter pacientes, agora, com a evolução das tecnologias de comunicação e o crescente uso das redes sociais, a dinâmica de atração e retenção de pacientes mudou significativamente.

Construção de imagem e reputação

Um dos aspectos mais importantes do marketing médico é a construção de uma imagem profissional sólida e uma [reputação confiável](#). O marketing eficaz permite que os médicos apresentem suas qualificações, especializações e experiências de forma clara e acessível.

Através de uma presença online bem estruturada, como um site profissional e perfis ativos em redes sociais, os médicos podem estabelecer uma imagem de autoridade e confiança, elementos essenciais na escolha do profissional de saúde por parte dos pacientes.

Atração de novos pacientes

O marketing médico desempenha um papel crucial na atração de novos pacientes. Estratégias bem planejadas e executadas, como campanhas de mídia paga, SEO (otimização para sites de busca) e marketing de conteúdo, aumentam a visibilidade da clínica ou do consultório médico.

Isso é particularmente importante em áreas urbanas densamente povoadas, onde os pacientes têm muitas opções e podem facilmente escolher entre diversos profissionais. A presença online otimizada e o uso estratégico de anúncios podem direcionar tráfego qualificado para o site da clínica, convertendo visitantes em pacientes.

Fidelização e engajamento dos pacientes

Mais do que atrair novos pacientes, o marketing médico é fundamental para a **fidelização dos pacientes** existentes. Estratégias de comunicação contínua, como newsletters, lembretes de consultas e felicitações em datas especiais, mantêm o paciente engajado e reforçam o relacionamento com o médico.

Pacientes que se sentem valorizados e bem atendidos são mais propensos a retornar e a recomendar o médico para amigos e familiares, criando um ciclo positivo de lealdade e referência.

Educação e informação

Outra faceta essencial do marketing médico é a capacidade de educar e informar os pacientes. Através de blogs, vídeos e postagens em redes sociais, os médicos podem disseminar informações valiosas sobre prevenção de doenças, tratamentos disponíveis e dicas de saúde.

Isso não apenas empodera os pacientes, tornando-os mais informados sobre sua própria saúde, mas também posiciona o médico como uma fonte confiável de conhecimento, fortalecendo ainda mais a relação de confiança.

Adaptação às mudanças de mercado

O marketing médico também é vital para que os profissionais de saúde se adaptem às mudanças constantes no mercado e nas expectativas dos pacientes. Com o advento das teleconsultas e a digitalização dos serviços de saúde, é necessário que os médicos estejam à frente dessas tendências, comunicando efetivamente as novas opções de atendimento e os benefícios que elas trazem para os pacientes.

Um marketing bem estruturado ajuda a clínica a permanecer relevante e competitiva, adaptando-se às novas demandas e oferecendo soluções inovadoras.

Aumento da satisfação e melhor experiência do paciente

Por fim, o marketing médico contribui diretamente para a melhoria da satisfação e da **experiência do paciente**. Através de pesquisas de satisfação e feedback contínuo, os médicos podem identificar áreas de melhoria e implementar mudanças que aumentem a qualidade do atendimento.

A comunicação transparente e regular também garante que os pacientes se sintam ouvidos e valorizados, o que é crucial para um atendimento humanizado e centrado no paciente.

O marketing médico, portanto, não é apenas uma ferramenta de promoção, ele se mostra como uma estratégia abrangente que engloba a construção de reputação, a atração e fidelização de pacientes, a educação em saúde e a adaptação às mudanças de mercado. Quando bem implementado, ele pode transformar a forma como os médicos interagem com seus pacientes, promovendo um atendimento mais eficaz, humano e satisfatório.

Como fazer um bom marketing médico

O bom marketing deve focar em informar sobre a qualificação do médico, especialidades atendidas e benefícios dos serviços oferecidos, sempre prezando pela veracidade e clareza das informações.

Além disso, pode oferecer valor direto aos pacientes, através da educação e informação sobre temas de saúde relevantes, capazes de promover a [capacitação dos pacientes](#) e o engajamento com seus cuidados de saúde.

Para realizar um marketing médico eficiente e ético, é fundamental seguir as diretrizes estabelecidas pelo Conselho Federal de Medicina (CFM). As regras atualizadas, conforme a Resolução CFM nº 2.336/23, orientam sobre práticas permitidas e proibidas, garantindo que a publicidade médica seja informativa, ética e voltada para o benefício do paciente.

