



Guia Completo INSTAGRAM PARA MÉDICOS



Índice

Introdução.....	3
Por que ter um perfil profissional no Instagram?.....	4
Ética médica nas redes sociais.....	8
Como ter um perfil profissional no Instagram: <i>passo a passo</i>	11
Perfil pessoal x perfil profissional: <i>como fazer a escolha certa?</i>	13
Humanização do Instagram médico: <i>como funciona?</i>	14
Quais tipos de conteúdo devo postar no Instagram?.....	15
Por que o Instagram é só uma etapa do marketing digital médico?.....	19
Sobre o FG MED.....	21


Introdução

A era digital veio para ficar, e a maneira como as pessoas se comunicam e consomem serviços também foi impactada por essa digitalização. Sabendo que as redes sociais se tornaram ferramentas indispensáveis para atrair e manter o relacionamento ativo com os pacientes, selecionamos neste material algumas informações e dicas de como utilizar o Instagram a favor da sua clínica médica. Boa leitura!



POR QUE

Ter um perfil profissional no *Instagram*?



Em primeiro lugar, é preciso compreender alguns dados estatísticos que atestam a força do Instagram enquanto ferramenta digital para profissionais de todos os segmentos, inclusive o médico. De acordo com uma pesquisa da companhia alemã Statista, o Brasil é, hoje, o terceiro país do mundo que mais consome o Instagram.

Em **2020**, a rede social divulgou ter conquistado a marca de **1 bilhão de usuários ativos** por mês.

A força do **Instagram**, há muito tempo, superou as barreiras de simples compartilhamentos de imagens e vídeos para interação com amigos ou familiares. Hoje, as empresas se **comunicam com seus consumidores** através do app.

A **nova jornada do paciente**, que é cada vez mais digitalizada, segue alguns protocolos e direcionamentos específicos.

Por meio do conhecimento sobre os **novos hábitos** de seus pacientes, é possível fazer uso do **Instagram** para **conquistar e fidelizar** novos frequentadores para a sua clínica.

Nova jornada do paciente:



Apresenta uma necessidade

Busca por informações na internet



Faz uma consideração inicial

Avalia qual médico melhor atende suas necessidades



Contato com a clínica

Se comunica através de telefone, e-mail ou rede social



Agendamento de consulta

Envio de propostas adequadas à realidade do paciente



Na sequência, existe o tão aguardado momento da consulta, e o conseqüente procedimento adotado pelo médico com relação ao paciente. A jornada do paciente encerra-se com a manutenção do relacionamento criado, fidelizando-o para que, além de indicar para os amigos e familiares, o paciente continue frequentando a clínica sempre que necessário. Para que esse ciclo seja concluído com sucesso, é preciso acertar na estratégia das redes sociais, dado que cada vez mais o marketing digital domina diversos pontos dessa jornada





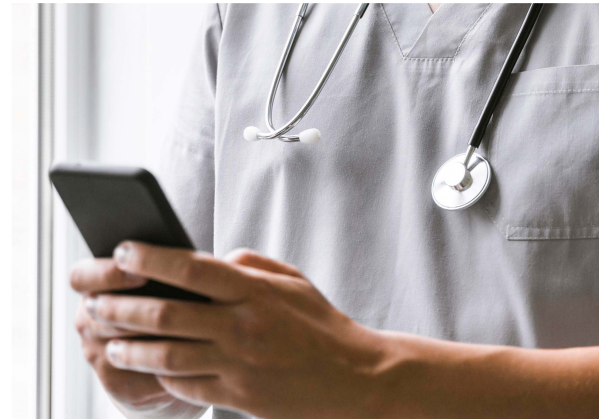
É cada vez mais comum as pessoas buscarem por clínicas médicas – ou até mesmo a oferta de outros serviços ou produtos – em uma pesquisa no Google ou no Instagram.

Ali, é o momento em que o consumidor tem suas primeiras impressões de determinada clínica, e o conteúdo em questão precisa ser suficientemente atrativo para que o usuário passe a considerar uma consulta com você.

