

9 tendências do marketing médico em 2024

Ferramentas de ponta, exemplos e dicas práticas voltadas para profissionais da saúde.



Introdução

Em um mundo digital em constante evolução, estar atualizado nas últimas tendências de marketing para profissionais de saúde pode ser crucial para a rentabilidade do seu consultório ou clínica, além de proporcionar um maior fluxo de pacientes.

Este ebook explora 9 tendências que definirão o marketing médico em 2024. **Desde transmissões ao vivo até inteligência artificial, cada tendência oferece oportunidades únicas para aprimorar a conexão médico-paciente**, melhorar práticas administrativas e destacar-se em um mundo cada vez mais competitivo.

Descubra essas tendências com exemplos específicos para colocá-las em prática, impulsionar sua presença online e fortalecer sua relação com os pacientes.

1. Transmissões ao vivo

Em um mundo digital que evolui à velocidade da luz, a importância das estratégias de marketing para profissionais de saúde atingirá novos patamares.

Entre as diversas tendências do próximo ano, as transmissões ao vivo emergem como uma força motriz fundamental na conexão médico-paciente.

A imediatidade, autenticidade e interatividade oferecidas por essas transmissões não apenas estão alinhadas com as expectativas do consumidor moderno, mas também transformam a maneira como os médicos podem apresentar seus conhecimentos e serviços.

Vamos explorar algumas das razões para integrá-las em sua estratégia de marketing para o ano de 2024.

Construção de confiança

As transmissões ao vivo possibilitam que os médicos mostrem sua autenticidade.

Num mundo onde a confiança é crucial, compartilhar informações em tempo real estabelece uma conexão genuína com a audiência. **Os pacientes valorizam a transparência e a naturalidade**, o que contribui para a construção de um relacionamento de confiança.

Interação em tempo real

Imagine poder responder perguntas ao vivo e abordar preocupações em tempo real. As transmissões ao vivo proporcionam a oportunidade de interagir com a audiência, criando **um espaço para a participação ativa**.





Educação contínua

Os profissionais de saúde podem aproveitar as transmissões ao vivo para educar sua audiência sobre temas médicos relevantes.

Desde explicar procedimentos até desmistificar conceitos médicos complexos, essas transmissões se tornam uma ferramenta educativa poderosa que vai além das páginas web ou das publicações estáticas.



Algoritmos e visibilidade

Os algoritmos das plataformas favorecem o conteúdo ao vivo, concedendo-lhe maior visibilidade.

Isso significa que as transmissões ao vivo têm maior probabilidade de alcançar um público mais amplo.

Aproveite essa tendência

- 1** Compartilhe informações autênticas e relevantes em tempo real.
- 2** Aborde dúvidas frequentes durante as transmissões para fortalecer a conexão.
- 3** Estimule a participação ativa por meio de comentários e perguntas.
- 4** Utilize as transmissões para explicar procedimentos e desmitificar conceitos médicos.

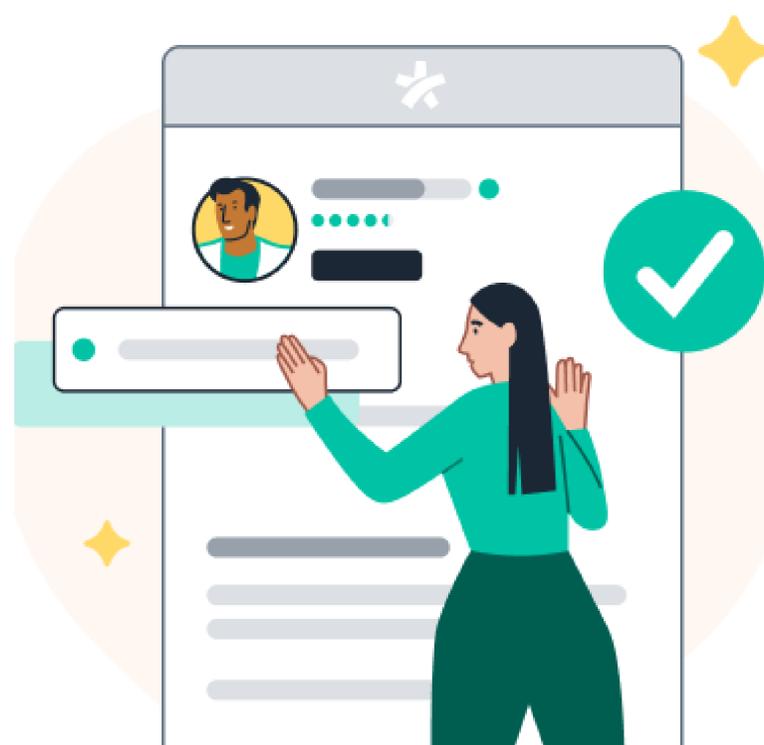


2. Compras em redes sociais

Outra tendência em crescimento está relacionada ao comércio eletrônico em plataformas sociais. Não é segredo que muitas pessoas agora procuram comprar ou adquirir serviços digitalmente, mas as redes sociais ganharão uma importância muito maior nessa atividade.

