MARKETING
ESSENCIAL PARA MÉDICOS



Hiram Baroli
Leonardo Oliveira Reis
Roberto Ferreres

Conecte-se com seu paciente

Atheneu

MARKETING
ESSENCIAL PARA MÉDICOS
Conecte-se com seu paciente



www.atheneu.com.br

(21) 99165-6798 Facebook.com/editoraatheneu Twitter.com/editoraatheneu Youtube.com/atheneueditora

MARKETING
ESSENCIAL PARA MÉDICOS
Conecte-se com seu paciente

Autores

Prof. Me. Hiram Baroli

Prof. Dr. Leonardo Oliveira Reis

Prof. Roberto Ferreres

Atheneu

Rio de Janeiro • São Paulo

2022

EDITORA ATHENEU

São Paulo	—	*Rua Maria Paula, 123 – 18° andar* *Tel.: (11) 2858-8750* *E-mail: atheneu@atheneu.com.br*
Rio de Janeiro	—	*Rua Bambina, 74* *Tel.: (21) 3094-1295* *E-mail: atheneu@atheneu.com.br*

CAPA: Equipe Atheneu
PRODUÇÃO EDITORIAL: MWS Design

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

B243m

Baroli, Hiram Pereira.
Marketing essencial para médicos : conecte-se com seu paciente / Hiram Pereira Baroli, Leonardo Oliveira Reis, Roberto Gil Ferreres Junior. - 1. ed. - Rio de Janeiro : Atheneu, 2022.
: il. ; 23 cm.

Inclui bibliografia e índice
ISBN 978-65-5586-534-9

1. Marketing. I. Reis, Leonardo Oliveira. II. Ferreres Junior, Roberto Gil. III. Título.

22-77799 CDD: 658.8
CDU: 658.8

Gabriela Faray Ferreira Lopes - Bibliotecária - CRB-7/6643
17/05/2022 19/05/2022

Baroli, M.H.; Reis, L.O.; Ferreres, R.
Marketing Essencial para Médicos — Conecte-se com Seu Paciente

©Direitos reservados à Editora Atheneu — Rio de Janeiro, São Paulo, 2022.

PARTE 1

Entendendo o Marketing



1 Bem-vindo ao departamento de marketing

Começamos o livro com um convite à imersão na leitura de um organograma de um departamento de marketing, para que o profissional de saúde tenha maior visão das tarefas e competências que os profissionais de marketing precisam realizar na rotina de trabalho. Ensinando como funcionam os cargos, competências e tarefas do setor, para proporcionar um maior aprendizado.

Os profissionais de saúde, em sua formação acadêmica, são treinados para dar assistência à saúde e cuidados para os pacientes e não tem uma ideia clara do que seja uma gestão de demandas do setor marketing, dentro do seu negócio, acreditam, em sua maioria, que um único profissional de marketing irá conseguir atender suas principais demandas de marketing, como por exemplo, captação de novos pacientes, criação e atualização de site, gerenciar o Instagram, fazer vídeos, postagens, criação de logotipos, enviar e-mail marketing, fazer a gestão do CRM e ferramentas, criação de aplicativo, dentre outras tarefas, e isso é impossível, é necessário uma equipe multidisciplinar para alcançar um resultado de excelência nos canais digitais.

Com os avanços tecnológicos e aumento de consumo de novos canais digitais, o mercado vem criando cargos especializados para atender essas novas necessidades do mercado.

O gestor responsável pelo marketing da instituição ou profissional de saúde precisa ser responsável por diversas competências e atribuições para alcançar o sucesso.

As principais competências que os profissionais de marketing precisam ter:

- Visão estratégica.
- Conhecimento digital.
- Planejamento e orçamento.
- Gestão e entrega de projetos.
- Interpretação de dados e *analytics*.
- Entender de inovação e estar sempre atualizado com novas tecnologias.

- Sensibilidade comercial e senso de oportunidade.
- Liderança de equipes, gerenciamentos de múltiplas tarefas e projetos.
- Análise de mercado e concorrentes.
- Relações públicas.
- Pesquisas de satisfação como o NPS[1] e qualidade.
- Resiliência para gestão de crises.

