

Stetho

Agência de Marketing para Profissionais da Saúde

ESTRATÉGIA
CONTEÚDO
AUTORIDADE
RESULTADOS

Raio-X do Perfil

A autoanálise do seu Instagram em 15 minutos

Vinte itens com critério objetivo.
Um ponto cada. Sem meio-termo.

No final você tem um número,
e esse número diz exatamente
o que fazer primeiro.

Abra o seu perfil no celular
e vá marcando conforme lê.

RAIO-X DO PERFIL

Como pontuar

Abra o seu perfil no celular,

como se você fosse um paciente que acabou de chegar ali pela primeira vez.

Leia cada item e **marque o quadrado** quando ele estiver cumprido.



As três regras

- **Um ponto por item cumprido.**
Não existe meio ponto e não existe quase.
Se você precisou pensar mais de dez segundos para decidir, o item não está cumprido.
- **Ser honesta vale mais do que pontuar alto.**
Uma nota inflada te faz trabalhar na coisa errada pelos próximos três meses.
- **Avalie o que está publicado,**
não o que você pretende publicar.
Intenção não conta.



O que fazer com o resultado?

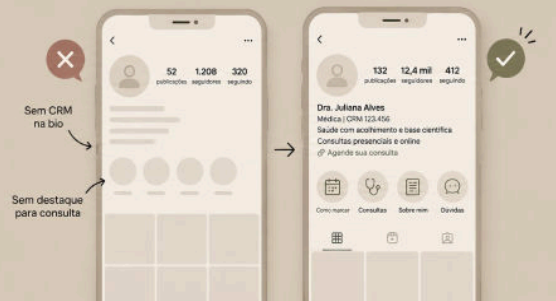
No final há uma folha de pontuação e três faixas. Cada faixa traz as três ações prioritárias para quem está nela. São três de propósito, porque lista de quinze ações não é feita por ninguém.

Anote a data. Refaça a auditoria em sessenta dias e compare. A evolução da nota diz mais sobre o seu perfil do que o número de seguidores.

Antes de começar, um aviso

É provável que você perca pontos em itens que parecem bobagem, como o CRM não estar na bio ou não haver um destaque explicando como marcar consulta.

São justamente esses os itens que mais custam paciente, porque são os que aparecem para quem ainda não te conhece. Conteúdo excelente não compensa uma primeira tela confusa.



Vamos lá?

Primeira impressão

Os cinco segundos em que alguém decide se continua no seu perfil ou volta para a busca. Tudo aqui é visível antes de a pessoa ler um único conteúdo seu.



Item 1. Foto de perfil

Critério. A sua foto mostra o seu rosto, nítido, ocupando boa parte do círculo, reconhecível em tela de celular.

Vale ponto se: é uma foto sua, individual, com o rosto claramente visível quando reduzida ao tamanho real do aplicativo.

Não vale ponto se: é logotipo, foto de corpo inteiro, foto de longe, foto com outra pessoa, foto com filtro pesado ou imagem que só funciona ampliada.

Se perdeu o ponto: *Uma foto no celular, com luz natural, contra parede lisa, do peito para cima, resolve em dez minutos.*



Item 2. Nome de busca

Critério. O campo de nome, que é o que o Instagram pesquisa, contém a sua especialidade e a sua cidade, não apenas o seu nome próprio.

Vale ponto se: o campo nome traz especialidade e cidade, por exemplo Dra. Fulana | Pediatra em Santarém.

Não vale ponto se: o campo nome traz só o seu nome, ou traz apelido, emoji ou frase de efeito no lugar dos termos de busca.

Se perdeu o ponto: *Esse é o ajuste de maior retorno do guia inteiro. Leva trinta segundos e muda quem te encontra na busca.*



Item 3. Bio que diz o problema que você resolve

Critério. A primeira linha da bio comunica o que você resolve para quem lê, e não apenas o cargo que você ocupa.

Vale ponto se: quem lê entende, sem esforço, qual situação da vida dela você trata.