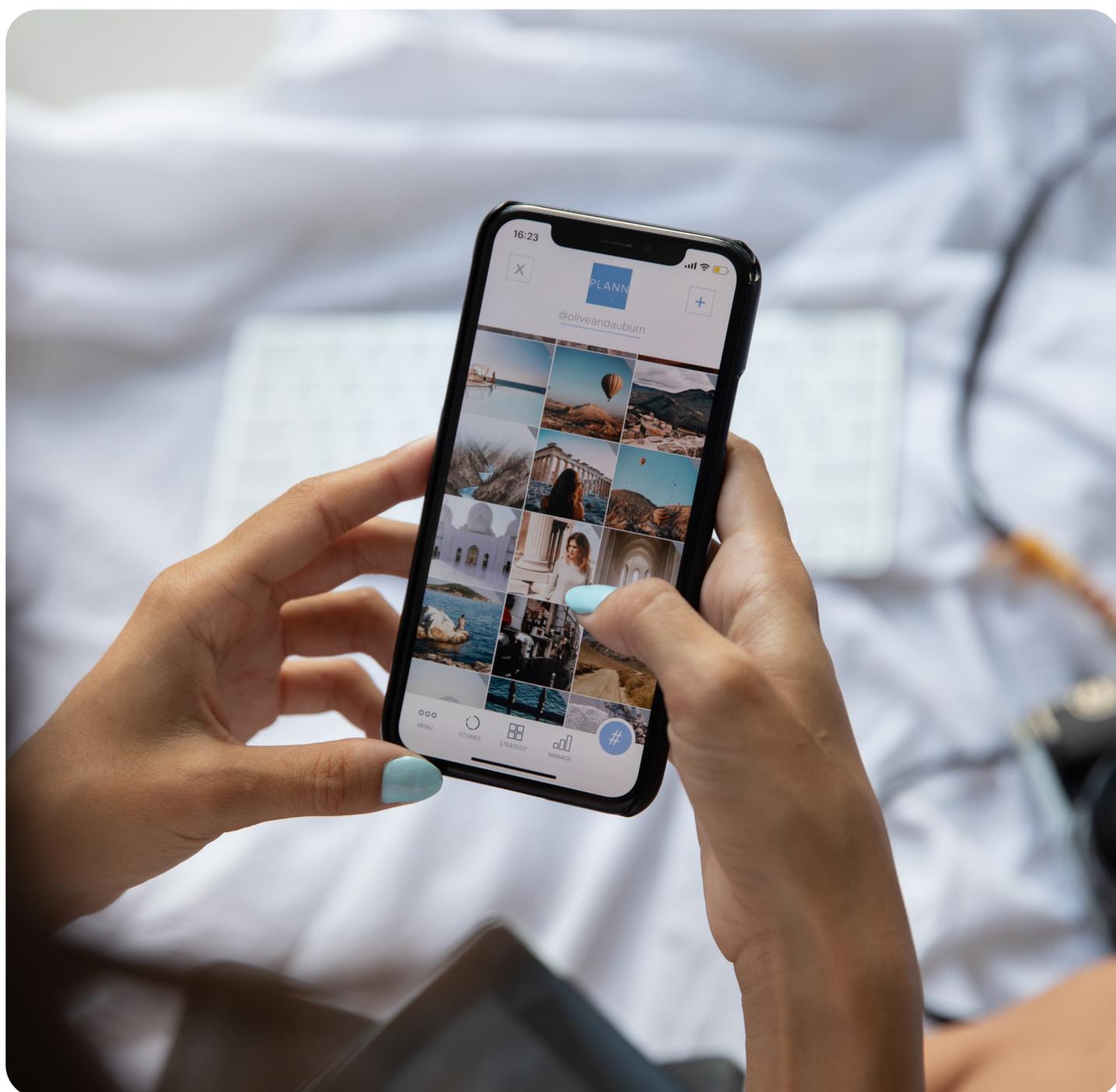
No entanto, como especialista em saúde, é essencial estabelecer uma estratégia profissional (e, acima de tudo, ética) para **oferecer seus serviços sem ser invasivo ou parecer apressado, cuidando da sua marca pessoal.**

Talvez você pense que essa tendência não é para você, mas na realidade, você pode utilizá-la de diferentes formas.