Gerenciar as ações de marketing da organização de saúde, com objetivo de implementar o planejamento estratégico traçado.

Agregar valor à marca e atingir resultados e metas corporativas, sejam elas financeiras ou de fortalecimento de imagem. As funções do gestor de marketing na área de saúde:

- Gerenciar a implementação de novos serviços.
- Planejar, desenvolver e monitorar a identidade visual da marca.
- Supervisionar a elaboração de campanhas publicitárias seguindo as normas dos conselhos éticos de cada especialidade da área da saúde.
- Supervisionar a estratégia do endomarketing.
- Supervisionar outras atividades sociais ou promocionais.
- Planejar e implementar estratégias de marketing digital e ações relacionadas às mídias sociais e site corporativo.
- Gerenciar a rede de pesquisas, avaliação e a página do Google.
- Acompanhar e analisar os indicadores de desempenho com foco nas ações do planejamento estratégico.
- Gestão e controle de canais.
- Gestão de custos.
- Gestão das informações dos pacientes seguindo a LGPD.
- Mensuração de resultados.
- Criação do plano de marketing.
- Gestão dos colaboradores de marketing ou agências.
- Supervisão e aprovação de toda comunicação de marketing da instituição ou profissional de saúde.

1 NPS (Net Promoter Score) é um método de pesquisa de satisfação que identifica o nível de fidelidade dos consumidores à empresa.

A seguir, temos um organograma, de um departamento de marketing de grande porte, para explicar a maioria dos cargos e os profissionais de marketing que atuam nessa estrutura.

Dependendo do tamanho da organização de saúde, um médico ou gestor não tem tempo e qualificação para cuidar de todas as etapas do marketing e terá que montar uma estrutura de marketing própria, para acompanhar mais de perto os resultados e/ou contratar uma agência de marketing externa.

Essa é uma decisão estratégica de montar um departamento de marketing interno ou a contratação de uma agência externa ou, até mesmo, um modelo híbrido, que possui um departamento interno mais agência que dão apoio ao departamento, essa é uma decisão que deve ser tomada pelos sócios ou direção da empresa, que leva em consideração o tamanho da demanda, questão de custos, velocidade de atendimento, qualificação técnica, resultados, inovação, tecnologia, qualidade e resultados.

Neste livro, acreditamos que conhecendo as tarefas que cada profissional de marketing realiza, o leitor terá maior entendimento das demandas que o setor marketing atende.

É muito importante ressaltar que nesse mercado de marketing digital, existem profissionais desqualificados e sem formação técnica, recrute e faça contratos sempre com profissionais e empresas com experiência no mercado de saúde e diplomados em universidades reconhecidas pelo MEC.

Caro leitor, lendo este capítulo, você irá identificar qual é o profissional certo para suas demandas específicas ou quais profissionais você precisará contratar para ter uma equipe de marketing de excelência em sua instituição, alinhado à sua estratégia. Não pense que o marketing atende uma demanda específica, ele faz parte da engrenagem da sua empresa, com a mesma importância que a contabilidade, financeiro e recursos humanos.



O autor, Roberto Ferreres, explica brevemente o funcionamento do departamento de marketing e a função de cada profissional. Fala ainda sobre o processo, desde o *briefing* até a execução e dá exemplo de um processo para publicação no Instagram e Facebook.

Organograma de agência de marketing digital



Figura 1.1. *Organograma de agência de marketing digital. Fonte: Elaborado pelos autores.*

CMO – diretor de marketing

Formação profissional

Graduação em Comunicação Social, Publicidade, Marketing, Administração de Empresas, Economia. A maioria tem pós-graduação, MBA e grande experiência no mercado.

O CMO ou diretor de marketing é o responsável pelo planejamento, estratégia e direção dos programas mercadológicos da empresa. É ele quem comanda o departamento de marketing, criando o planejamento financeiro do setor, controlando o orçamento e desenvolvendo a execução dos projetos. Ele também dirige e escala o investimento em campanhas, sempre visando melhorar a performance, vendas, lucratividade, rentabilidade e o valor da marca. Outra função desse cargo é estruturar equipes que atuam nos projetos dos clientes. Define o orçamento anual para alcançar as metas da presidência e acompanha a entrada de receita dos produtos e serviços ofertados.

