



ODONTO & MKT

UMA VISÃO PROFUNDA
SOBRE O QUE ESTÁ
ACONTECENDO



Bônus: Acompanha 4 pesquisas oficiais do Google Trends e um plano de marketing com 8 etapas para você ter mais Pacientes Qualificados!

EBOOK POR RICK FERNANDES

INÍCIO

QUEM SOU EU?



Eu sou Rick Fernandes, **formado em Marketing e especialista em Marketing para Odontologia desde 2016**. Já gerenciei mais de R\$ 1.5 milhões de reais em mídia paga para negócios próprios e clientes da minha Agência, por isso, **sabemos como funciona o mercado e como gerar marketing de valor para o paciente comparecer ao seu consultório**.

Diariamente eu gerencio 3 negócios: a Agência Carambola, o Software PowerOffice e a escola MktPass.

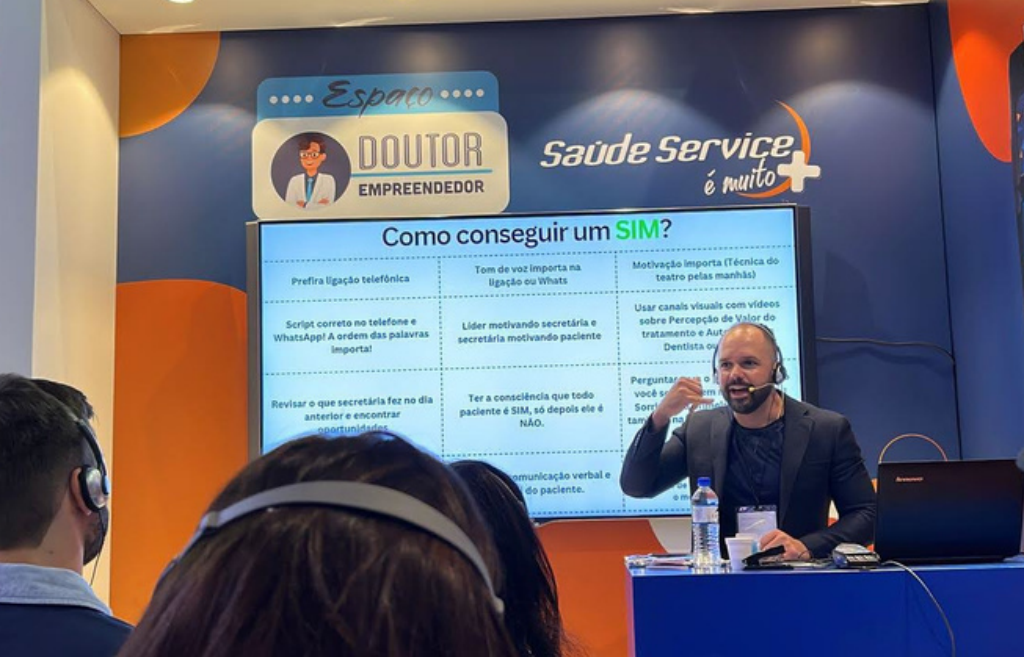
Sou fundador da **Agência Carambola**, uma agência de marketing especializada para a Odontologia que produz anúncios de tráfego pago para clínicas e consultórios. Em nossa agência, também oferecemos treinamentos de vendas para secretárias, consultorias e mentorias.

Sou **CEO do PowerOffice**, um software especial para administrar Agenda e Documentos de Dentistas que faturam de R\$ 2 mil a R\$ 50 mil reais.

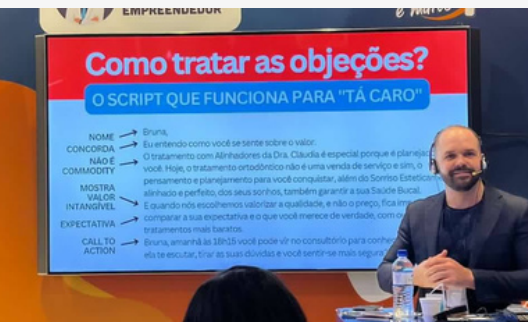
Esse Ebook que você está recebendo pertence ao **Método Paciente Qualificado**, parte integrante da **Escola MktPass**, minha escola de comunicação para profissionais liberais.