Princípios fundamentais

- **Informatividade e veracidade**

A publicidade médica deve ser informativa e baseada em fatos verídicos. É permitido ao médico divulgar sua qualificação técnica, especialidades e experiências, desde que essas informações sejam verdadeiras e devidamente registradas no CRM. Por exemplo, um médico pode divulgar sua especialidade acompanhada do número de [Registro de Qualificação de Especialista \(RQE\)](#).

- **Ética e responsabilidade**

A publicidade deve respeitar os princípios éticos da profissão. É vedado ao médico prometer resultados garantidos, fazer propaganda sensacionalista ou utilizar depoimentos de pacientes para fins promocionais. Além disso, postagens de terceiros ou pacientes compartilhadas pelo médico são consideradas como publicações próprias e devem seguir as mesmas normas de ética e veracidade.

- **Transparência e clareza**

Informar claramente sobre os serviços oferecidos, como procedimentos, tecnologias utilizadas e condições de pagamento é permitido. A divulgação de valores de consultas e a oferta de descontos em campanhas promocionais também são permitidas, desde que não envolvam vendas casadas ou práticas que desvirtuem o objetivo da medicina.

Práticas permitidas

- **Divulgação de ambientes e equipamentos**

Médicos podem utilizar fotografias e vídeos que mostrem detalhes do ambiente de trabalho, incluindo a equipe clínica e os equipamentos. É importante que esses recursos tecnológicos estejam aprovados pela ANVISA e sejam utilizados de acordo com as diretrizes do CFM.

- **Orientação sobre serviços**

É permitido orientar pacientes sobre características do local onde os serviços são oferecidos, como estacionamento, segurança e conforto. Além disso, médicos podem anunciar aparelhos e recursos tecnológicos aprovados para uso médico, contribuindo para a transparência e confiança no atendimento.

- **Atividades acadêmicas e educativas**

Médicos podem utilizar suas redes sociais para compartilhar informações de caráter acadêmico e educativo. Publicações sobre prevenção de doenças, dicas de saúde e novidades em tratamentos são não apenas permitidas, mas incentivadas, desde que não identifiquem pacientes ou utilizem tom sensacionalista.

Práticas proibidas

- **Propaganda enganosa e sensacionalismo**

É proibido divulgar métodos ou técnicas não reconhecidos pelo CFM, participar de propaganda enganosa ou sensacionalista e promover medicamentos, insumos médicos ou alimentos que induzam à garantia de resultados. Além disso, transmitir imagens de consultas e procedimentos em tempo real é vedado, com algumas exceções específicas.

- **Divulgação de tratamentos especializados por não especialistas**

É vedado ao médico divulgar, quando não especialista, que trata de sistemas orgânicos, órgãos ou doenças específicas, por induzir à confusão com a divulgação de especialidades. A divulgação da qualificação técnica do médico deve seguir regras específicas.

Saiba mais detalhes sobre as regras de publicidade médica do CFM.

Aproveitando o software médico para criar campanhas de marketing

Para implementar um marketing médico eficaz, os profissionais podem – e devem – contar com a ajuda da tecnologia. O uso de um software médico completo, como o HiDoctor®, pode potencializar as estratégias de marketing ao oferecer ferramentas que facilitam a gestão de campanhas e a comunicação com os pacientes.

O HiDoctor® possui um **sistema de marketing integrado**, permitindo a criação e envio de campanhas de forma descomplicada. Aproveitando os dados dos prontuários e da agenda, é prático fazer a segmentação do público-alvo para que as campanhas possam ser mais personalizadas e efetivas.

O envio também é facilitado e abrangente, com as opções de e-mail, SMS e WhatsApp, além da possibilidade de envio automatizado ou manual. É ainda possível aproveitar imagens exclusivas e modelos prontos de mensagem para campanhas simples de felicitações, por exemplo.

Integrar o marketing com a tecnologia vai além da simples otimização do processo; é uma maneira de proporcionar uma experiência mais agradável e eficiente para os pacientes.

14 ideias de ações de marketing para implementar em sua clínica

1. Felicitações de aniversário

Enviar mensagens personalizadas de aniversário é uma maneira simples e eficaz de demonstrar cuidado e atenção aos seus pacientes. Utilizando o HiDoctor®, você pode automatizar o envio dessas mensagens, garantindo que nenhum paciente seja esquecido.

2. Felicitações em datas comemorativas

Além dos aniversários, felicitar seus pacientes em datas comemorativas, como Natal e Ano Novo, reforça o relacionamento e mostra que sua clínica se importa com eles.