Acessibilidade e conforto

Num mundo onde o tempo é um recurso tão valioso, as compras em redes sociais oferecem aos profissionais de saúde um canal extra para disponibilizar seus serviços. Muitos pacientes passam várias horas por dia nessas plataformas e, sem dúvida, utilizar esse meio pode trazer grandes benefícios para você.



Conexão direta com pacientes

As redes sociais estabelecem um canal direto entre médicos e pacientes, facilitando a comunicação e possibilitando acordos personalizados. Essa conexão direta pode se traduzir em **relacionamentos mais sólidos e proporcionar uma experiência do paciente mais adaptada às suas necessidades** específicas.

Marketing orientado à ação

Ao integrar estratégias de compras nas redes sociais, é possível aproveitar a capacidade dessas plataformas para unir conteúdo informativo com a ação imediata.

Isso se traduz em campanhas de marketing mais eficazes, onde a audiência pode transformar o interesse em agendamentos diretos de consultas.

Ao incluir um botão de agendamento em seu perfil profissional no Facebook, por exemplo, você estaria **aumentando as chances de os pacientes agendarem consultas diretamente com você.**

Aproveite essa tendência

- 1 Use suas redes sociais para anunciar ofertas exclusivas ou descontos em produtos e serviços.
- 2 Crie pesquisas para conhecer as necessidades da sua audiência e adapte sua oferta de acordo.
- 3 Integre botões de agendamento nas suas redes sociais para facilitar a reserva de consultas.
- 4 Publique depoimentos de pacientes que já tenham utilizado seus serviços. Isso ajudará a construir confiança com sua audiência.



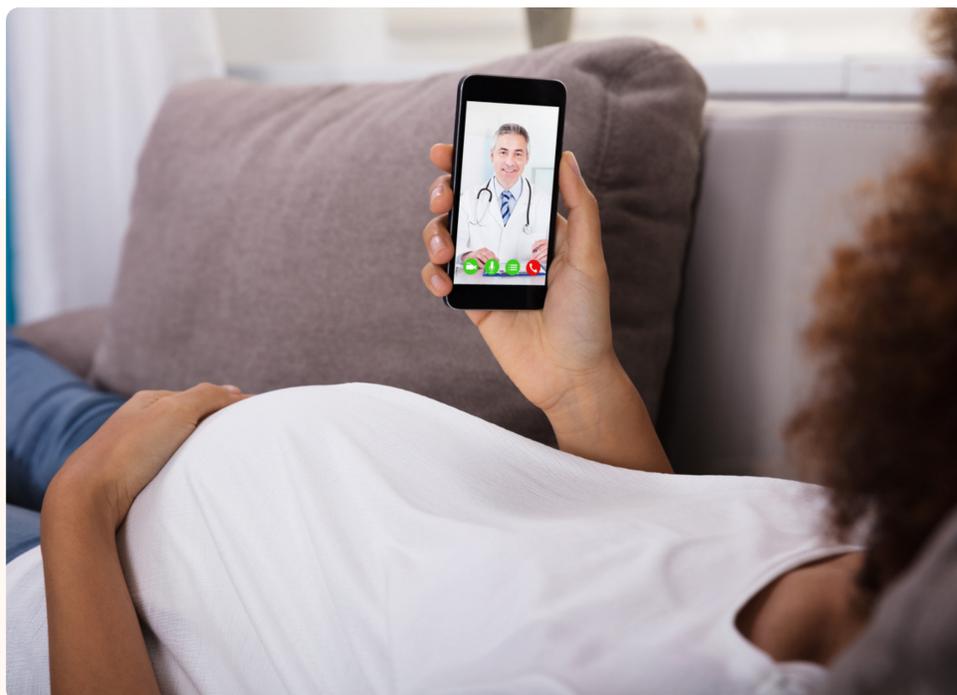
3. Vídeos curtos

Os vídeos de marketing e os vídeos curtos serão ferramentas indispensáveis em 2024 no campo médico. Vamos ver por que você deve prestar atenção a essa tendência e como pode incorporar vídeos curtos de maneira eficaz em suas estratégias de marketing.

Conexão instantânea

No âmbito médico, onde a confiança e empatia são fundamentais, os vídeos curtos oferecem a oportunidade de se conectar instantaneamente com a audiência.

