



EPISÓDIO 2

REFERÊNCIA NA
+ SAÚDE

A ESTRATÉGIA
POSICIONAMENTO REFERÊNCIA

INTRODUÇÃO

Olá! Seja bem-vinda ao segundo episódio da série **Referência na Saúde**, em que eu, Laís Silveira, estou te mostrando como acelerar seus resultados para você finalmente se tornar uma profissional referência na sua região.

**Uma profissional posicionada,
como eu costumo brincar.**

Se você está cansada de não ser valorizada pelos seus pacientes que vivem pedindo desconto, ou o pior de tudo, não tem conseguido captar novos clientes, principalmente pelo Instagram, fica comigo que eu vou te mostrar como você pode virar esse jogo.

FUNIL *Cientes dos Sonhos*



São apenas **TRÊS ETAPAS**:

- 1- Conteúdo que atrai novos seguidores;
- 2- Um conteúdo que capta a atenção dos seus seguidores semelhantes ao seu cliente dos sonhos.
- 3- Um conteúdo que converte esses seguidores em clientes agendados.

No “desafio posicionamento referência”, não focamos em atrair novos seguidores.

Agora, nós vamos literalmente pescar no balde.

"Como assim Láís?"

Nós vamos encontrar o seu cliente dos sonhos dentro da sua própria audiência. Ou seja, das pessoas que já te seguem no Instagram.

A comunicação estará alinhada em captar a atenção do seu cliente dos sonhos e convertê-los em clientes agendados.

LEMBRE-SE:

A sua métrica de resultado é cliente agendado.

DIA 01

DIA 01

No dia 1, que já é hoje mesmo ou no máximo amanhã, você irá organizar seu cartão de visitas no Instagram que é a sua Bio e iniciar seu reposicionamento no Feed.

**UM AVISO MUITO IMPORTANTE:
A BIO NÃO É O TEU CURRÍCULO!**

Infelizmente vejo muitas profissionais da saúde colocando cursos e especializações que fizeram e não é isso que fará o seu cliente dos sonhos agendar com você, mas sim autoridade e resultado.

SÃO SÓ TRÊS ETAPAS

Para construir a Bio perfeita com seu novo posicionamento.

1. Troque a sua foto de perfil por uma que se conecta com o seu cliente dos sonhos.

A foto deve ter um aspecto profissional, ou seja, deve ter uma boa qualidade, uma boa iluminação e transmitir credibilidade.

Seu rosto deve estar em evidência.

Por isso, posicione a imagem para que apareça seu rosto, pescoço e no máximo a região dos ombros.