Gerente de marketing

Formação profissional

Graduação em Comunicação Social, Publicidade ou Marketing. Para esse cargo o mercado também exige pós-graduação e experiência.

Desenvolve estratégias de marketing e identidade visual das marcas, com o intuito de promover a imagem e alavancar os negócios. Define o posicionamento das marcas e de canais de comunicação específicos para cada público. Analisa as tendências do mercado, pesquisas fatores econômicos, planeja, monitora campanhas voltadas para promoção de produtos e serviços. Dentre suas tarefas estão a criação do plano de marketing alinhado com a estratégia da empresa.

Gerencia os custos e investimento apresentando relatórios mensais.

Gestor de projetos

Formação profissional

Graduação em Comunicação Social, Publicidade ou Marketing. Para esse cargo é necessário especialização em PMBOK (*Project Management Body of Knowledge)* e gestão em projetos.

O gestor de projetos é o profissional que cria, gerencia e acompanha todos os processos e prazos das tarefas do departamento, de ponta a ponta. Ele faz a distribuição e monitoramento das tarefas, para que o departamento melhore e desenvolva a sua performance, otimizando o tempo e a execução dos trabalhos propostos. Sua presença é fundamental no departamento, pois ele evita que ocorram falhas e atrasos nos projetos. Esse cargo atua no escritório de projetos.

Diretor de arte

Formação profissional

Design digital, Comunicação Social, Artes Visuais, Publicidade e Propaganda e Multimeios.

O diretor de arte é o profissional responsável pela criação e concepção artística para projetos audiovisuais. Ele desenvolve o conceito criativo de campanha, monitora a execução e a aprovação das peças publicitárias, também comanda a decupagem de roteiro e *briefings* dos processos audiovisuais com o auxílio do redator.

Coordenador de marketing digital

Formação profissional

Graduação em marketing, Comunicação Social ou Publicidade e Propaganda.

Esse profissional tem, como principal função, liderar e coordenar a equipe de marketing digital, monitorando e distribuindo suas atividades e orientando seus colaboradores nas estratégias, canais e ações. É responsável pela organização e elaboração de relatórios, *briefings* e pela distribuição de tarefas de marketing na equipe. Ele também auxilia a equipe de vendas em atividades como atingir seus objetivos. É responsabilidade dele alcançar as metas de campanhas de mídia digital, captação de *leads*, vendas no *e-commerce*, avaliação em sites de clientes e experiência digital entre os canais.

Videomaker

Formação profissional

Graduação em Rádio e TV, Cinema, Multimeios, Publicidade e Propaganda, Design e Comunicação Visual.

O videomaker é o colaborador responsável por toda a produção de material de áudio e vídeo que possa ser utilizado na campanha. Ele capta, edita e finaliza todos os criativos audiovisuais, sob a supervisão do diretor de arte. Esse profissional sempre trabalha em colaboração direta com o designer e o fotógrafo do departamento, para que haja um padrão visual de identidade e campanha.

Designer

Formação profissional

Graduação em Design, Multimeios, Publicidade e Propaganda e Comunicação Visual.

O designer é o profissional responsável pela execução criativa e conceitual da identidade visual, artística e publicitária das campanhas. Ele cria, edita e finaliza peças, tanto gráficas, quanto digitais, que estão destinadas à comunicação institucional e externa. Sob a orientação da direção de arte, e em colaboração com o redator, o videomaker e o fotógrafo, ele dá vida a todo plano de comunicação, de maneira criativa implícita em diferentes formatos artísticos.

Fotógrafo

Formação profissional

Graduação em Fotografia, Multimeios, Publicidade e Propaganda, Design e Comunicação Visual.