Um vídeo breve pode transmitir a **personalidade e dedicação de um profissional** de saúde, estabelecendo uma **conexão emocional** com os potenciais pacientes.



Comunicação clara e concisa

Em questões de saúde, a clareza na comunicação é essencial. Os vídeos curtos permitem que os médicos **transmitam informações de maneira simples e direta**, evitando a sobrecarga de detalhes e garantindo que a mensagem chave seja entregue de maneira eficaz.

Audiência mais ampla e ativa

Todas as gerações, e não apenas as mais jovens, buscam consumir conteúdo de maneira rápida e eficiente. Os vídeos curtos são a forma preferida de obter conhecimento e interagir com diferentes tipos de temas.



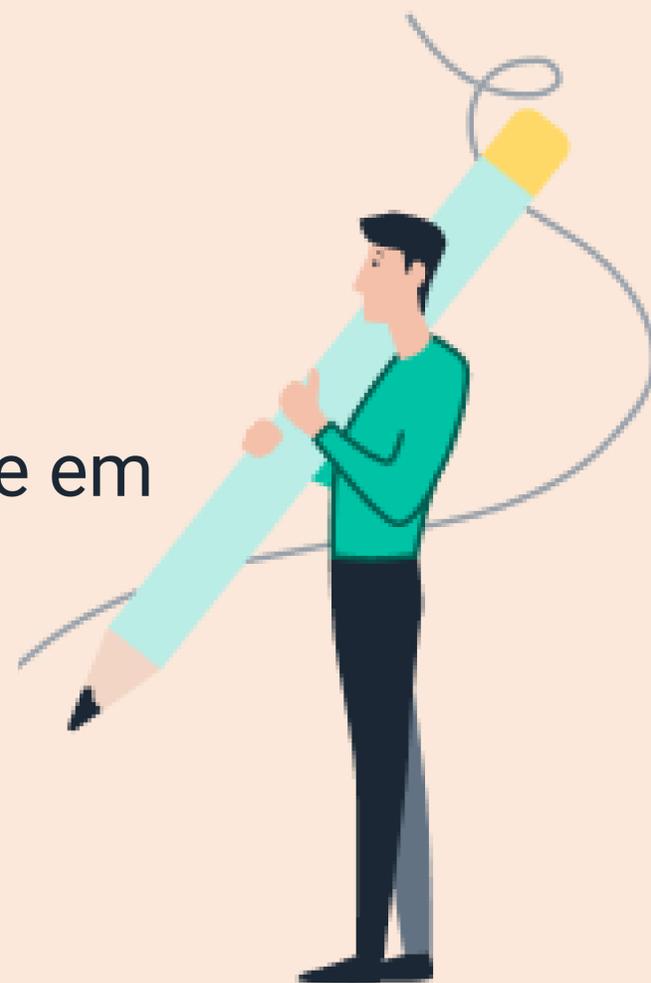
Ainda não está na Doctoralia?

Crie um perfil gratuito de forma fácil e rápida clicando no botão abaixo.

Comece aqui

Aproveite essa tendência

1. Crie vídeos curtos para abordar perguntas frequentes dos pacientes e fornecer respostas rápidas e acessíveis.
2. Compartilhe breves histórias de sucesso de pacientes para destacar as conquistas e os resultados positivos.
3. Ofereça dicas de saúde rápidas e práticas mostrando a sua experiência.
4. Crie vídeos que mostrem a sua personalidade e dedicação.
5. Evite saturar a sua audiência com demasiada informação; concentre-se em mensagens-chave.



4. Entretenimento nas redes sociais

Como vimos, as redes sociais continuarão dominando o cenário em 2024, mas existem diferentes maneiras de utilizá-las de forma eficaz.

Muitas pessoas, incluindo seus pacientes, usam suas redes sociais para procurar informações confiáveis ou encontrar serviços, mas talvez **a razão principal de seu uso seja se desconectar um pouco da rotina diária.**

Você pode fornecer entretenimento de qualidade (e não, não estamos nos referindo a danças no TikTok), é possível alcançar um equilíbrio entre informações valiosas e entretenimento.

Cativar o público não significa apenas ser engraçado; também tem a ver com emocionar, inspirar, motivar ou ensinar algo novo.

Comprometimento e Retenção

O entretenimento nas redes sociais tem o poder de **capturar a atenção da audiência de forma imediata e retê-la por mais tempo**, o que se traduz em maiores oportunidades para comunicar mensagens importantes sobre saúde e medicina de maneira atraente e memorável.