Não vale ponto se: a bio só lista títulos, formações e instituições, ou usa frase genérica do tipo cuidando de você com amor.

Se perdeu o ponto: *Escreva assim: eu ajudo [quem] a [resolver o quê]. Depois enxugue até caber. Título vem depois, não antes.*



Item 4. Dados obrigatórios visíveis

Critério. Nome, número de registro no conselho e, quando houver, a especialidade com o RQE estão na página principal do perfil.

Vale ponto se: esses dados estão na bio, visíveis sem clicar em nada.

Não vale ponto se: estão apenas em um destaque, em um post fixo, no link, ou não estão em lugar nenhum.

Se perdeu o ponto: *A norma de publicidade exige na página principal. Corrija hoje, é o item mais fácil de resolver e o mais fácil de ser notado em uma denúncia.*



Item 5. Link que leva para o agendamento

Critério. O link da bio leva a pessoa para um caminho direto de contato ou agendamento, em no máximo um clique depois de abrir.

Vale ponto se: o link abre WhatsApp, agendamento ou uma página em que o botão de contato aparece sem rolagem.

Não vale ponto se: não há link, o link está quebrado, leva para uma página institucional sem contato visível, ou exige rolar e procurar.

Se perdeu o ponto: *Teste agora no celular de outra pessoa, contando quantos toques até chegar na conversa. Mais de dois toques, você perdeu o ponto.*

Conteúdo

Olhe as suas últimas doze publicações. Todos os itens deste bloco se referem a esse conjunto, não ao seu melhor post de todos os tempos.



Item 6. Frequência

Critério. Você publicou no feed pelo menos três vezes por semana nas últimas quatro semanas, sem intervalo maior que cinco dias.

Vale ponto se: as datas das últimas doze publicações confirmam isso.

Não vale ponto se: houve qualquer intervalo maior que cinco dias, ou a média ficou abaixo de três por semana.

Se perdeu o ponto: *Frequência baixa e irregular é o problema número um. Antes de melhorar a qualidade, estabilize o ritmo.*



Item 7. Variedade de formato

Critério. Entre as últimas doze publicações há pelo menos três formatos diferentes, contando vídeo, carrossel e imagem única.

Vale ponto se: os três formatos aparecem, com pelo menos duas publicações de cada.

Não vale ponto se: onze das doze são do mesmo formato, ou não há nenhum vídeo.

Se perdeu o ponto: *Se faltar vídeo, comece com um de trinta segundos por semana. Vídeo é o formato que mais alcança quem ainda não te segue.*



Item 8. Gancho na primeira linha

Critério. Nas últimas seis publicações, a primeira linha da legenda prende a atenção sozinha, sem depender da imagem.

Vale ponto se: pelo menos cinco das seis primeiras linhas funcionam lidas isoladamente.

Não vale ponto se: as primeiras linhas começam com saudação, com o nome do tema ou com frase genérica do tipo você sabia que.

Se perdeu o ponto: *Leia só as primeiras linhas, em sequência, sem as imagens. O desconforto que você sentir é o diagnóstico.*



Item 9. Clareza para quem não é da área

Critério. Nas últimas seis publicações, uma pessoa sem formação em saúde entenderia tudo sem precisar pesquisar nada.

Vale ponto se: não há termo técnico sem explicação, nem frase que exija conhecimento prévio.

Não vale ponto se: aparece qualquer sigla, termo ou raciocínio que só um colega entenderia.

Se perdeu o ponto: *Mande três publicações para alguém de fora da área e peça para essa pessoa te contar o que entendeu. O que ela não souber repetir, reescreva.*



Item 10. Prova de que você faz o que diz

Critério. Nas últimas doze publicações há pelo menos duas que mostram o seu trabalho acontecendo, dentro das regras do seu conselho.

Vale ponto se: existe bastidor, rotina de atendimento, explicação de como você conduz algo, ou depoimento sóbrio publicado dentro das normas.

Não vale ponto se: todas as publicações são conteúdo educativo genérico, sem nenhum sinal de que existe uma pessoa real atendendo.