Além do mais, não é só de prospecção de novos pacientes que vive o Instagram para médicos.

Também é cada vez mais comum que as clínicas façam uso da rede social para manter um vínculo com pacientes, fazendo com que ele sempre lembre positivamente da experiência.

Resumidamente, o Instagram é um canal de forte apelo no processo de tomada de decisão do paciente, quando este opta por agendar uma nova consulta ou procedimento médico.



Para criar conteúdo para o Instagram de uma clínica médica, é preciso estar atento a algumas normas.

O Conselho Federal de Medicina (CFM) estabeleceu regras e limitações quanto ao uso de publicidade no segmento médico.

Tais determinações existem em razão de a área da saúde ser extremamente delicada, podendo trazer impactos severos na vida dos pacientes.

Não se trata de informações sobre um produto ou serviço que desejamos vender, mas sim, relativas à qualidade de vida, saúde e bem-estar de milhares de pessoas.

Ética médica



Algumas das práticas obrigatórias para marketing médico na internet:



Além do mais,

existem restrições que devem ser respeitadas, de modo a preservar não só a integridade dos pacientes, como evitar problemas judiciais com a própria clínica. Observe as principais proibições abaixo.

- É **proibida** a postagem de fotos do antes e depois de qualquer procedimento, uma vez que técnicas médicas variam de paciente para paciente;
- São **vedadas** expressões adjetivadas, como: “o melhor”, “único capacitado”, “resultado garantido” etc;
- **Divulgar informações**, tratamentos e processos sem a devida comprovação científica;
- **Anunciar** que faz tratamentos especializados em determinada área, **sem apresentar o certificado** de especialização;
- Divulgar e promover equipamentos com a finalidade de **se mostrar superior** à concorrência



Como ter um perfil profissional no *Instagram*: *passo a passo*



O primeiro passo na criação de um perfil profissional de Instagram para médicos é eleger uma foto de rosto que transpareça um ar profissional e confiável.

Na sequência, é hora de se atentar à bio, em que se deve constar a especialidade médica ou seus serviços oferecidos listados, além de seu número de CRM/RQE ou alguma informação que transporte, com exatidão, a mensagem que se deseja transmitir com aquele perfil.

Outra dica importantes para a bio é uma espécie de resumo sobre o que o usuário poderá encontrar naquele determinado perfil.

Por exemplo: um dermatologista pode ter em sua bio a seguinte descrição: “Sejam bem-vindos ao meu perfil. Aqui, você poderá acompanhar dicas de cuidado e bem-estar com a saúde da sua pele”.

Por fim, também é importante garantir um contato, como um e-mail, um WhatsApp ou mesmo um link que redirecione o usuário até o site oficial da clínica médica.



Perfil pessoal x perfil profissional:

*como fazer
a escolha certa?*



Existem muitos médicos que se deparam com uma dúvida crucial: é preciso separar o perfil pessoal do profissional?

A resposta é: depende. O seu Instagram profissional não precisa ser necessariamente independente do seu particular.

Existe uma possibilidade completamente viável em se abordar aspectos da sua vida pessoal dentro do seu perfil profissional, compartilhando momentos de lazer, por exemplo. Os conteúdos pessoais são de fundamental importância para garantir mesmo uma maior aproximação com o seu paciente-alvo, garantindo a humanização

Humanização do *Instagram* médico: *como funciona?*

Conforme já mencionado, humanizar um perfil profissional de **Instagram** médico é muito importante em um período em que os pacientes buscam, cada vez mais, uma experiência de atendimento humanizado.

Se antigamente as pessoas tinham um certo receio de ir a um consultório médico, por considerarem os profissionais frios, distantes e até severos, hoje cada vez mais os pacientes optam por especialistas com quem se sintam confortáveis.

E o Instagram pode ser uma ferramenta aliada muito importante nesse processo de aproximação e identificação com o seu público-alvo.

