

Checklist



Marketing Digital para Médicos e Clínicas

Checklist da sua presença online

Sumário

Site	Pág. 03
Search	Pág. 05
Social	Pág. 07
Análise	Pág. 09

SITE

1

O site da sua clínica ou consultório é o seu cartão de visitas e o seu primeiro contato com os potenciais pacientes online. Seu site deve estar preparado para atrair potenciais pacientes ao mesmo tempo em que uma excelente experiência de navegação é oferecida a todos que o visitarem – seja via computador desktop, smartphones ou tablets.

Confira nesse checklist se o site da sua clínica ou consultório está preparado para seus objetivos na Web.

1. O site da sua clínica se ajusta aos dispositivos móveis (smartphones, tablets)?
Os smartphones já são o dispositivo nº1 no acesso à internet no Brasil!
Você pode verificar se o seu site é responsivo através [deste link](#).
2. O site da sua clínica possui métodos de atração de pacientes interessados, como formulários, calls-to-action e landing pages?
3. Seu site possui um design clean e com cores apropriadas para a área médica?
As cores suaves, como verde e azul claros, são as mais indicadas.
4. O seu website demora menos que 3 segundos para carregar?
Sites que demoram mais que 3 segundos podem levar a uma taxa de abandono de até 40%!
Utilize o [Google PageSpeed Insights](#) para descobrir o tempo de carregamento do seu site.

CHECK

5. O site da sua clínica possui URL`s amigáveis contendo a palavra-chave de cada página?
Exemplo de URL **não** amigável: www.suaclinica.com.br/?p392-df2.asp
Exemplo de URL amigável: www.suaclinica.com.br/corpo-clinico
6. O site da sua clínica possui links de compartilhamento do seu conteúdo em suas mídias sociais?
7. Os visitantes podem encontrar seus dados de contato com no máximo 1 clique?
8. Os visitantes do seu site podem encontrar qualquer informação com no máximo 3 cliques?
9. Sua clínica tem um sistema de rastreamento de visitantes, que lhe permite identificar como um visitante chegou ao seu site?
Ex: [Google Analytics](#).
10. O conteúdo de seu site possui uma linguagem adequada, não muito técnica, apropriada para seus pacientes?
Pense no que o seu paciente estará procurando e use o seu site para lhe dar as respostas usando a mesma linguagem que eles usam.

BUSCA

2

Sem dúvidas o site da sua clínica deve se adaptar a diversos dispositivos, ter um design atraente e uma navegação intuitiva. Porém, os seus pacientes precisam encontrá-lo na internet. Quanto mais visitas do seu público-alvo, maiores serão suas oportunidades de conseguir novos pacientes! Veja o que sua clínica ou consultório precisa para atrair mais visitas ao seu site.

1. Todas as páginas do seu website contêm um título?

O Google usa a tag <title> para exibir suas páginas em resultados de pesquisa. Assegure-se que as páginas de seu site contenham um título entre as tags <title> e </title> do cabeçalho.

2. Sua clínica está cadastrada no Google Meu Negócio para buscas locais?

Ao se cadastrar para buscas locais, seu site terá um melhor posicionamento para buscas feitas por usuários de sua região.

3. Sua clínica tem um blog com informações e conteúdos relevantes para seus pacientes, atualizado pelo menos uma vez por semana?

Ter um blog é a melhor forma para atrair visitantes para o seu site. Imagine se a cada pesquisa relacionada à sua especialidade o paciente encontrasse a resposta diretamente em seu blog. Isto transmite credibilidade e passa confiança!

4. Sua clínica pesquisa informações como volume de pesquisa de termos e palavras-chave antes de escrever um conteúdo?

Existem diversas ferramentas para análise de palavra-chave. Exemplos : Google Keyword Planner, Übbersuggest.

CHECK

5. A sua clínica desenvolve materiais educacionais gratuitos, como e-books, guias e artigos, infográficos, vídeos, etc?
6. Sua clínica utiliza ferramentas de análise de concorrentes na internet?
Ferramentas de análise permitem descobrir quais são as palavras-chave que geram mais tráfego para os sites dos seus concorrentes. Exemplo: SemRush.
7. Sua clínica investe em anúncios em redes de pesquisa, como o Google Adwords?
8. Todas as URLs do seu site incluem palavras-chaves e são curtas o suficiente?
URLs que contêm suas palavras-chave ajudam no posicionamento do seu site. Opte por mantê-las abaixo de 60 caracteres.
9. O site da sua clínica está completamente livre de erros ortográficos e gramaticais?
Erros gramaticais e ortográficos causam uma má impressão ao visitante e prejudicam o posicionamento do seu site nas primeiras páginas do Google.
10. Ao pesquisar pelos serviços da sua clínica no Google, ela aparece nos resultados da 1ª página?
Os 3 primeiros resultados orgânicos da busca recebem 65% dos cliques e apenas 3% procuram além da 1ª página.