Se perdeu o ponto: *Bastidor é o conteúdo mais simples de produzir e o que mais gera confiança. Comece por mostrar como você prepara a sala.*



Item 11. Chamada final clara

Critério. Nas últimas seis publicações, pelo menos quatro terminam com uma ação concreta e específica para quem leu.

Vale ponto se: a chamada diz exatamente o que fazer, por exemplo comentar uma palavra, salvar, mandar mensagem ou marcar alguém.

Não vale ponto se: as publicações terminam sem nada, ou terminam sempre com a mesma frase repetida.

Se perdeu o ponto: *Escreva cinco chamadas diferentes e alterne. A mesma frase em todo post treina as pessoas a ignorarem a última linha.*

Confiança

Confiança é o que separa quem te acompanha de quem te procura. Este bloco avalia se o seu perfil dá motivo para alguém acreditar em você antes de te conhecer.



Item 12. Seu rosto aparece

Critério. Nas últimas doze publicações, o seu rosto aparece em pelo menos quatro delas.

Vale ponto se: você aparece em foto ou vídeo, com o rosto visível, em quatro ou mais publicações.

Não vale ponto se: o feed é feito só de arte, texto sobre fundo colorido e imagem de banco.

Se perdeu o ponto: *Ninguém confia cuidado de saúde a um perfil sem rosto. Se gravar te trava, comece com foto e legenda em primeira pessoa.*



Item 13. Existe bastidor de verdade

Critério. Nos últimos trinta dias houve pelo menos duas publicações mostrando a sua rotina de trabalho real.

Vale ponto se: aparece a preparação do atendimento, o deslocamento, o estudo, a equipe ou o ambiente, de forma espontânea.

Não vale ponto se: tudo é produzido, posado e impecável, ou não há nenhum registro de rotina.

Se perdeu o ponto: *A norma permite expressamente usar imagem do seu ambiente de trabalho e a sua própria imagem. Use isso.*



Item 14. Você mostra resultado sem prometer resultado

Critério. Existe no perfil alguma forma de saber que o seu trabalho funciona, sem que nada prometa, garanta ou insinue resultado a quem lê.

Vale ponto se: há depoimento sóbrio sobre o atendimento, explicação de método, ou conteúdo que demonstra domínio do tema.

Não vale ponto se: não há nada disso, ou o que existe contém promessa, garantia ou insinuação de resultado.

Se perdeu o ponto: *Se você não tem certeza se o conteúdo promete, ele provavelmente promete. Consulte o guia Pode Postar? da Stetho.*



Item 15. Registro profissional visível no conteúdo

Critério. Além da bio, o seu registro profissional aparece de forma identificável no material publicado, como na assinatura das artes.

Vale ponto se: as artes e os vídeos trazem a sua identificação profissional de forma legível.

Não vale ponto se: o registro só existe na bio, ou aparece em corpo tão pequeno que não se lê no celular.

Se perdeu o ponto: Peça para quem faz o seu design incluir isso no padrão das artes. É um ajuste de uma vez só.



Item 16. Nada no perfil fere a norma de publicidade

Critério. Você revisou as últimas trinta publicações contra as regras de publicidade do seu conselho e nenhuma delas precisa ser apagada.

Vale ponto se: a revisão foi feita e não encontrou promessa de resultado, comparação com outros profissionais, antes e depois sem contexto educativo, nem paciente identificável.

Não vale ponto se: a revisão nunca foi feita, ou foi feita e encontrou algo que ainda está no ar.

Se perdeu o ponto: Faça a revisão esta semana. O que mais gera processo ético é conteúdo antigo que ficou publicado e ninguém lembrava.

Conversão

Aqui se decide se todo o resto valeu a pena. Perfil bonito que não gera atendimento é despesa, não investimento.



Item 17. Caminho para agendar em dois toques

Critério. A partir do seu perfil, uma pessoa consegue iniciar o agendamento em no máximo dois toques na tela.

Vale ponto se: o botão de contato ou o link leva direto para a conversa ou para a agenda.