Algumas dicas para trazer esse processo de humanização para o seu perfil, ainda que você deseje manter um **Instagram** separado – restrito a amigos e familiares –, são as seguintes:



Faça Stories sobre
o seu dia a dia



Grave vídeos respondendo
comentários dos seguidores



Crie conteúdos
sobre sua rotina

Quais tipos de conteúdo devo postar no Instagram?

Agora que você já compreendeu os primeiros passos para a criação de um perfil profissional, é preciso entender também quais são os principais conteúdos e formatos que podem gerar um engajamento atrativo para a sua clínica ou consultório. Os objetivos podem ser vários, tais como:

- **Criação de autoridade;**
- **Geração de identificação com os pacientes;**
- **Humanização da marca;**
- **Prospecção de novos pacientes.**

Seja qual for a sua meta, o Instagram é uma rede social muito democrática, que dispõe de uma série de opções para que você atinja os seus objetivos.

A seguir, disponibilizamos algumas dicas de conteúdo que você pode criar para alavancar a sua rede social.

Dicas de conteúdo que você pode criar para alavancar a sua rede social



Conteúdo humanizado

Ao produzir conteúdo que traga uma sensação de proximidade para os seus visitantes, mostre quem é enquanto especialista e ser humano. Os stories e os vídeos são duas ferramentas indispensáveis para mostrar seu dia a dia e criar um vínculo mais afetivo com o seu público.



Eduque seus visitantes

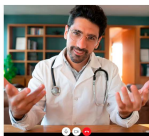
Inevitavelmente, cada vez mais as pessoas têm utilizado as redes sociais para pesquisar sobre doenças, remédios e tratamentos antes mesmo de ir até um médico.

Portanto, utilize seu Instagram para criar conteúdo educativo, esclarecendo as dúvidas mais frequentes e comuns registradas pelos seus pacientes.

Além de educar seus pacientes – sempre com recomendações explícitas de que nenhuma informação substitui uma consulta médica –, você gerará autoridade, mostrando que é um profissional experiente e qualificado.

Procure dar preferência para conteúdos como: “passo a passo”, “mitos x verdades”, “X dúvidas sobre”, “o que preciso saber sobre”, dentre outros

Dicas de conteúdo que você pode criar para alavancar a sua rede social



Vídeos explicativos

Crie o hábito de publicar vídeos curtos com certa periodicidade no seu Instagram médico. A imagem do próprio profissional explicando conceitos, procedimentos ou elucidando dúvidas frequentes traz uma maior proximidade com os pacientes.

As lives temáticas também são uma excelente alternativa para que os pacientes interajam com o médico. Anunciar antecipadamente uma live faz com que ela tenha mais público



Estimule o engajamento

O engajamento acontece quando os seguidores de uma determinada página interagem, através de curtidas, marcações e comentários. E existem algumas estratégias para produção de conteúdo que tenha o objetivo de engajar.

Abordar questões polêmicas que gere um debate saudável nos comentários, fazer perguntas sobre preferências e fazer o bom uso de novidades e até mesmo memes em favor da sua produção de conteúdo podem trazer maior engajamento para o seu **Instagram**.

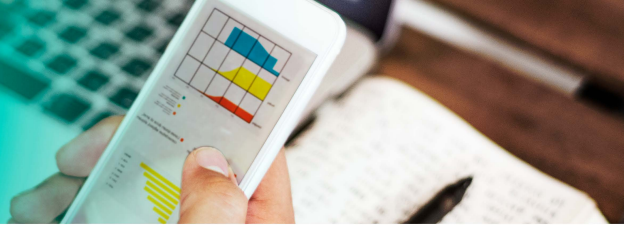
Dicas de conteúdo que você pode criar para alavancar a sua rede social



Datas especiais

Nada mais comum do que criar conteúdo em dias comemorativos. Isso não se restringe somente a ocasiões como Natal e Dia das Mães, por exemplo, mas se estende a mencionar campanhas de conscientização, extremamente importantes na medicina, tais como: "Outubro Rosa", "Setembro Amarelo" e "Dezembro Vermelho", por exemplo.

Por que o *Instagram* é só uma etapa do marketing digital médico?