O fotógrafo é o profissional que capta, edita e pós-produz todo ou qualquer material fotográfico registrado em campanhas, projetos ou até mesmo eventos ligados à empresa ou figura pública para a qual ele trabalha. Ele detém o domínio e o conhecimento máximo sobre máquinas, iluminação e lentes, sabendo adaptar cada aparelho para o melhor resultado. Também conhece cenografia de fundo, ampliação e tratamento de imagens digitais. Muitos videomakers e designers costumam ter noções básicas de foto, porém, apenas um profissional com especialização no ramo poderá captar, de maneira minuciosa, toda a capacidade de comunicação visual de uma fotografia, o que pode fazer toda a diferença entre uma campanha básica e uma com potencial para premiações.

Redator

Formação profissional

Bacharelado em Letras e licenciatura em português.

O redator é responsável pela elaboração de títulos, textos e roteiros, transformando um conceito ou ideia pensada em algo mais concreto e legível para o consumidor. É ele quem executa boa parte do discurso linguístico apresentado nas campanhas publicitárias, sempre auxiliando o diretor de arte nos projetos escritos e na elaboração de *briefing*.

Jornalista

Formação profissional

Graduação em Jornalismo.

O jornalista é responsável por apurar, pesquisar e apresentar pautas com informações de interesse público, por meio de notícias, entrevistas, artigos ou reportagens. Diferentemente do que se pensa, o jornalista pode trabalhar em diversos ramos e empresas, podendo exercer o cargo de assessor de imprensa. Dentro do departamento de marketing, ele pode atuar como redator produzindo conteúdo de *branded content* e *inbound* marketing.

Gestor de conteúdo

Formação profissional

Graduação em Comunicação Social, Publicidade ou Marketing.

O gestor de conteúdo é quem supervisiona todas as iniciativas de conteúdo relacionadas ao marketing, sejam internas ou externas, em diversas plataformas e formatos. Especialista em pesquisa de mercado, desenvolvimento de conteúdo e gerenciamento de projetos. Gerencia todo o conteúdo de marketing digital e impresso, redige artigos, matérias e entrevistas profissionais.

Programador *full stack*

Formação profissional

Bacharelado em Ciência da Computação, cursos de Tecnologia da Informação, especialização em UI e UX. É necessário ter experiência de mercado.

O desenvolvedor *full stack* é aquele que pode atuar em qualquer etapa do desenvolvimento de sistemas. Seja no *front-end* ou no *back-end*.

Responsável pelas aprovações de aplicativos nas plataformas Apple e Android.

Programador *front-end*

Formação profissional

Graduação em Sistemas de Informação, Web Design Digital e especialização em UI e UX.

O programador *front-end* é aquele que possui conhecimentos para desenvolver interfaces gráficas para serem exibidas ao usuário. Em outras palavras, tudo o que se pode ver na tela: disposição do texto, botões, campos, dentre outros. Ele é o responsável por construir a parte do software que toca no usuário e por isso precisa estar alinhado com noções de ergonomia, bem como entender como o usuário pensa e se comporta. Está no meio de campo entre o Web Designer e o profissional *back-end*.

Programador *back-end*

Formação profissional

Bacharelado em Ciência da Computação, cursos de Tecnologia da informação.

O programador *back-end* é aquele que trabalha por trás dos bastidores. É o profissional responsável pela lógica de instruções que fazem um sistema girar. Ou seja, esse profissional programa, codifica e testa, além de garantir a integridade de todas as informações no banco de dados, até mesmo mantém e cria servidores.

Analista de CRM

Formação profissional

Bacharelado em Marketing com aperfeiçoamento em plataformas de CRM.

O analista de CRM desenvolve estudos de mercado, concorrência, comportamento de clientes e segmentação de públicos, analisa indicadores de performance e métricas de satisfação, a fim de sugerir melhorias nos processos de relacionamento, desenvolver ações de marketing direto, fidelização, sistema de pontos e vantagens, identificar oportunidades de novos negócios. Ele cuida do banco de dados da empresa e garante o cumprimento da LGPD.

Gestor de tráfego

Formação profissional

Bacharelado em Marketing ou Comunicação Social com experiência em plataforma de anúncios pagos, como Facebook Ads e Google Ads.