Humanização da prática médica

A audiência se conecta melhor com conteúdo que mostra o lado humano da medicina. O entretenimento permite que os profissionais médicos **humanizem sua prática, compartilhando histórias, anedotas e experiências** que ressoarão com os pacientes.



Aproveite essa tendência

1. Desenvolva postagens interativas que incentivem a participação do público e mantenham as pessoas envolvidas por mais tempo.

2. Compartilhe histórias, anedotas e experiências que tenha vivido com seus pacientes para mostrar seu lado mais humano.

3. Crie conteúdo educativo em forma de dados concretos, com gráficos interativos e divertidos.

4. Estabeleça uma frequência de publicação com a qual você consiga se comprometer.



5. Hiperpersonalização da publicidade

Em 2024, mais do que nunca, a atenção estará focada na capacidade de personalizar mensagens para se conectar de forma mais profunda com os pacientes. **A publicidade hiperpersonalizada baseia-se na coleta e análise de dados reais**, como as preferências dos pacientes, seu histórico médico e comportamento online.

Esses dados são utilizados para criar mensagens adaptadas às necessidades específicas de cada pessoa, o que aumenta significativamente as chances de sucesso das campanhas.



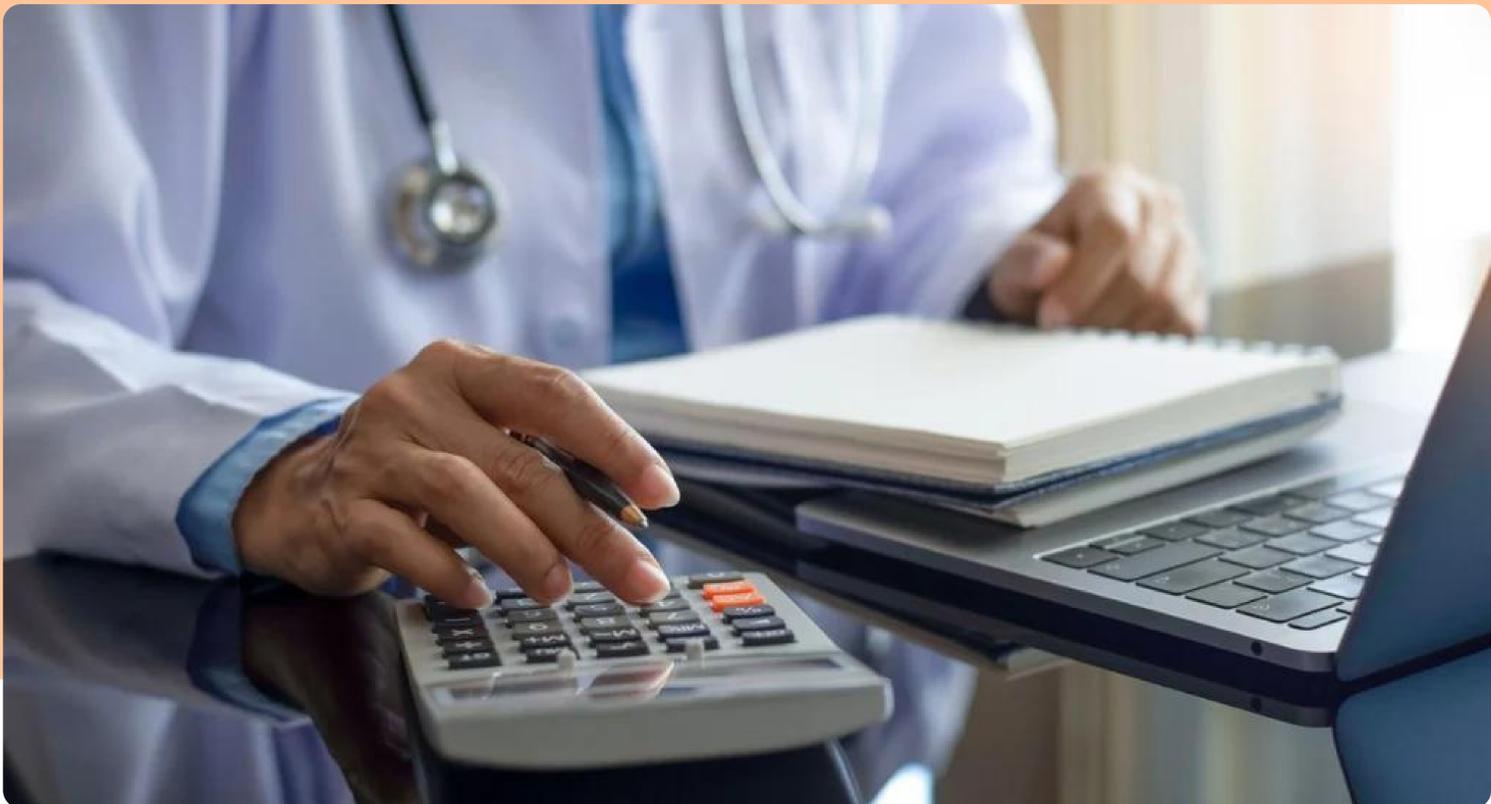
Conexões profundas

A personalização permite criar mensagens publicitárias específicas e relevantes para diferentes segmentos da sua audiência.

Isso significa que **os pacientes veem conteúdo que ressoa diretamente com suas necessidades e preocupações médicas**, fortalecendo a conexão emocional.

A publicidade hiperpersonalizada contribui para uma **experiência mais positiva do paciente ao fornecer informações relevantes e úteis** para as pessoas que realmente estão procurando por elas. Você pode responder a perguntas frequentes, oferecer dicas personalizadas e fornecer orientação sobre cuidados específicos.





A otimização do Retorno sobre Investimento (ROI)

A hiperpersonalização contribui para uma utilização mais eficiente do orçamento ao direcionar mensagens específicas a grupos demográficos ou com condições médicas particulares, maximizando a eficácia das campanhas e obtendo um melhor retorno sobre o investimento.

Ebook gratuito: Personal branding para médicos

Explicamos mais sobre como criar uma marca profissional que te diferencie em sua prática.

[Baixar](#)

Aproveite essa tendência