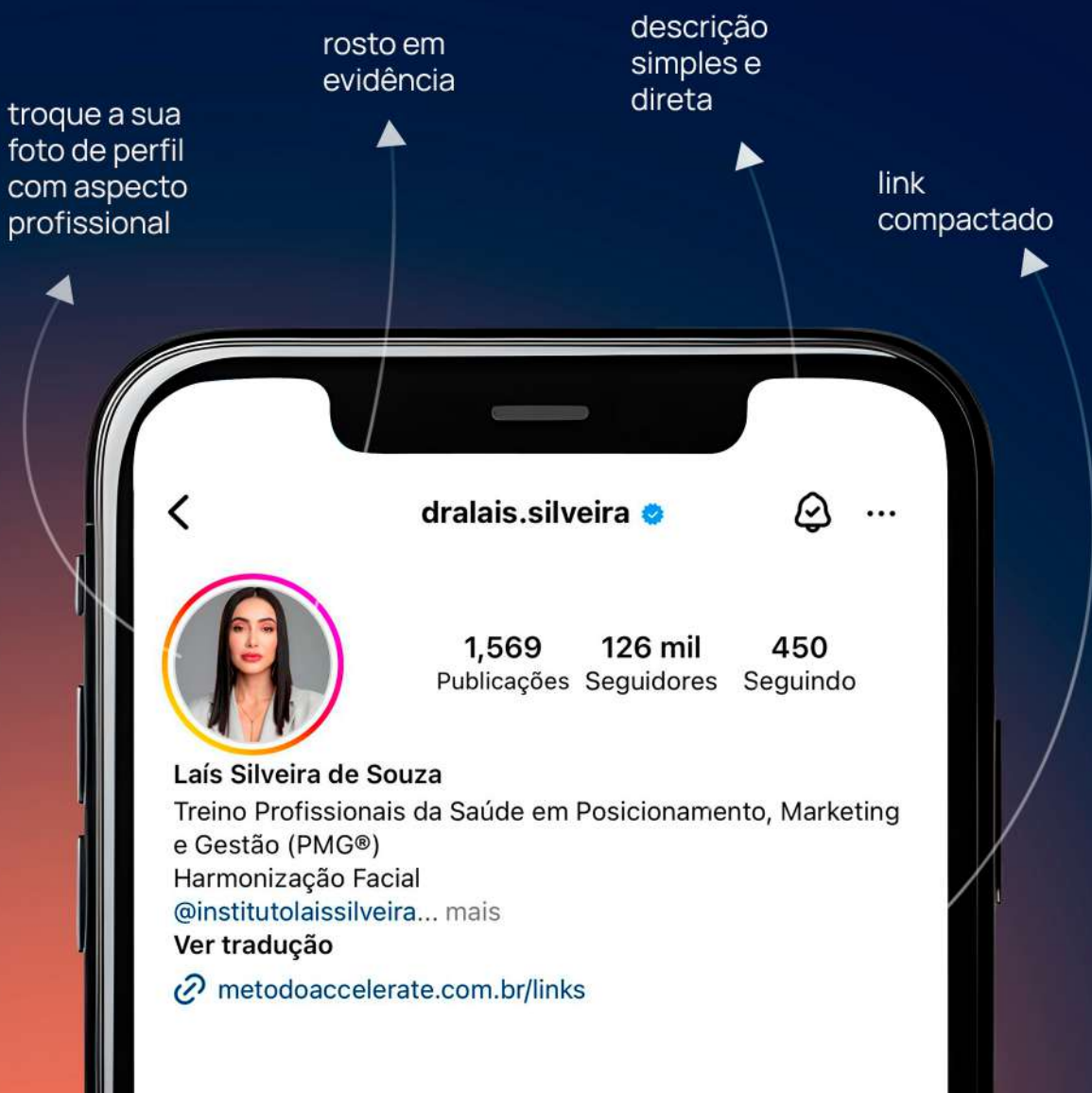
2. A descrição. São apenas cento e cinquenta caracteres, então a sua mensagem precisa ser simples e direta. Inicie com uma frase de impacto relacionado ao seu trabalho.

No meu caso, além de trabalhar com harmonização facial, sou mentora de profissionais da saúde.

Então, minha frase é: "Ensino profissionais da saúde a serem Referências na sua região."

Na segunda linha, escreva a sua profissão e insira seu registro no conselho.

Na terceira linha, faça uma chamada para ação. No seu caso: **tocar no link que estará abaixo para agendamento.**



3. Insira o link direcionando para o WhatsApp da sua equipe.

Esse link deve ser compacto, transmitir uma mensagem e ser metrificado.

Aqui está um segredo que poucas profissionais fazem e eu vou te contar agora.

Agendamento é a sua métrica de resultado. Se é uma métrica, você precisa quantificar o número de pessoas que clicam no link e mandam mensagem e quantas realmente agendam a consulta.

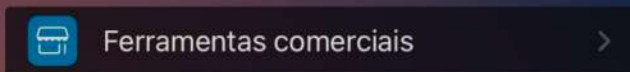
E COMO FAZER?

