




# GUIA DE CAPTAÇÃO DE PACIENTES

# Sumario

- Introdução
- O que é captação de pacientes qualificados?
- Perfil do paciente ideal
- Posicionamento estratégico da clínica
- Como usar o Google Meu Negócio a seu favor
- Redes sociais que geram resultado
- Anúncios online que convertem
- Estratégias de indicação e parcerias
- Nutrição de relacionamento (WhatsApp, e-mail, CRM)
- A jornada do paciente: da atração à fidelização
- Indicadores e métricas essenciais
- Checklist prático
- Conclusão e próximos passos

# Introdução

A concorrência entre clínicas e consultórios está cada vez maior. Estar presente no digital já não é mais uma opção, é uma necessidade. Este guia foi criado para ajudar você a se destacar, atrair os pacientes certos e aumentar sua agenda de forma sustentável e ética.





## O que é captação de pacientes qualificados?

Mais do que atrair visitas, trata-se de gerar interesse real nos serviços da sua clínica. Pacientes qualificados são aqueles que têm o perfil ideal, necessidade real, poder de decisão e estão prontos para agendar.



# Perfil do paciente ideal

Definir seu paciente ideal é o primeiro passo.  
Considere:

- Idade, gênero, renda e localização
- Queixas e dores comuns
- Objetivos com o tratamento
- Canais que ele mais usa (Google, Instagram, WhatsApp)

# Posicionamento estratégico da clínica

Sua marca deve comunicar autoridade, empatia e segurança. Isso inclui:

- Um nome forte e memorável
- Identidade visual coerente
- Valores claros
- Linguagem acessível
- Site profissional com SEO básico



# Como usar o Google Meu Negócio a seu favor

Aparecer nas buscas locais é decisivo. Mantenha:

- Perfil atualizado com fotos e horários
- Descrição clara e objetiva
- Categoria correta
- Avaliações positivas e respondidas
- Postagens semanais



# Redes sociais que geram resultado

Use Instagram e Facebook para:

- Gerar confiança (mostre bastidores, equipe, resultados)
- 
- Educar (reels, carrosséis, lives)
- 
- Engajar (caixas de perguntas, enquetes, depoimentos)
- 

Direcionar para agendamento (link na bio, botões, CTAs)





# Anúncios online que convertem

Invista em Google Ads e Meta Ads com:

- Segmentação geográfica e por interesse
- Páginas de destino (landing pages) otimizadas
- Testes A/B de criativos
- Rastreamento de conversões

# Nutrição de relacionamento

Não abandone o paciente após o primeiro contato:

- Responda rápido no WhatsApp
- Use listas de transmissão com dicas e lembretes
- Envie e-mails com informações úteis e ofertas
- Crie um funil de relacionamento com um CRM



# A jornada do paciente

Mapeie as etapas:

- Descoberta: redes sociais e Google
- Interesse: conteúdo, reviews, site
- Ação: agendamento simples
- Atendimento: humanizado e resolutivo
- Fidelização: pós-consulta, pesquisa de satisfação, retornos

# Indicadores e métricas essenciais

Acompanhe:

- Custo por paciente agendado
- Taxa de comparecimento
- Taxa de indicações
- ROI por campanha
- Crescimento mensal da agenda



## Checklist prático

Use essa lista para  
verificar se sua clínica  
está aplicando  
corretamente as  
estratégias de  
captação de  
pacientes:

- Tenho clareza sobre o perfil do meu paciente ideal
- Minha clínica tem um posicionamento claro e profissional
- O perfil do Google Meu Negócio está completo, atualizado e otimizado
- Estou presente nas redes sociais com conteúdos consistentes e estratégicos
- Faço anúncios online com segmentação inteligente e páginas de destino otimizadas
- Possuo parcerias locais e incentivo indicações de pacientes satisfeitos
- Utilizo WhatsApp e e-mail para manter contato com pacientes e leads
- Mapeia a jornada do paciente e oferece uma boa
- experiência do início ao fim
- Acompanho métricas de desempenho e ajusto minhas estratégias com base nelas
- Tenho um calendário de marketing e ações programadas para os próximos 3 meses



# **PUMPUP** DIGITAL

O marketing pra sua clinica