- 1 Crie perfis para seus pacientes atuais e aqueles que você deseja atrair, levando em consideração seus interesses e comportamentos.
- 2 Forneça conselhos personalizados e orientação sobre cuidados específicos para aprimorar a experiência do paciente.
- 3 Utilize ferramentas como o Google Ads para criar anúncios hiperpersonalizados e segmentá-los de acordo com as características dos seus pacientes.



6. Conteúdo gerado pelo usuário

Utilizar o conteúdo gerado pelos usuários é uma estratégia de marketing muito poderosa no campo da saúde.

Consiste em **incentivar os próprios pacientes a compartilhar suas experiências**, depoimentos e opiniões sobre os serviços médicos que receberam, incluindo avaliações online, comentários em redes sociais, vídeos, imagens e qualquer outro tipo de conteúdo criado pela comunidade de pacientes.





Construir confiança e melhorar a sua visibilidade online.

A ideia por trás dessa estratégia é aproveitar o poder da recomendação pessoal. Os pacientes estão cada vez mais confiando nas opiniões de outras pessoas para tomar decisões sobre sua atenção médica.

Ao compartilhar suas ideias, depoimentos e opiniões, os pacientes podem **ajudar a construir confiança e segurança em você como profissional.**

Além disso, pedir aos pacientes que compartilhem suas histórias positivas nas redes sociais pode aumentar sua visibilidade na Internet e atrair mais pessoas.

O conteúdo gerado pelo usuário também serve para fornecer feedback e oportunidades de melhoria que os profissionais médicos podem utilizar para otimizar suas práticas.

Aproveite essa tendência

- 1 Solicite aos seus pacientes que compartilhem sua opinião em seu site, em suas redes sociais, na sua página do Google Meu Negócio ou em seu perfil no Doctoralia.
- 2 Crie campanhas específicas que sirvam como lembretes e que seus pacientes recebam ao finalizar a consulta.
- 3 Preste atenção aos temas de conteúdo que seus pacientes publicam e à interação que geram.
- 4 Faça perguntas aos seus pacientes e reposte o conteúdo que eles publicarem.



7. Transparência sobre serviços e tratamento de dados pessoais.

A transparência na informação médica é fundamental para estabelecer uma relação de confiança com seus pacientes.

Essa tendência envolve fornecer informações claras e completas sobre os serviços que você oferece, assim como explicar como as informações pessoais dos pacientes são tratadas e protegidas.

