



GUIA PRÁTICO

MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS PARA NEGÓCIOS DE SAÚDE E BEM-ESTAR





Para empresas do **segmento de saúde e bem-estar** se posicionarem utilizando as redes sociais, é importante **seguir alguns passos e implementar estratégias de marketing digital** adequadas.

Não podemos falar de ações promocionais sem lembrar das diretrizes e regulamentos relacionados ao marketing para profissionais de saúde. Elas variam de acordo com as profissões mas, **existem algumas diretrizes gerais** que são amplamente **recomendadas para todos profissionais da área da saúde.**

No ano de 2015, o Conselho Federal de Medicina implementou a resolução nº 2.126 com o intuito de estabelecer diretrizes para o uso adequado das redes sociais por profissionais da área da saúde. Desde então, médicos e instituições têm adotado medidas adicionais para garantir a prudência em suas postagens online.



Um dos aspectos abordados pela resolução é **a proibição do registro e selfies por profissionais enquanto estão em serviço**. Além disso, a resolução proíbe veementemente a **promoção comercial de técnicas e serviços que não sejam reconhecidos pelo Conselho**. Também é vedada a **publicidade de produtos e empresas por parte dos profissionais da saúde**.

Esses são apenas alguns dos pontos abordados pela resolução. O objetivo principal é destacar que, mesmo com uma postagem inocente, é possível comprometer a reputação profissional. Portanto, é essencial seguir as diretrizes estabelecidas para **preservar a integridade e o respeito à ética médica** nas redes sociais.

Fonte: Conselho Federal de Medicina
<https://portal.cfm.org.br/>

Aqui estão algumas delas:

1. **Código de Ética Profissional:** muitas organizações profissionais de saúde têm um código de ética que **orienta as práticas de marketing**. Esses códigos estabelecem os princípios éticos a serem seguidos pelos profissionais, incluindo regras relacionadas ao marketing.

2. **Publicidade honesta:** os profissionais de saúde **devem fornecer informações precisas e verdadeiras em sua publicidade**, evitando declarações enganosas ou falsas. Eles não devem fazer alegações não comprovadas sobre suas habilidades, tratamentos ou resultados.





3.

Privacidade e confidencialidade:

ao realizar atividades de marketing, os profissionais de saúde devem respeitar a privacidade e a confidencialidade dos pacientes. Eles devem obter o **consentimento dos pacientes antes de usar suas informações pessoais** para fins de marketing.

4.

Evitar práticas antiéticas:

é importante evitar práticas antiéticas de marketing, como **aliciamento de pacientes, oferta de incentivos financeiros excessivos e exploração de vulnerabilidades** dos pacientes.

5.

Informações claras e compreensíveis: as informações fornecidas nos materiais de marketing **devem ser claras, compreensíveis e relevantes** para o público-alvo. Deve-se evitar o uso de linguagem técnica excessiva ou enganosa.

6.

Respeitar as regulamentações locais: os profissionais de saúde devem estar **cientes das regulamentações locais, leis de publicidade e diretrizes estabelecidas** por agências reguladoras de saúde. Eles devem garantir que suas atividades de marketing estejam em conformidade com essas regulamentações.



7.

Identificação adequada:

ao realizar atividades de marketing, os profissionais de saúde **devem identificar claramente sua profissão, qualificações e afiliações** profissionais. Inclusive, incluindo o número do registro profissional.

É importante ressaltar que essas diretrizes **são apenas um resumo geral e podem variar dependendo das organizações** profissionais específicas.

Recomenda-se que os profissionais de saúde **consultem as diretrizes específicas** de suas respectivas organizações profissionais e regulamentações locais para obter orientações mais detalhadas sobre o marketing ético na área da saúde.



Com base nessas orientações, vamos destacar aqui **dois canais digitais** importantes para o seu negócio.