Não vale ponto se: é preciso rolar, procurar, mandar mensagem perguntando como faz, ou passar por uma página intermediária.

Se perdeu o ponto: *Configure o botão de contato do perfil profissional e coloque o WhatsApp no link. São dez minutos.*



Item 18. Mensagem respondida em até duas horas

Critério. Nos últimos sete dias, todas as mensagens recebidas no direct foram respondidas em até duas horas dentro do horário comercial.

Vale ponto se: você conferiu o histórico e confirmou isso.

Não vale ponto se: há qualquer mensagem sem resposta, ou o tempo médio passou de duas horas.

Se perdeu o ponto: *Se você não consegue responder nesse prazo, alguém precisa fazer isso por você. É aqui que o paciente desiste.*



Item 19. Story com chamada para contato

Critério. Nos últimos sete dias houve pelo menos um story convidando a pessoa a entrar em contato.

Vale ponto se: existe esse story, com um caminho claro de como fazer.

Não vale ponto se: todos os stories da semana foram informativos ou pessoais, sem nenhuma porta de entrada.

Se perdeu o ponto: *Um por semana basta. Menos que isso, ninguém lembra que pode te procurar. Mais que isso, cansa.*



Item 20. Destaque explicando como marcar

Critério. Existe um destaque fixo no perfil explicando como marcar consulta, onde você atende, quais formas de atendimento e o que esperar da primeira consulta.

Vale ponto se: o destaque existe, está atualizado e responde essas quatro perguntas.

Não vale ponto se: não existe, está desatualizado, ou responde só parte disso.

Se perdeu o ponto: *É o item mais ignorado e um dos que mais convertem. Monte com seis telas e deixe fixo.*

RESULTADO

Folha de pontuação

Some os pontos de cada bloco e anote a data. Refaça em sessenta dias na segunda coluna.

BLOCO	MÁXIMO	HOJE	EM 60 DIAS
A. Primeira impressão	5		
B. Conteúdo	6		
C. Confiança	5		
D. Conversão	4		
TOTAL	20		

Data desta auditoria:

Data da próxima:

O seu perfil existe, mas não trabalha para você. Quem chega ali por acaso não entende em poucos segundos o que você faz, para quem faz e como te procurar, então vai embora.

A boa notícia é que a faixa mais baixa é também a de retorno mais rápido. Praticamente tudo que falta aqui é estrutura, não talento, e estrutura se resolve em um fim de semana.

Não tente melhorar conteúdo agora. Arrume a base primeiro, senão você vai produzir bom material para um perfil que não converte.

As três ações prioritárias

1. Conserte a primeira tela

Foto do seu rosto, campo de nome com especialidade e cidade, bio dizendo o problema que você resolve, dados profissionais visíveis e link que leva direto ao contato. Tudo isso leva menos de uma hora e muda quem consegue te encontrar.

2. Estabeleça um ritmo mínimo

Três publicações por semana, sempre nos mesmos dias, mesmo que sejam simples. Constância vale mais que capricho isolado nesta faixa.

3. Monte o destaque de como marcar consulta

Seis telas respondendo onde você atende, como marcar, quais formas de atendimento e o que esperar da primeira consulta. É a porta de entrada que hoje não existe.

Presente, mas não escolhido

O seu perfil está de pé. Tem conteúdo, tem frequência razoável e as pessoas que já te conhecem acompanham. O problema é outro: quem ainda não te conhece passa por ali e não sente motivo suficiente para te procurar.

Essa é a faixa mais frustrante, porque dá trabalho e não dá retorno proporcional. E quase sempre a causa não é falta de conteúdo. É falta de rosto e falta de caminho.

Você já venceu a parte difícil, que é manter constância. Falta transformar audiência em agenda.

As três ações prioritárias

1. Coloque o seu rosto no conteúdo

Se o feed é feito de arte e texto, comece agora: um vídeo curto por semana e duas publicações com foto sua por mês. Confiança em saúde passa por reconhecer uma pessoa.