O gestor de tráfego é o profissional responsável por gerenciar os anúncios da conta de uma empresa, esse trabalho pode ser feito presencialmente ou em *home office*. Basicamente, a empresa fornece ao profissional de sua conta de anúncios, uma verba para que ele possa criar, analisar e otimizar seus anúncios. Esse cargo é responsável pela geração de *leads* e captação de novos clientes e remarketing. É necessário ter controle de gastos, apresentação de relatórios e ter comunicação com o setor comercial para entender a qualidade dos *leads* e se está conseguindo converter em vendas.

Arquiteto de *software*

Formação profissional

Tecnologia da Informação, Ciências da Computação, especialização em *User Experience* (UX) e *Interface Experience* (IX) e especialização em administração e negócios.

De uma maneira simplificada, podemos dizer que um arquiteto de *software* é o responsável por mapear o funcionamento do sistema. É quem identifica possíveis problemas e apresenta soluções efetivas.

O profissional tem como foco garantir a conformidade dos processos, das documentações e guias, direcionando a equipe nas atividades. Por isso, deve-se ter um bom entendimento das múltiplas plataformas e linguagens.

Business Intelligence

Formação profissional

Marketing, Administração e especialização em *Data Science* e plataformas de BI e CRM.

O *Business Intelligence* (BI) ou Inteligência de Negócios, consiste na coleta, armazenamento, tratamento, análise e cruzamento de dados, que são os dados essenciais para a tomada de decisões estratégicas nos quais os alimenta e atualiza nos principais indicadores, apresentando relatórios e dashboards que são painéis atualizados de performance.

Ele proporciona *insights* e descobertas sobre qualquer assunto referente ao negócio, que podem ser aplicáveis no dia a dia, seja em técnicas operacionais, pesquisa de mercado, estudo de público-alvo. Monitora os dados em softwares como Excel, Power BI, Salesforce, HubSpot, RD Station e CRM.

Esse profissional pode cruzar os dados de sistemas de gestão de relacionamento com os clientes (CRM) e com sistema de planejamento de recursos empresariais (ERP). Trazendo uma inteligência de riqueza em informações de dados.

Assistente de marketing digital

Formação profissional

Comunicação Social ou Marketing.

O assistente de marketing digital auxilia o coordenador ou gerente, desenvolvendo relatórios, pesquisas, projetos, acompanhamento do desempenho de vendas e parceiros, presta suporte no contato com agência de propaganda, faz o controle de notas fiscais, apoio em negociações e na execução de campanhas publicitárias digitais.

Analista de atendimento

Formação profissional

Bacharel de Comunicação Social.

O analista de atendimento é aquele profissional que gerencia o relacionamento com o cliente ou responsáveis pela demanda e traduz em formato de

briefing para a equipe interna da agência. Para isso, ele precisa ser organizado, simpático, bom comunicador, saber lidar com pressões e prazos, ter uma visão sistematizada do processo do negócio.

Analista de marcas

Formação profissional

Bacharelado em Publicidade e Propaganda.

O analista de marcas elabora e controla toda a documentação dos processos de registro de produtos, desenvolvendo petições e relatórios técnicos sobre componentes, indicações, contraindicações, apresentação, dentre outras informações, para montar produtos e criação de novas marcas.

Esse profissional solicita pesquisas com o consumidor para entender a sua percepção sobre a marca, concorrentes, experiência com produtos e serviços, para sugerir melhorias e inovação.

Analista de *trade* marketing

Formação profissional

Formação em Marketing ou Comunicação Social.

Administra investimentos nos canais de *trade* e faz ativações no ponto de venda físico ou virtual, acompanha a execução das ações promocionais junto à equipe de vendas. Identifica oportunidades por meio do estudo e análise do comportamento do *shopper*. Desenvolve estratégias para crescimento do faturamento nos canais de vendas e faz análises do portfólio e preços.

Analista de marketing

Formação profissional

Bacharel em Marketing ou Comunicação Social.

O analista de marketing é quem cuida das campanhas e coloca em prática o plano de marketing, ajudando-as a ganhar mais relevância na internet e a melhorar a taxa de conversões. Para isso, o profissional trabalha com redes sociais, criação de conteúdo, estratégia de SEO (*Search Engine Optimization*, ou otimização para mecanismos de busca) e mensuração de resultados. Auxilia também em orçamentos, compras, desenvolvimento de campanhas *on-line* e *off-line*.