Uma melhor experiência para o paciente

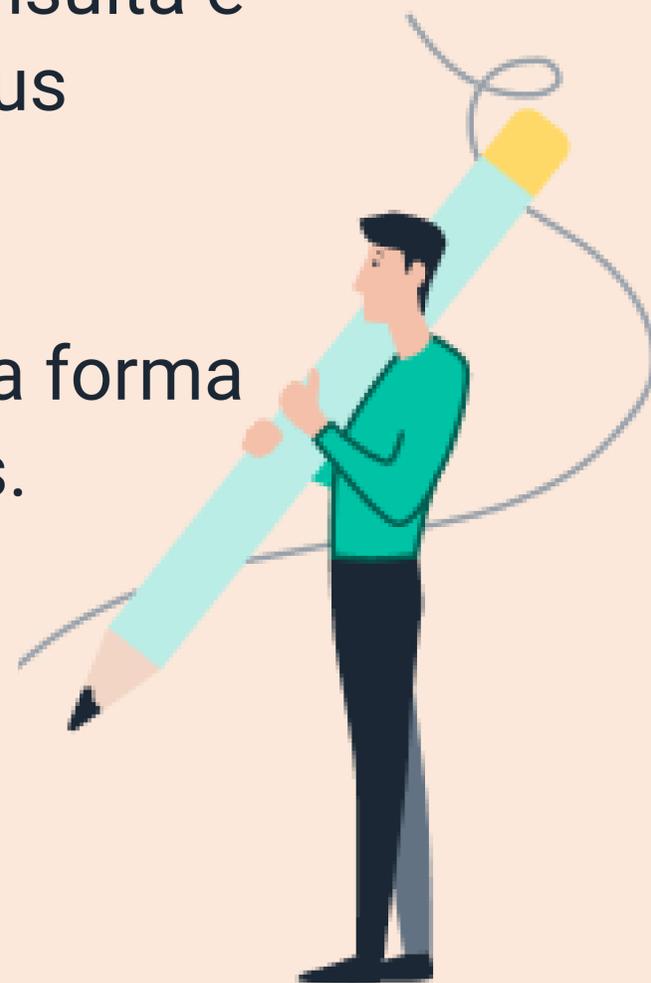
Ao ser transparente, você oferece tranquilidade aos seus pacientes. Ao saber o que podem esperar da sua atenção e como suas informações serão tratadas, você os ajuda a se sentirem mais seguros para **tomar decisões informadas sobre seu bem-estar geral.**

Além disso, ao cumprir com regulamentações e normas não apenas para a atenção e a prática médica, mas também para o manejo de dados pessoais, você demonstra um compromisso com a privacidade, a segurança e o bem-estar dos pacientes.

Isso ajudará a destacar você em um mercado saturado, onde os usuários valorizam cada vez mais a honestidade.

Aproveite essa tendência

1. Seja honesto com seus pacientes sobre os processos e métodos que utiliza.
2. Informe sobre a esterilização dos equipamentos e as medidas de segurança adotadas em sua prática.
3. Envolver seus pacientes e promova a tomada de decisões conjuntas.
4. Explique claramente durante a consulta e responda a todas as dúvidas que seus pacientes possam ter.
5. Compartilhe com seus pacientes a forma como gerencia seus dados pessoais.



8. A evolução do Google Ads

Google Ads é uma plataforma publicitária eficaz para profissionais da saúde, proporcionando a oportunidade de criar anúncios altamente visíveis que aparecem tanto nos resultados de pesquisa do Google quanto em outros sites associados.

Esta ferramenta tem servido como suporte para profissionais, marcas e empresas em todos os setores, que a **utilizam de maneira estratégica para aumentar sua visibilidade online e alcançar um público mais amplo**. Para 2024, ela continuará sendo uma das favoritas e até ganhará mais destaque.

Nos próximos meses, essa ferramenta de marketing incorporará a Inteligência Artificial para ajudar na tomada de decisões, resolver problemas e aprimorar a criatividade, preenchendo campos como palavras-chave, títulos e metadescrições com recomendações baseadas no aprendizado dos próprios usuários.

Publicidade personalizada para audiências específicas.

Enquanto as melhorias estão por vir, é inegável que o uso do Google Ads já oferece certas vantagens significativas, como a **capacidade de personalizar a publicidade para públicos muito específicos.**

Uma característica atualmente valiosa do Google Ads é a capacidade de direcionar anúncios para audiências específicas. Isso **pode ser feito com base na localização geográfica, interesses e comportamentos** particulares dos usuários.



Por exemplo, um médico especialista em ortopedia pode direcionar seus anúncios apenas para usuários em sua localidade que estejam interessados em temas esportivos, garantindo que atinjam um público relevante.

Aproveite essa tendência

- 1 Crie perfis de seus pacientes (atuais e potenciais) que contenham dados sociodemográficos, dúvidas frequentes, temas de interesse e comportamentos específicos.
- 2 Identifique palavras-chave relevantes para sua prática médica e utilize-as para criar anúncios.
- 3 Leve em consideração os interesses e o comportamento dos teus pacientes para segmentar ainda mais os teus anúncios.
- 4 Realize um acompanhamento detalhado e avalie o desempenho das suas campanhas com métricas detalhadas.