Também sou professor e palestrante sobre marketing digital, tráfego pago e gestão da produtividade com foco em felicidade. **A minha maior missão de vida é transformar vidas de profissionais liberais:** Dentistas, Médicos, Arquitetos e outras profissões para conquistarmos maior resultado financeiro, tempo livre e alto astral na rotina entre vida e trabalho!



Sempre estou em eventos da Odontologia, como essas fotos no **CIOSP**, dentro do stand da **Saúde Service**, a maior máquina de cartão para a Odontologia. O tema dessa palestra era **Como Conseguir um Sim com pacientes**.



ODONTOLOGIA E MARKETING: UMA VISÃO PROFUNDA SOBRE O QUE ESTÁ ACONTECENDO

Rick Fernandes

Versão 2.2 - 24 de setembro de 2023, 17h21



Você pode não concordar com todas as ideias deste Ebook, mas considere pensar sobre elas porque quem define o mercado é o público-alvo e não, o que achamos ou o que queremos!

Neste Ebook vamos falar sobre a **valorização da profissão da Odontologia** e a **relação com o marketing**.



O PACIENTE NÃO É MAIS O MESMO

Os leads (*pacientes interessados*) da odontologia não são mais os mesmos de 2016 a 2022 quando eu "explodi" no marketing desse assunto e gerei milhares de leads porque **o clique era R\$ 1 real e o paciente já chegava vendido porque era um oceano azul.**



Tudo o que eu ensinei e pratiquei de marketing foi criado entre os anos de **2016 a 2022**, mas o mercado mudou trazendo mais *stakeholders*: anunciantes, fornecedores, marcas de alinhadores nacionais e internacionais, concorrentes diretos (outras clínicas), concorrentes indiretos (outras empresas anunciando X produtos e serviços) e diversos players em geral.

Além de contarmos com milhares de novos anunciantes, algo muito previsível aconteceu: **o cliente está mais consciente.**

2

O PACIENTE SÓ QUER SABER DE PREÇO

Ter o lead (*paciente interessado*) mais consciente não significa que ele está consciente de que ele PRECISA tratar com especialista e sim, consciente que existe alinhador e de que pode custar de R\$ 1.500,00 de entrada a R\$ 10.000,00 de entrada e contar com parcelas de R\$ 120,00 até R\$ 600,00.

Ou seja, o cliente está mais consciente SOBRE O PRODUTO, não sobre o serviço.



As franquias vendem tratamentos com entradas de R\$ 1.000 reais e mensais baixas, os Doctors fizeram qualquer negócio para bater metas e o mercado regulou o valor médio do tratamento focando no aparelho, não no Ortodontista.

Fazer cara feia para isso não irá adiantar porque eu não estou falando mal de alguém ou método de trabalho. O que eu estou falando é sobre **MAIORIA** e **COMPORTAMENTO** de mercado.

2

QUEM DEFINE O MERCADO NÃO É O MERCADO E SIM, O PÚBLICO-ALVO.

Então vamos olhar como o público-alvo (paciente da Odontologia) está reagindo ao mercado:

Buscar por "Alinhador" no Google:



(Buscas por "Alinhador" cresceram 30x - Fonte: Google Trends)

Buscar por "Alinhador Transparente" no Google:



(Buscas por "Alinhador transparente" cresceram 60x - Fonte: Google Trends)

2

O MERCADO ESTÁ EM CRESCENTE METEÓRICA DESDE 2016

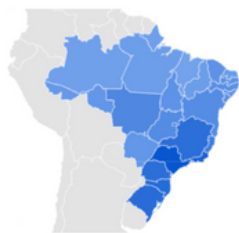
Buscar por "Invisalign" no Google:



(Buscas por "Invisalign" cresceram 70x - Fonte: Google Trends)

Buscas por região no Brasil:

Interesse por sub-região ?