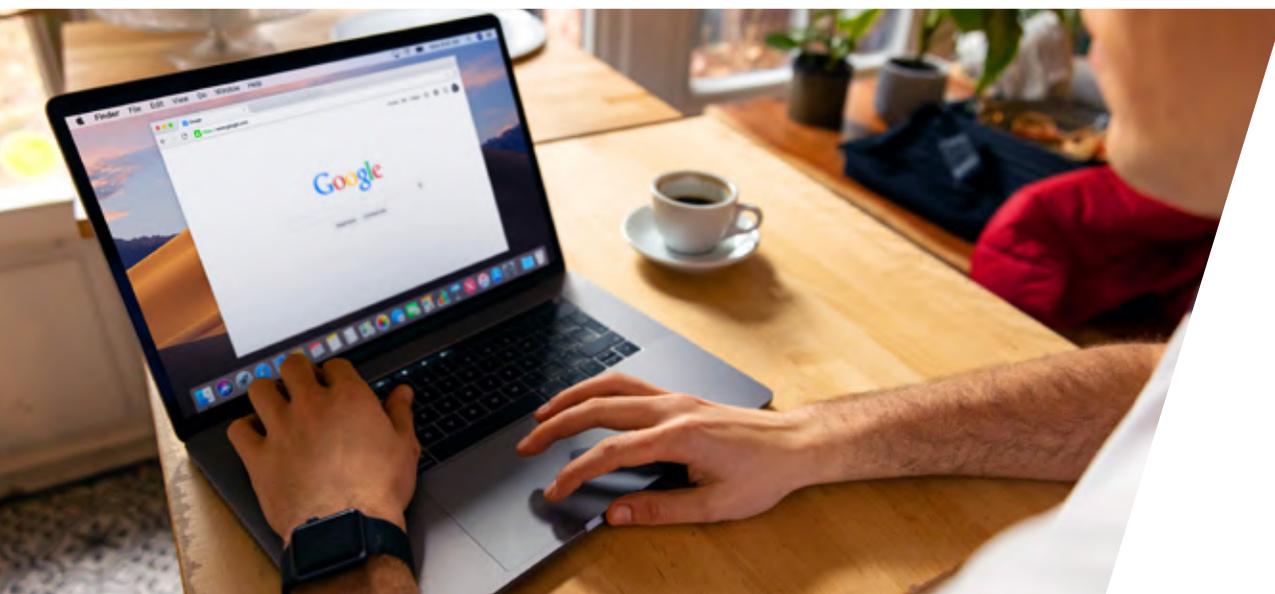
Google Meu Negócio

Faça o cadastro. **É gratuito!**

Complete com o máximo de informações. Inclua o **site**, **contatos** e **localização**. Lembre-se que o Google é um canal de pesquisa muito importante.

No Google Meu Negócio, você poderá **pedir avaliação para os seus clientes**. Lembre-se que essa ferramenta desempenha um papel fundamental na era digital, pois influencia diretamente a reputação e a visibilidade de uma empresa.

As avaliações fornecem aos consumidores **informações valiosas sobre a qualidade dos produtos ou serviços oferecidos**, a experiência do cliente e a confiabilidade do negócio. Além disso, as avaliações positivas aumentam a credibilidade da empresa e podem atrair novos clientes.





WhatsApp Business

Faça a configuração completa do perfil da sua empresa. Use o **status** da empresa para fornecer informações importantes, como **horário de funcionamento**, **serviços oferecidos**, detalhes de **contato** e até mesmo **links para agendamento de consultas**.

Utilize as **respostas automáticas** para fornecer respostas rápidas a perguntas comuns. Por exemplo, você pode configurar uma resposta automática para informar os horários de atendimento ou para agradecer aos clientes pelo contato e informar que responderá assim que possível.

O WhatsApp Business é uma **ótima plataforma para agendamento das consultas**. Importante que o atendimento seja rápido com linguagem clara e objetiva.

Lembre-se de **respeitar a privacidade dos seus clientes** e estar em conformidade com as políticas do WhatsApp Business. Utilize essa ferramenta como um meio para melhorar a experiência do cliente e fortalecer o relacionamento com eles.



digital.sebraers.com.br

0800 570 0800