2. Crie caminho de conversão em todo lugar

Chamada final específica nas publicações, um story de contato por semana, botão configurado e destaque atualizado. Sem porta, a audiência não vira paciente.

3. Mostre o trabalho acontecendo

Bastidor da rotina, preparação do atendimento, como você conduz uma primeira consulta. A norma permite expressamente usar a sua imagem e o seu ambiente de trabalho, e esse é o conteúdo que mais gera confiança.

Pronto para escalar

O seu perfil funciona. A estrutura está correta, o conteúdo é consistente, existe caminho para agendamento e as pessoas te procuram. Quem chega entende o que você faz e por que deveria confiar em você.

O risco desta faixa não é fazer errado. É não sustentar. Perfil bom é construído em meses e desmonta em quatro semanas de silêncio, geralmente quando a agenda enche e o conteúdo deixa de ser prioridade.

A partir daqui, o ganho não vem de fazer mais. Vem de alcançar mais gente com o que você já faz bem.

As três ações prioritárias

1. Garanta que a operação não dependa só de você

Produção em bloco, banco de ideias pronto e alguém cuidando do direct. Se o conteúdo para quando a sua semana aperta, ele vai parar, e sempre no pior momento.

2. Comece a investir em alcance pago

Conteúdo orgânico bom alcança quem já te segue. Para chegar a quem nunca ouviu falar de você, na sua cidade, é preciso impulsionar. Comece pequeno, com um objetivo só, que é agendamento.

3. Ocupe o Google também

Perfil da empresa no Google, avaliações e site. Boa parte das pessoas pesquisa a especialidade e a cidade fora do Instagram, e é nessa busca que você ainda não aparece.

STETHO

Me manda a sua pontuação

Mande a sua nota no direct do @stethomarketing, com a sua especialidade e a sua cidade. A gente responde dizendo qual dos itens que você perdeu costuma ser o mais caro para alguém no seu estágio, e o que fazer com ele primeiro.

Não custa nada e não tem pegadinha.

A gente prefere que você resolva sozinha e volte quando fizer sentido.

STETHO

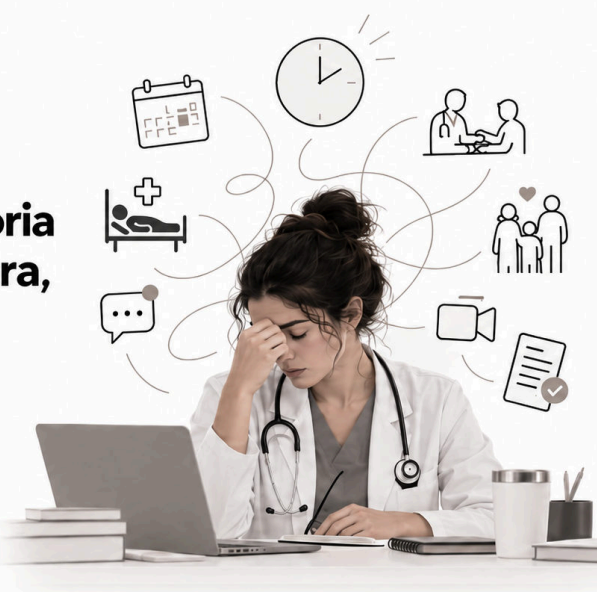


Você acabou de receber o mapa

A parte difícil vem agora, que é percorrer esse caminho toda semana, durante meses, no meio de plantão, atendimento e vida pessoal.

É exatamente aqui que a maioria dos profissionais de saúde para, e não é por falta de vontade. É por falta de tempo.

A sua formação te preparou para cuidar de pessoas, não para escrever legenda, gravar vídeo, entender algoritmo e ainda conferir se aquele conteúdo está dentro das regras do seu conselho de classe.



E enquanto o material fica guardado na pasta de downloads, alguma coisa acontece de forma silenciosa: o paciente que precisava exatamente do que você faz pesquisa a sua especialidade na sua cidade, encontra outro profissional e marca com ele. Não porque aquele profissional seja melhor que você, mas porque foi encontrado primeiro.