Sub-região

1	São Paulo	100
2	Rio de Janeiro	90
3	Santa Catarina	82
4	Rio Grande do Sul	81
5	Paraná	79

Mostrando 1 a 5 de 26 sub-regiões

(Regiões onde há mais busca por estes termos - Fonte: Google Trends)

Essas buscas representam a maioria e por serem a maioria, REGULAM E DEFINEM o mercado!

pacientequalificado.com.br

2

OK, MAS COMO ENTENDER E RESOLVER ISSO SOBRE O PÚBLICO-ALVO?

MESMO QUE o anunciante QUEIRA MUITO usar técnica de diferenciação entregando muita experiência e qualidade focando na valorização do currículo, atendendo somente com consulta paga e com método, o resultado não será mais o mesmo de antes, que o cliente chegava vendido, atendia telefone, dizia "Sim Doutor, aqui está o meu cartão".

Com o aumento exponencial das buscas por alinhadores, também cresceram **as buscas relacionadas pelo "PREÇO"**, veja:

Pesquisas relacionadas ⓘ

Em ascensão ▾

↓ <> ↗

1	aparelho invisalign preço	Aumento repentino	⋮
2	invisalign aparelho	Aumento repentino	⋮
3	aparelho	Aumento repentino	⋮
4	aparelho preço	Aumento repentino	⋮
5	preço do invisalign	Aumento repentino	⋮

(Fonte: Google Trends)

60% das buscas por alinhadores incluem o termo "preço"!

2

TODO MUNDO QUER SABER DE PREÇO QUANDO SE TRATA DE ALINHADORES

invisalign preço
Termo de pesquisa

+ Comparar

Brasil

23/08/2016 – 23/09/2021

Todas as categorias

Pesquisa na Web

Interesse ao longo do tempo



Nas pesquisas realizadas com a ferramenta Google Trends e volume de buscas no Google Ads, podemos observar que há mais buscas sobre "Invisalign Preço" do que apenas por "Invisalign".

Mas atenção, Invisalign está sendo usado como marca modelo, mas o comportamento se replica para qualquer outra marca de alinhador porque **é natural que os clientes queiram saber o preço de algo antes de ter mais informações ou comprá-lo.**

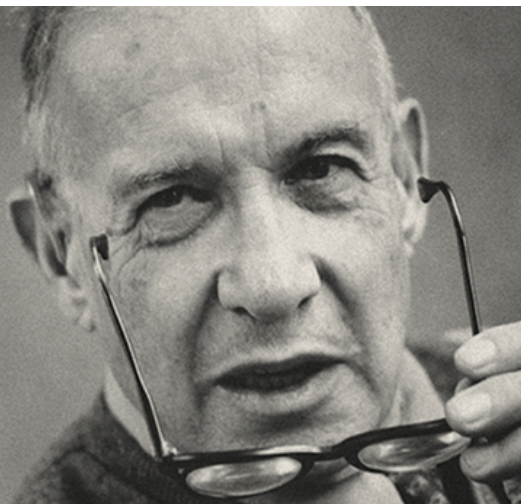


3

A MELHOR MANEIRA DE PREVER O FUTURO É CRIÁ-LO

Peter Drucker é tido como o pai da administração por provocar pensamentos de **olhar padrões e criar soluções** e com os dados apresentados, podemos observar novas possibilidades para o futuro no marketing:

- 1- Se 60% dos clientes querem saber de preço, por que não informá-los?
- 2- Se as buscas por um produto ou serviço cresceram de 30 a 70 vezes, é natural que o preço de mídia aumente, afinal, mídia online é feita de leilão e quanto mais anunciantes, maior o valor da mídia.
- 3- Se o mercado regulou o valor médio abaixo do seu padrão de oferta, é natural que vender o produto ou serviço se torne mais desafiador.



3

A MELHOR MANEIRA DE PREVER O FUTURO É CRIÁ-LO

4 - Se nós abrimos diversas abas e fazemos pesquisas de preços para contratar marketing, arquitetura, pintura residencial, reforma comercial, compra de pisos, compra de televisão da internet e escolhemos comprar por COMODIDADES como preço, localização, frete e GATILHOS EMOCIONAIS como atendimento e atenção, porque isso não vai acontecer na Odontologia?