1 - Abra o seu **“Whatsapp Business”**;

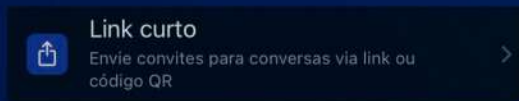
2 - Vá em **“Configurações”**;



3 - Toque em **“Ferramentas Comerciais”**;

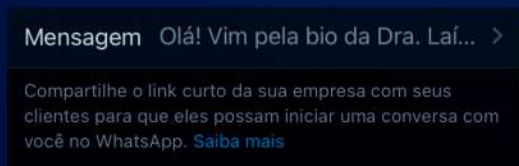


4 - Em seguida **“Link curto”**;

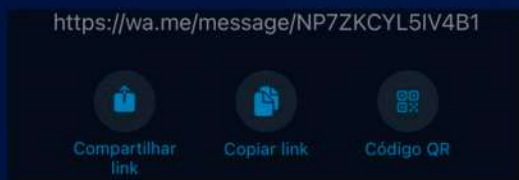


5- Digite uma mensagem específica, para: que você saiba de onde a pessoa veio, como:

“Olá! Vim pela bio da Dra. Laís e quero agendar uma consulta”;



6 - Agora toque em **“Copiar Link”**.



Acha que agora é só colar no link da Bio?
NADA DISSO!

1 - Entre no site *bitly.com*;

Get Started for Free



2 - Crie uma conta gratuita;

CREATE



Agora você poderá visualizar em tempo real o número de cliques que esse link tem dia após dia.

E para iniciar seu reposicionamento no Feed, nada melhor que uma história. Se você postou um conteúdo semelhante nos últimos dois meses, **não faça essa postagem do feed**.

Caso nunca tenha postado ou tenha postado a mais de dois meses, poste novamente.

Poste uma
foto pessoal

Na descrição
conte a sua
história



CLIQUE PARA ACESSAR AO POST COMPLETO

Você vai se apresentar aos seus seguidores, mesmo que eles já te conheçam, contando a sua história com a sua profissão ou especialidade, respondendo às seguintes perguntas:

1 - Como surgiu a ideia de fazer o seu curso?

2 - Qual foi o motivo da sua escolha?

3 - Você teve apoio?

4 - Quais dificuldades encontrou no caminho?

Resuma sua trajetória de formada até o momento em que se encontra hoje.

Finalize a descrição dizendo que **uma postagem é pouco para contar sua relação com essa profissão** e que por isso, **amanhã você continuará essa história.**

DIA 02

No dia dois, é hora de mostrar seu novo posicionamento alinhado com o seu cliente dos sonhos, tanto no feed, quanto nos stories.

Se o seu serviço consiste apenas na consulta, escolha um tema chave. Normalmente é aquele pelo o qual você é mais conhecida e procurada.

Se você oferece procedimentos, escolha um procedimento chave. O procedimento chave é aquele que você realiza com frequência, tem uma excelente margem de lucro e gostaria de apresentar ao seu cliente dos sonhos para agendamento.

Para aumentar a visualização dos stories nesse dia ANOTE ESSE HACK.

1 - Logo pela manhã do dia dois, apague todos os stories anteriores.

Feito isso, **grave um ou dois stories**, não mais que isso, abordando sobre o tema ou o procedimento chave e **abra uma caixinha de perguntas para dúvidas sobre o assunto**.

“Laís, eu tenho vergonha de gravar story. Posso colocar a caixinha direto?”

E importante você introduzir o assunto porque seus seguidores ainda **não estão habituados com você abrindo e respondendo a caixinha de perguntas**.

Os seus stories vão direcionar as perguntas para o que você deseja responder.

Ao longo do dia, tire quinze minutos entre um cliente e outro e vá respondendo as perguntas. Varie entre respostas em vídeo e texto e identifique o que funciona melhor para a sua audiência.

Explore e adicione os recursos de interação nos stories, como a enquete, o teste e respostas pelo direct.

Estimule o engajamento e a interação.