O Instagram é apenas mais uma das ferramentas do marketing digital médico. Criar conteúdo, por melhor que ele seja, e obter um bom alcance orgânico, é um trabalho árduo para quem está dando os primeiros passos.

Isso acontece em razão de o algoritmo da rede social “atrapalhar” a divulgação das publicações. Em resumo, o algoritmo é uma mecânica que administra o funcionamento do Instagram, decidindo como cada post será entregue entre os usuários, de acordo com os interesses destes.

Segundo o próprio site, em 2016, quando as publicações chegavam aos usuários em ordem cronológica, eles ficavam sem visualizar cerca de 70% dos posts de seus feeds. Assim sendo, a plataforma criou mudanças para entender melhor o interesse de cada um, promovendo uma entrega personalizada de conteúdo.

Muitas vezes, esse entendimento do algoritmo do Instagram pode restringir o alcance de posts do seu perfil para seus potenciais pacientes, o que torna fundamental o investimento em outras estratégias de marketing digital médico. Conheça um pouco melhor sobre elas abaixo:



Posts patrocinados

O Instagram Ads é uma ferramenta da Meta, o antigo Facebook, que permite que qualquer usuário invista uma quantia em publicidade, atendendo a alguns critérios de perfil de usuário que deseja impactar. Assim sendo, uma determinada publicação impulsionada pode atingir um maior número de pessoas que possam se interessar por ela. No entanto, é preciso selecionar estrategicamente o conteúdo a ser impulsionado, assim como os critérios de público-alvo para evitar prejuízos

Um mix dessas estratégias de marketing digital pode garantir que cada vez mais usuários cheguem até o seu Instagram, aumentando significativamente o número de seguidores e também o seu engajamento.

Ter um site bem estruturado, com investimento em SEO e em campanhas patrocinadas, o qual esteja também linkado com o seu Instagram, pode ser uma estratégia matadora para quem deseja investir em marketing digital.

SEO

Uma alternativa mais econômica – e de longo prazo – para crescer no marketing digital médico é o investimento em SEO, que nada mais é do que um conjunto de técnicas para que os conteúdos do seu site se tornem bem ranqueados nas páginas de pesquisa do Google. Por isso, é muito importante investir em um site e um blog que publique textos atrativos e ricos em estratégias de otimização para SEO – que é mais eficiente quando se investe em palavras-chave adequadas.

Google ADS

O Google tem uma ferramenta chamada **Google ADS** que segue uma lógica parecida com o patrocínio de posts no Instagram. Ali você pode patrocinar a compra de algumas palavras-chave relacionadas ao seu serviço, especialidade, localização etc, que quando o paciente busca no Google, recebe o link patrocinado por você em forma de anúncio, como um dos primeiros resultados. Logicamente, os links mais altos no ranking têm maior possibilidade de receber cliques e, portanto, levam mais pessoas a conhecerem o seu serviço, fazendo com que você tenha mais chances de ser encontrado online.

Sobre o FG MED

O FG MED é o Programa Teórico-Prático de Educação Médica Continuada que oferece Cursos Livres, Treinamentos, Cursos Preparatórios, Cursos de Aperfeiçoamento, Cursos de Extensão e Cursos de Pós-Graduação lato sensu com qualidade reconhecida e atuação em todo o território brasileiro.

Comprometido com a qualidade acadêmica, o FG MED está sintonizado com o seu tempo e projetado para ir além dele. Como programa de capacitação médica, serve de agente para a promoção do desenvolvimento profissional, procurando fomentar a cultura de inovação científica, tecnológica e do empreendedorismo no agir médico, possuindo cursos nas mais variadas especialidades, possibilitando assim ao médico aperfeiçoar os seus conhecimentos e se desenvolver em processos e práticas clínicas e cirúrgicas inovadoras. Com o objetivo de democratizar a educação continuada médica de qualidade em qualquer modalidade oferecida, por meio de mensalidades acessíveis, o presente Programa Teórico-Prático de Educação Médica Continuada propõe um ensino médico com qualidade com a finalidade de promover a qualificação e a habilitação do profissional na especialidade médica desejada.