9. Inteligência Artificial para tarefas não médicas

A aplicação da inteligência artificial (IA) engloba diversas tarefas benéficas tanto para médicos quanto para pacientes, e se tornará uma ferramenta fundamental nas estratégias de marketing para profissionais da saúde.

Sabemos que existem Inteligências Artificiais que podem auxiliar em sua prática médica, analisando dados clínicos, compreendendo melhor os sintomas e até mesmo apoiando no diagnóstico e tratamento. No entanto, essa tendência está focada na possibilidade de liberar seu tempo e conhecimento para o que realmente importa: o cuidado com seus pacientes.

Isso é alcançado por meio de ferramentas impulsionadas por IA que podem eficientemente **aprimorar suas estratégias de comunicação, o relacionamento com seus pacientes e a gestão administrativa.**



Acelerar seus processos e fornecer um atendimento personalizado.

As tecnologias que empregam IA serão cada vez mais aprimoradas para oferecer a eficiência operacional por meio de algoritmos e processos automatizados.

As ferramentas impulsionadas por IA têm a capacidade de analisar grandes volumes de dados e antecipar as necessidades dos pacientes ao **identificar padrões e tendências nas informações.**

Em 2024, essas tecnologias ajudarão ainda mais a proporcionar um atendimento centrado no indivíduo, mais humano e eficaz, como no uso de chatbots.



Os pacientes se familiarizarão cada vez mais com o uso da inteligência artificial, interagindo com sistemas automatizados que responderão instantaneamente às perguntas mais comuns, fornecendo informações relevantes, **melhorando a acessibilidade e oferecendo uma experiência altamente personalizada.**

Ferramentas de IA que podem ser úteis

Atualmente, existem diversas plataformas e softwares que utilizam IA e podem ajudar a reduzir o tempo dedicado a tarefas não médicas.

Além disso, o uso dessas ferramentas permitirá que você se mantenha atualizado e preparado para o surgimento de novos programas ou suas evoluções.

Smartly: uma ferramenta de automação publicitária que utiliza IA para otimizar e ampliar campanhas publicitárias em redes sociais como Facebook e Instagram.

Monday: uma plataforma de gestão de projetos e colaboração que emprega inteligência artificial para analisar dados e padrões históricos de projetos, bem como a carga de trabalho e as habilidades dos membros da equipe.

DeepL: uma ferramenta de tradução automática baseada em inteligência artificial que permite a tradução de documentos e comunicações.

Chat GPT: oferece suporte em diferentes aspectos relacionados a atividades de comunicação e linguagem conversacional.

Stable Diffusion: é utilizada para gerar imagens digitais de alta qualidade a partir de um texto.

Aproveite essa tendência

- 1 Explore as ferramentas impulsionadas por IA e solicite que analisem determinados dados para personalizar recomendações e comunicações direcionadas aos seus pacientes.
- 2 Conte com essas ferramentas para criar suas campanhas publicitárias e segmentar audiências de maneira mais eficaz.
- 3 Utiliza ferramentas de análise para investigar tendências e comportamentos dos pacientes e antecipe-se às suas necessidades.
- 4 Desenvolva imagens e textos para complementar as informações valiosas que você compartilha com seus pacientes.



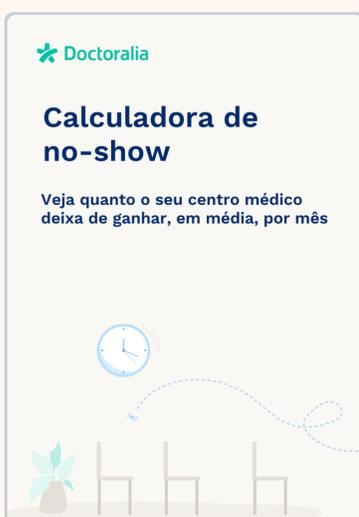
Extra: recursos gratuitos



Perfil do Paciente Digital

Entenda o que está por trás do Paciente Digital com a nova pesquisa exclusiva da Doctoralia

Baixar



Calculadora de no-show

Descubre quanto o seu centro médico deixa de ganhar com o no-show

Baixar



Planilha de controle de pacientes

Se antecipe diante dos imprevistos e tenha a gestão do seu consultório na palma das suas mãos

Baixar



pro.doctoralia.com.br