É NO DIRECT QUE ACONTECE A CONSTRUÇÃO DE CONFIANÇA ENTRE VOCÊ E O CLIENTE DO SONHOS.

Caso não receba nenhuma pergunta, não se preocupe que é normal. Seus seguidores ainda não estão acostumados.

O segredo é a constância para que eles se habituem. Então no início não tem problema você fazer algumas perguntas para você mesma direcionando o assunto para o que deseja responder.

No feed, poste um conteúdo focado em **captar a atenção do seu cliente dos sonhos,** demonstrando a sua autoridade resolvendo de fato um problema que ele tenha relacionado ao tema ou procedimento chave que escolheu.

É hora de destacar as dores, os sonhos, as dificuldades e as objeções que ele tem. **Seu Cliente dos Sonhos** precisa bater os olhos na postagem e pensar:

"Nossa, esse post foi feito pra mim! Parece que ela está falando comigo!"

Por exemplo: Meu procedimento chave é o preenchimento labial. Nos stories, eu introduzo o assunto falando sobre **a importância do preenchimento para mulheres com lábios com determinadas características como perda de hidratação, pouco volume, assimetrias, desproporções ou até para amenizar as linhas de expressão ao redor da boca.**

Em seguida, **abro a caixinha:**



Qual a sua dúvida sobre
preenchimento labial?

Digite aqui...

No feed, eu posso fazer um post **respondendo uma objeção** da minha cliente dos sonhos, como:

1 - "Se eu preencher meus lábios, precisarei fazer sempre?"

2 - "E se eu não gostar do resultado? Tem como reverter o preenchimento nos lábios?"

3 - "Você tem medo de preencher seus lábios e ficar com bico de pato?"

Ou eu posso fazer um post **conectando com um desejo** da minha cliente dos sonhos, como:

4 - "Sonha em ter um lábio mais jovem e hidratado?"

5 - "Já pensou em ter um lábio mais volumoso e atraente?"

Ou também postar um **mito ou verdade**. Poste de forma educativa algum mito ou verdade sobre o tema ou procedimento chave que escolheu, como:

6- “Todo lábio, quando necessário preenchimento, é resolvido com uma seringa. Mito ou Verdade?”

Siga esse exemplo



CLIQUE PARA ACESSAR AO POST COMPLETO



DIA 03

No dia três, é hora de converter seu cliente dos sonhos em agendamento. Aqui é a virada de chave. Na maioria das vezes, é o “empurrãozinho” que falta para o agendamento acontecer.

Aqui começaremos com uma postagem no feed e em seguida faremos uma ação específica nos stories. Por isso, a minha recomendação é que este post seja feito por volta do **meio-dia**.

Nesse tipo de conteúdo, há basicamente duas opções:

postar um caso clínico de antes e depois do seu tema ou procedimento chave ou postar o print de um feedback de algum cliente em relação ao seu atendimento.

Como nesta série estou falando com profissionais de diferentes áreas da saúde, sei que nem todos os conselhos permitem a postagem de antes e depois. **Por isso, vou exemplificar o post de feedback, combinado? Se o seu conselho permitir, sem problemas, poste um antes e depois.**

“Laís, meus clientes nunca mandam depoimentos. E agora??”

É tarefa da sua equipe captar esses feedbacks no pós atendimento. Então, no dia seguinte à consulta ou poucos dias após o procedimento, envie uma mensagem no Whatsapp como essa:

Secretária

Olá Roberta, como você está?

Secretária

Passando para saber o que achou do atendimento da equipe. como foi a sua experiência com a doutora?

Secretária

O que achou do resultado do tratamento? Podemos te ajudar de alguma forma?

Secretária

Desde já, agradecemos e aguardamos a sua resposta!



Tire um print da resposta e você terá um feedback autêntico e verdadeiro.

Aplique essa estratégia com todos os clientes que atender a partir de agora e você terá uma coleção de depoimentos à sua disposição para utilizar como conteúdo.