Uma agenda parcialmente vazia custa, todo mês, muito mais do que qualquer investimento em posicionamento.

A diferença é que esse custo nunca aparece em planilha nenhuma. Ele simplesmente some.



Existe outro caminho, e ele não passa por você fazer tudo sozinho.

A Stetho é uma agência de marketing exclusiva para profissionais da saúde e clínicas. Médicos, dentistas, nutricionistas, psicólogos, fisioterapeutas e todo profissional que atende gente e precisa ser encontrado por gente. Nenhum restaurante, nenhuma loja, nenhuma academia.



Essa escolha muda tudo na prática



Você não vai precisar explicar o que é um RQE, nem por que aquele texto que a agência genérica escreveu prometia resultado e teria te levado direto para um processo ético. **O nosso time domina as regras de publicidade dos conselhos de classe e blinda você de sanções** enquanto constrói a sua autoridade.

Você também não vai falar com alguém que só conhece a sua rotina de fora. Quem lidera a estratégia da Stetho é a Taisa Leão, estudante de Medicina e estrategista de marketing, que entende por dentro o que significa sair de um plantão e ainda ter que pensar em conteúdo.

E o trabalho não começa publicando. Começa ouvindo você, conhecendo a sua trajetória, os seus valores inegociáveis e o seu objetivo real com a profissão. Assim como na saúde, é o diagnóstico correto que garante o sucesso do tratamento.

O Método de Excelência

1

Posicionamento de autoridade

Seu perfil, sua imagem e a sua narrativa organizados para transmitir valor logo nos primeiros segundos, antes mesmo de alguém rolar o feed.

2

Ocupação mental da sua região

Instagram, Google e tráfego pago trabalhando juntos para que você seja visto repetidamente pelas pessoas certas, na sua cidade, até virar a primeira lembrança quando alguém precisar da sua especialidade.

3

Conversão de confiança

WhatsApp, secretária e atendimento alinhados para transformar atenção em consulta agendada, porque perfil bonito que não gera atendimento é despesa, não investimento.

A maioria das agências entrega publicação. Nós construímos a percepção de que você é a referência da sua região, porque o paciente não escolhe quem publica mais. Escolhe quem ocupa espaço mental primeiro.

O que está incluído no acompanhamento

Desenvolvimento do plano estratégico personalizado,

gestão completa de **Instagram** e **Facebook**, produção de textos, títulos, roteiros, artes, vídeos, carrosséis e publicações, **tráfego pago**, criação e otimização do **Google Meu Negócio**, **site profissional** e treinamento da sua secretária para atendimento digital.

Tudo executado por um time que já sabe como funciona a comunicação na saúde, sem você precisar revisar cada palavra com medo de errar.



E se não funcionar? Você sai quando quiser.

Seis meses é o tempo mínimo para resultados expressivos, mas nós não prendemos ninguém por contrato. Se a entrega não te convencer, você não fica. O nosso objetivo é que você permaneça pela qualidade do trabalho, e não por uma cláusula que te obriga.

Assumimos esse risco porque temos resultado. Uma das nossas clientes saiu de R\$ 5.400 para R\$ 18.050 de faturamento mensal em sete meses, o que representa um crescimento de 234,3%.

**Esse é o resultado individual dela. Cada especialidade e cada cidade têm o seu próprio ritmo, e a gente prefere te dizer isso com honestidade.*

Vamos conversar sobre o seu caso

Manda uma mensagem para o nosso time no WhatsApp contando a sua especialidade e a sua cidade. A gente te responde explicando como o acompanhamento funcionaria especificamente para você, quais canais fazem sentido na sua realidade e qual investimento isso envolve.

Sem enrolação e sem pressão para fechar na hora.



FALAR COM A EQUIPE NO WHATSAPP

Ou chame no direct: @stethomarketing



STETHO

Agência de Marketing para Profissionais da Saúde | @stethomarketing | @taisaleaoo