3. Campanhas educativas sobre saúde

Crie campanhas educativas sobre prevenção de doenças, hábitos saudáveis e novidades médicas. Informar seus pacientes sobre temas relevantes de saúde ajuda a mantê-los engajados e bem informados, além de demonstrar sua preocupação com o bem-estar deles.

4. Campanhas informativas em datas de conscientização

Aproveite datas de conscientização, como Outubro Rosa e Janeiro Branco, para lançar campanhas informativas sobre temas específicos. Essas campanhas podem incluir palestras, posts em redes sociais e materiais educativos enviados por e-mail ou WhatsApp.

5. Lembretes de retorno

Enviar lembretes de retorno para acompanhamento ou check-up é essencial para garantir a continuidade do cuidado com seus pacientes. Use o HiDoctor® para identificar os pacientes que precisam retornar e assim ajudá-los a manterem suas consultas em dia.

6. Acompanhamento pós-consulta

O acompanhamento pós-consulta é crucial para avaliar a evolução do paciente e reforçar a importância do tratamento. Enviar mensagens de acompanhamento demonstra cuidado contínuo e pode melhorar a adesão ao tratamento.

7. Pesquisas de satisfação

Realizar pesquisas de satisfação após as consultas permite coletar feedback valioso dos pacientes. Use esses dados para melhorar seus serviços e atender melhor às necessidades dos pacientes. As pesquisas podem ser facilmente enviadas através do HiDoctor®.

8. Comunicados importantes

Manter seus pacientes informados sobre mudanças importantes na clínica, como férias, ausências e mudanças de telefone ou endereço, é crucial para manter a confiança e evitar transtornos.

9. Newsletter mensal

Uma newsletter mensal pode incluir novidades da clínica, notícias, artigos e informação sobre novos serviços e tratamentos. Essa comunicação regular mantém seus pacientes informados e engajados, reforçando a presença da sua clínica na rotina deles.

10. Programa de fidelidade

Criar um programa de fidelidade que recompense pacientes por indicarem novos pacientes pode aumentar a lealdade e incentivar o boca a boca.

11. Divulgação de redes sociais

Incentive seus pacientes a seguir suas redes sociais, onde você pode compartilhar conteúdo relevante, dicas de saúde e atualizações da clínica. A presença ativa nas redes sociais ajuda a manter um canal de comunicação aberto e dinâmico com seus pacientes.

12. Lembretes de vacinação

Envie lembretes personalizados para campanhas de vacinação, como a vacina contra a gripe ou outras imunizações sazonais. Manter os pacientes informados sobre a importância da vacinação é um serviço de grande valor.

13. Agendamento online e teleconsulta

Divulgue e incentive o uso do agendamento online e das teleconsultas. Esses serviços facilitam o acesso dos pacientes à sua clínica e mostram que você está atualizado com as tecnologias modernas de atendimento.

14. Alertas de saúde oportunos

Envie alertas de saúde com informações relevantes sobre acontecimentos de saúde, como surtos de dengue ou leptospirose. Informar seus pacientes sobre esses eventos e como se proteger demonstra proatividade e preocupação com a saúde pública.



Implementar ações de marketing médico eficazes é crucial para fidelizar pacientes e garantir a continuidade do cuidado. Utilizando ferramentas tecnológicas, como o HiDoctor®, você pode otimizar suas campanhas de marketing, melhorar a comunicação e oferecer um **atendimento de alta qualidade**.

As 14 ações apresentadas neste artigo são apenas o começo; com criatividade e dedicação, você pode desenvolver estratégias personalizadas que atendam às necessidades específicas de sua clínica e de seus pacientes.

E o HiDoctor® oferece todas as ferramentas de que você precisa para colocar suas ações em prática! Conte com nosso sistema de marketing médico integrado para criar e enviar campanhas segmentadas capazes de fidelizar seus pacientes!

O HiDoctor® é o único sistema multiplataforma para consultórios e o software mais utilizado por médicos e clínicas no Brasil. A Centralx® conta com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de tecnologias para a área médica.

Experimente e conheça o HiDoctor® clicando abaixo!

Conheça o HiDoctor®:
software médico completo
para todas as plataformas

Quero conhecer

0800 979 0400

Centralx®

Artigo original disponível em:

"14 ações de marketing médico para fidelizar seus pacientes " - HiDoctor® News

Centralx®