Na descrição da imagem, relate o histórico do cliente de forma casual. Detalhe como chegou na consulta, quais eram seus sonhos e as suas dores e como você foi capaz de resolver tudo isso e deixá-lo extremamente satisfeito.

Coloque o print do depoimento



Relate o histórico do cliente aqui

CLIQUE PARA ACESSAR AO POST COMPLETO

IMPORTANTE

O objetivo é transformar o seu seguidor em cliente agendado. Por isso, não use termos técnicos. Escreva de uma forma simples, para que seus clientes dos sonhos entenda e se identifique.

Postagem feita no feed, compartilhe no story e em seguida grave uma sequência comentando o caso. Fale de uma maneira mais informal e aborda por uma ótica que não tenha sido dita no feed.

Essa é a oportunidade de demonstrar a sua autoridade, deixando claro que você é a profissional certa para solucionar o caso.

Finalize com uma caixinha de perguntas para gerar ainda mais conexão. Responda tirando dúvidas, dando sugestões, quebrando objeções comuns e transmita segurança aos seus seguidores.

“Laís, um seguidor entrou em contato pelo direct interessado em agendar. E agora? O que faço?”

Parabéns! E provável que no início do seu reposicionamento, essa pessoa pergunte "quanto custa".

Como os valores variam de caso para caso e o nosso objetivo é cliente agendado, leve a conversa para outro lado.

Crie conexão.

1- Não seja curta e grossa dizendo que não pode passar preço, somente com consulta. Você está se posicionando como referência, lembra?

2- Converse e dê atenção. Ao invés de responder a pergunta do valor, cumprimente e pergunte se o procedimento é para ele mesmo, se é a primeira a consulta e explique resumidamente como funciona.

Depois disso, diga que por esse motivo, o ideal é que ele passe por uma consulta com você para identificar a real indicação, planejar o caso e aí sim passar um valor de tratamento, ou ter um atendimento personalizado durante a consulta.

3- Peça o número de whatsapp e diga que sua equipe entrará em contato para dar mais informações e realizar o agendamento.

**SE A SUA EQUIPE NÃO SOUBER COMO PROCEDER,
DEIXE ESSA ESTRATÉGIA ALINHADA.**

É extremamente importante que a profissional e a equipe falem a mesma língua. Afinal, vocês são um time!

SCRIPT DE CONVERSA

VIA DIRECT DE INSTAGRAM

O paciente pode te chamar no direct do Instagram questionando valores, sobre avaliação e como realizar o agendamento.

Portanto, **utilize o gatilho mental na conversa e desenvolva o assunto com seu paciente**, mesmo que você não possa passar valor pelas redes sociais. Dê atenção, converse com o paciente e direcione o mesmo para o agendamento.

Paciente

Dra., qual é o valor desse tratamento que você postou no feed?

Profissional da Saúde

Olá (paciente), tudo bem? sobre esse procedimento que você está me perguntando, me conta uma coisa: você já realizou esse procedimento? sabe como funciona?

Paciente

Eu já fiz uma vez, mas foi muito tempo atrás que eu não me recordo mais os detalhes de como funciona.

*Geralmente o paciente não sabe exatamente como funciona. Aguarde a resposta e desenvolva a conversa em seguida.

Profissional da Saúde

Então (paciente), esse procedimento funciona da seguinte maneira (tenha um script sobre os seus procedimentos de forma simples e curta para facilitar nesses momentos).

Profissional da Saúde

Por isso, o ideal é que eu te avalie pessoalmente para planejar o seu caso e te passar mais detalhes.

Profissional da Saúde

Mas olha, para que possamos te dar toda a atenção, me manda seu whatsapp que a minha secretária entrará em contato.

Paciente

Dra., qual é o valor desse tratamento que você postou no feed?

SCRIPT SECRETÁRIA

Assim que o paciente responder com o telefone, é o momento da sua secretária entrar em contato.