SOCIAL

3

Mais do que em outros setores de atividade, na medicina as recomendações e avaliações têm uma importância enorme nos critérios de escolha do médico pelo paciente. Ao fazer o uso correto das redes sociais, você pode construir sua credibilidade, receber avaliações positivas, atrair potenciais pacientes e compartilhar um conteúdo de valor para o seu público. Sua clínica ou consultório está pronta para vencer nas mídias sociais?

1. A sua clínica possui uma página atualizada e pelo menos 2 publicações/semana no Facebook?

2. Sua clínica interage com questões e comentários de usuários em suas mídias sociais?

Esta é sua chance de se destacar! Saiba o que as pessoas estão falando sobre você e dê respostas personalizadas às suas dúvidas, comentários e avaliações.

3. A sua clínica possui um sistema de monitoramento de menções em mídias sociais?

4. O conteúdo de sua página e perfis sociais é atrativo e gera engajamento com os fãs?

Através de um conteúdo atrativo, os potenciais pacientes poderão curtir-lo, comentá-lo, fazer avaliações e compartilhá-lo com seus amigos.

5. A sua clínica possui um perfil atualizado e com pelo menos 2 publicações semanais no Twitter?

O twitter é uma excelente plataforma para colaborar com seu conhecimento. Utilize hashtags relacionadas à sua especialidade ao compartilhar conteúdo de valor e se engajar com dúvidas que potenciais pacientes enfrentam.

CHECK

6. Sua clínica tem um canal atualizado no YouTube?
Crie um canal com dicas de saúde, entrevistas, e responda às dúvidas comuns que pacientes enfrentam. Um canal no Youtube é uma excelente forma de manter uma relação mais próxima com potenciais pacientes, além de possibilitar uma melhor otimização do site de sua clínica nas buscas orgânicas no Google.
7. A sua clínica possui um perfil atualizado e com pelo menos 4 publicações/semana no Instagram?
Assegure-se de postar dicas de saúde com fotos que remetam ao bem-estar e felicidade.
8. Você, médico, possui um perfil atualizado e ativo no LinkedIn e com pelo menos uma publicação por semana?
Você também pode usar o LinkedIn para participar e se envolver em grupos de discussão relacionados à sua área, além de construir um networking de qualidade para receber possíveis indicações de outros profissionais.
9. Sua clínica faz uso de publicidade paga em mídias sociais, como Facebook Ads?
Você pode tanto impulsionar suas publicações como desenvolver anúncios. E o melhor: você tem diversas opções para segmentar o público dos seus anúncios e publicações patrocinadas.
10. Sua clínica faz uso de ferramentas que permitem o agendamento de posts?
Exemplos: Hootsuite, HubSpot.

ANÁLISE

4

Uma característica importante do marketing digital é a possibilidade de se mensurar, através de ferramentas web analytics, os resultados obtidos para cada uma das ações desenvolvidas e, dessa forma, poder alavancar ainda mais os resultados ao fortalecer as ações com bom retorno do investimento feito (ROI).

1. Sua clínica tem indicadores de desempenho claros para as ações online?
Indicadores podem ser o número de ligações recebidas, o número de formulários de contato preenchidos, o número de pacientes conquistados, etc.
2. Sua clínica monitora os indicadores de desempenho com o uso de plataformas de análise?
Exemplo: Google Analytics.
3. Sua clínica sabe mensurar o custo por aquisição de um novo paciente?
4. Sua clínica sabe mensurar o ROI (Retorno do Investimento) de suas ações online?
5. Sua clínica sabe claramente quais os canais online mais efetivos para o atingimento de seus objetivos?

CHECK

6. Sua clínica monitora seu ranking nos mecanismos de busca para as palavras-chave que gostaria de ser encontrada?
7. Sua clínica sabe o tempo médio que os visitantes permanecem em seu site?
8. Sua clínica sabe quais os horários do dia que suas publicações nas mídias sociais geram maior alcance e engajamento?
9. Sua clínica sabe acompanhar como está sua credibilidade e reputação online?
10. Sua clínica realiza análises das mídias sociais de seus principais concorrentes, como a frequência e conteúdos que publicam?



Conclusão

Ao longo deste checklist você viu **40 questões** que definitivamente podem levar sua clínica ou consultório a um nível de desempenho na Internet nunca antes experimentado!

Ao fortalecer sua presença e construir sua **credibilidade online**, você conquistará novos pacientes e aumentará suas oportunidades de realização de novas consultas, tratamentos e procedimentos.

Contate nossos consultores

A WSI é líder mundial em Marketing Digital, especializada na geração de oportunidades de negócios para empresas de diversos segmentos.

Com certeza podemos ajudar sua clínica ou consultório a conquistar cada vez melhores resultados!



www.wsimarketingdigital.com.br

info@wsimarketingdigital.com.br

Av. Cipriano del Fávoro, 959 - SL3

Uberlândia/ MG

(34) 3223-4411

