



# Marketing Médico

ADAPTADO AO PROFISSIONAL DE

## Desenvolvimento HUMANO

Conheça seis regras do Conselho Federal de Medicina e descubra como adaptá-las ao seu cenário para atrair o público com poder aquisitivo MAIOR!

# Seis regras do Conselho Federal de Medicina



1

Regra #1 – Proibido fotos de “antes e depois” de pacientes

Regra #2 – Toda publicação deve ter um responsável

2

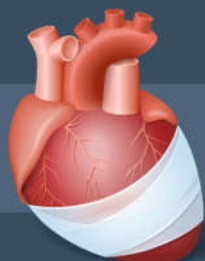


3

Regra #3 – Proibido divulgar preço da consulta

Regra #4 – Proibido sensacionalismo - expressões

4



5

Regra #5 – Proibido garantia de resultados do tratamento

Regra #6 – Proibida a participação em anúncios

6



# Adaptando à sua realidade:

1

## Regra #1 – Proibido fotos de “antes e depois” de pacientes

Obviamente você também não pode expor as dificuldades emocionais que o seu cliente tinha. Mas o que pode, e deve, ser feito, é receber DEPOIMENTOS desses clientes, pois partindo deles, quais dificuldades eles irão compartilhar é 100% escolha deles. Portanto, foque na prova social que você construirá com seus clientes satisfeitos. E a prova social sempre faz rapport com o público-alvo, portanto se você atender vários advogados, atrairá mais advogados, e caso atenda mais donas de casa, atrairá mais donas de casa.

2

## Regra #2 – Toda publicação deve ter um responsável

Todo médico precisa assinar e colocar seu CRM em cada anúncio. Isso gera credibilidade. No seu caso, a intenção é a mesma, gerar credibilidade à você por cada postagem e anúncio que você cria. Ou seja, ficar postando frases de famosos ou genéricas, só faz você parecer que domina pouco o assunto e precisa encher linguiça com conteúdo alheio! Crie conteúdo relevante de forma disciplinada e constante. Pouco e sempre. Não precisa criar 30 stories por dia, nem gravar vídeo-aulas diariamente, mas crie conteúdo SEU!

3

## Regra #3 – Proibido divulgar preço da consulta

Já viu consultório médico fazendo promoção ou anúncio de Black Friday com valores riscados e bolinhas piscando? Nem eu! Não se faz isso apenas porque é “feio”, mas sim porque o cérebro humano não compra serviços por impulso! Gatilhos de escassez e urgência são perfeitos para vender produtos, mas são um “tiro no pé” na hora de vender um serviço Premium como o seu, justamente por demonstrar desespero.

# Adaptando à sua realidade:

4

## Regra #4 – Proibido sensacionalismo ou expressões persuasivas

Médicos não podem usar termos como “o melhor”, “o mais barato”, “o mais eficiente” pois é considerado propaganda enganosa.

No seu caso, o problema aqui é o quanto que o público-alvo está de saco cheio das milhares de promessas similares que o mercado insiste em empurrar.

O que você traz de DIFERENTE é mais importante do que você apresenta de “melhor”, e sua credibilidade se destaca quando você se torna incomparável!

5

## Regra #5 – Proibido garantia de resultados do tratamento

Graças a Deus, coaches e especialistas sérios já aprenderam isso. Ninguém pode garantir cura ou garantia de metas e objetivos alcançados, nem determinar prazo para que alcance.

Agora, além de proibir a garantia de resultados, você também deveria evitar gerar falsas expectativas. Daí vem uma regra minha: Deixe claro o que você entrega, e mais claro ainda o que você NÃO entrega em seu programa!

6

## Regra #6 – Proibida a participação em anúncios

Os médicos são proibidos de fazer propaganda própria, tendo permissão apenas para falar de produtos, métodos ou técnicas.

Isso garante que a jornada do herói não seja usada como forma apelativa, ou garantia de resultado. Você já tinha feito essa correlação?

Quando eu digo “venci X desafio” eu estou dando a entender que meu método também fará você vencer, e isso também é propaganda enganosa!

Então pense com muita calma sobre marketing pessoal X xaveco de marketeiro! :)

*A função dessas seis regras não é apenas para atrair mais clientes. Mas sim, atrair um público-alvo de poder aquisitivo MAIOR, para você poder cobrar o preço que você considera justo pelo investimento de tempo e dinheiro na sua formação.*

**Cuide da sua identidade visual, do seu ambiente de trabalho, da qualidade da imagem e som dos seus vídeos, da sua aparência, seu vocabulário...**

**Atrair o público-alvo certo é uma questão de espelhamento, não apenas nicho e target!**

*...e não esqueça:*

*O mercado já sabe distinguir aquele que apresenta ser bem sucedido daquele que força uma situação de status e tenta vender o que não é.*

***Não confunda elegante com milionário!***



[www.demitrios.com.br](http://www.demitrios.com.br)



**Demitrios de Souza**  
HIGH TICKET SALES