SEGUE ABAIXO O SCRIPT

Secretária

Olá (paciente)! Tudo bem?

*Feito isso, você dá sequência no atendimento.

Paciente

Oi! Quem é?

Secretária

Me chamo (nome). Sou secretária da Dra. (nome). Sou responsável pelos agendamentos do consultório. Antes de agendar a consulta, preciso de algumas informações, como: (solicitar conforme a sua necessidade de cadastro).

Secretária

Muito obrigado (paciente). Cadastro feito! Qual seria o melhor dia e período para você? Assim eu posso te passar as opções de horário.

Paciente

Eu prefiro na próxima terça, à tarde.

O paciente irá informar algumas opções e a secretária responderá com **duas opções de horário, para não ficar muito restrito e também não demonstrar uma agenda "cheia de furos".*

Secretária

Paciente, conforme meu pediu, tenho disponibilidade na agenda da Dra. (nome) dia xxxx-feira às xx:xxHr e yyyy-feira às yy:yyHr.

Secretária

Qual horário fica melhor pra você?

**A secretária negocia o horário com o paciente*

Paciente

Pode marcar xxxx-feira, às xx:xxHr, por favor.

Secretária

Certo. Seu horário está agendado! Confirmando: Seu horário ficou xxxx-feira às xx:xxHr. A consulta tem o valor de \$\$ reais e eu entrarei em contato 1 dia antes para te lembrar do seu horário. Ah, peço que, caso haja algum imprevisto, nos informe com antecedência, ok? Obrigado, te aguardamos aqui no consultório! Tchau tchau.

**Dessa forma, a secretária reforça o horário da consulta e insere a informação do valor de \$\$ reais referente a consulta, para que não seja uma surpresa para o paciente no momento do encontro presencial.*

Vamos supor que o seguidor interessado se chame Carlos. Sua secretária entrará em contato via whatsapp dizendo apenas o seguinte:

Secretária

Olá Carlos, tudo bem?

Só depois que o Carlos responder, que ela dirá que é a secretária da doutora Lais, e que entrou em contato para marcar a consulta.

Logo em seguida, ela deve dizer que tem um horário no dia sete, às quinze horas, e perguntar:

Secretária

Vamos agendar? Esse horário fica bom para você?

Assim que o Carlos confirmar o horário, sua secretária deve dizer:

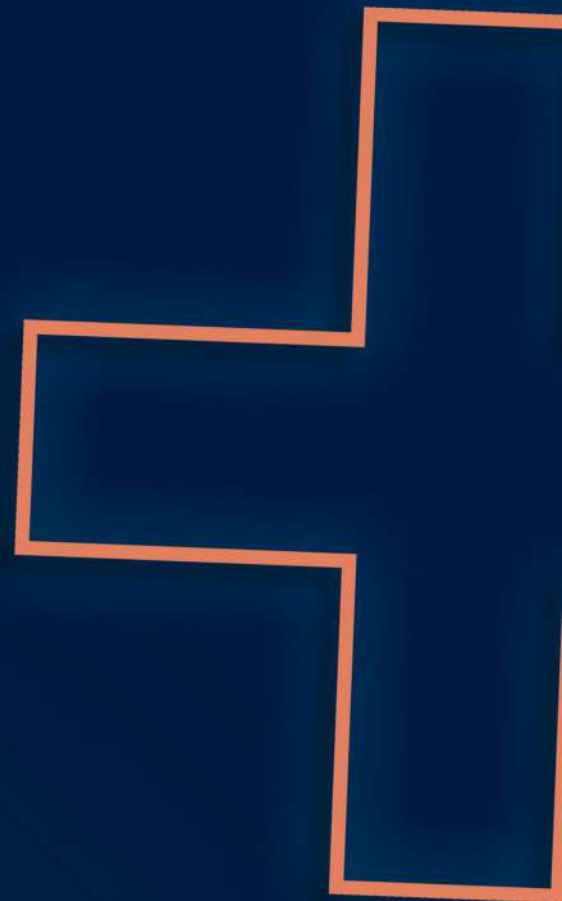
Secretária

Confirmado o seu horário no dia sete, às quinze horas.
Lembrando que a consulta tem o valor de tantos reais.

“Láís, eu ainda não tenho secretária. O que eu faço?”

Sem problemas, eu também comecei sendo a minha própria secretária. **Siga o passo a passo da mesma maneira.**

Independente de ter secretária ou não, **é fundamental que na primeira conversa você pegue o whatsapp do seguidor para fazer um acompanhamento mais de perto.**



VALOR DA CONSULTA

Se você ainda não cobra consulta porque os seus concorrentes não cobram, **reveja suas prioridades.**

Neste exato momento, você está se posicionando como uma referência e é uma obrigação mostrar o seu valor.

As pessoas não dão valor ao que é gratuito. E se você continuar se posicionando como a maioria, você será só mais uma no meio da concorrência.

Se você ainda não cobra consulta porque os seus concorrentes não cobram.

ESTRATÉGIA POSICIONAMENTO REFERÊNCIA NO WHATSAPP

Esta estratégia pode ser executada pela sua secretária ou por você mesma se passando por sua secretária, caso ainda não tenha uma.

Siga o passo a passo abaixo:

1. Faça uma lista com os pacientes que precisam retornar para “manutenção” de determinado tratamento e/ou para sua consulta trimestral / semestral / anual de acompanhamento.
2. Crie uma mensagem base padrão, mas que a cada caso pode ser editada, conforme necessidade.

Secretária

Olá, (paciente)! Tudo bem?

Paciente

Oi! Quem é?

Secretária

Aqui é a (nome), sou secretária da Dra (nome).

Secretária

No seu último encontro, a Dra deixou como orientação que você retorne para (manutenção/ nova consulta/ novo procedimento) em um período de 3/6/12 meses.

Secretária

Para agendarmos, você pode me dizer se prefere o período da manhã ou tarde? Assim eu já disponibilizo as opções de horário?

OBS: muito importante, não dê margem para a pergunta "que tal agradecer?"

Nessa sua lista de pacientes, o céu é o limite, assim como a sua disposição!

Imagina entrar em contato com uma lista de 100 pacientes? Tenho certeza que pelo menos um agendamento é garantido, mas eu posso afirmar que irá se surpreender!

As pessoas esperar o seu contato para retornar.

3 PRINCÍPIOS

“Desafio posicionamento referência” explicado, **agora é com você**. Lembra dos três princípios PMG, posicionamento, marketing e gestão que eu expliquei?



Nessa única estratégia do desafio nós usamos todos eles:

POSICIONAMENTO

Construímos a base do seu novo posicionamento no instagram para ser a profissional referência da sua região e atrair o seu cliente dos sonhos, que valoriza financeiramente o seu trabalho.

MARKETING

Usamos o Instagram como plataforma de trabalho. Distribuimos seus conteúdos focados em atrair seu cliente dos sonhos. Definimos o agendamento de clientes como a principal meta de análise e executamos uma estratégia de funil de conteúdo para atrair e converter seguidores em clientes agendados.

Utilizamos também o Whatsapp como ferramenta de trabalho. Definido o objetivo de fazer novos agendamentos com pacientes já atendidos anteriormente, enviamos uma mensagem para toda a base de clientes inativos estimulando o retorno para uma nova consulta e/ou atendimento.

GESTÃO

Criamos processos que, quando forem replicados, poderão ser automatizados.

Criamos processos para postagem, atendimento e abordagem, agendamento e fechamento.

Investimos no instagram como uma nova fonte de captação de clientes e analisamos métricas de agendamento e fechamento que nos auxiliará na hora de escalarmos faturamento e lucro.

Além disso, alinhamos seu posicionamento ao processo de atendimento da equipe numa estratégia integrada.