5 - Com tantos Youtubers Dentistas ganhando clientes através do gatilho "As pessoas compram de quem educa", como você está educando o seu paciente para ele comprar de você?

6 - Se as pessoas pagam R\$ 150,00 em 3 frascos de 5ml dos óleos doTerra, porque não pagam a sua consulta de R\$ 150,00? Marketing, Vendas, Persuasão e Percepção de valor são as respostas. O seu concorrente não é a Odontologia e sim, o mercado todo!

7 - Se iPhone quando lança, já está *soldout* e custa o valor de um tratamento completo, por que as pessoas preferem celular novo e não um sorriso novo? Marketing, Vendas, Persuasão e Percepção de valor são as respostas. O seu concorrente não é a Odontologia e sim, o mundo todo!

3

A MELHOR MANEIRA DE PREVER O FUTURO É CRIÁ-LO

O paciente nunca tropeça e cai por acidente no seu WhatsApp: o paciente sempre começa com um "Sim, eu quero".

Se ele diz não após escutar ou ver algo que você enviou, como resolver?



8 - É melhor ter 1 cliente pagando R\$ 15 mil em um tratamento ou 3 clientes pagando R\$ 5 mil? 3 pacientes são 3 chances de indicação, 3 chances de up-sell, 3 chances de cross-sell.

9 - Quando o cliente chega até você, ele chega com um "SIM, QUERO". Se ele muda de ideia, a culpa é do seu marketing, do mercado, do público-alvo, da concorrência direta, da concorrência indireta, do script da persuasão, da secretária, da janela de conversão ou do mercúrio retrógrado?

4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA

Aqui estão 8 estratégias de marketing para você aplicar e ter resultados com a captação de pacientes qualificados que irão aumentar as suas Vendas e Resultados:



1: Arrume a sua casa

Imagine um Shopping com um corredor feito de 100 clínicas sequenciais oferecendo a mesma coisa que você oferece: **A sua fachada, recepção, vitrine e atendentes se diferenciam como?**



2: Surfe a onda da consulta gratuita

Se a maioria do mercado oferece consulta gratuita e 60% do público-alvo está sendo impactado por isso, **por que não definir um dia ou período específico para consulta gratuita** e ter melhor aproveitamento de mercado?

4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA



3: Envie emails

Os e-mails são abertos por 10% a 20% das pessoas, independente do tipo de público-alvo ou mercado. Se você deseja se reconectar com pacientes e ganhar "**dinheiro na mesa**" com repescagem de pacientes, considere enviar 02 a 04 emails por mês, todos os meses, para sempre.



4: Faça Campanha de Google Ads

- Invista ao menos R\$ 42,00 diários para alcançar pessoas que buscam por **Alinhadores e termos relacionados**.
- Lembre-se que o clique médio era R\$ 1 a R\$ 3 lá por 2016. Se você não começar hoje, será mais caro no futuro porque nenhum tipo de leilão baixa valor e sim, o valor só aumenta.
- Você só irá pagar quando o cliente clicar, ou seja, é mais assertivo.
- O lead de Google Ads **tende a ter maior qualificação porque ele buscou pelo o que precisa**, porém, em volume menor.

4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA



5: Faça Campanha de Meta Ads

- Invista ao menos R\$ 26 diários para alcançar pessoas com interesses relacionados.
- A mídia do Meta Ads deve ser paga por impressão do anúncio, por isso, você precisa **seguir a técnica do Gancho, Conteúdo e CTA** em todos os vídeos patrocinados porque nas redes sociais, **a guerra é pela atenção e você só tem 3 a 5 segundos para conquistar a atenção de alguém.**
- O lead de Meta Ads tende a **ter menor qualificação** porque ele estava curtindo a rede social e o anúncio não era esperado, porém, **em maior volume.**



Faça anúncios no Google e também no Meta Ads porque você pode alcançar o a paciente em momentos diferentes e saiba que **o resultado por vir dentro de uma janela entre 7 e 90 dias.**

4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA

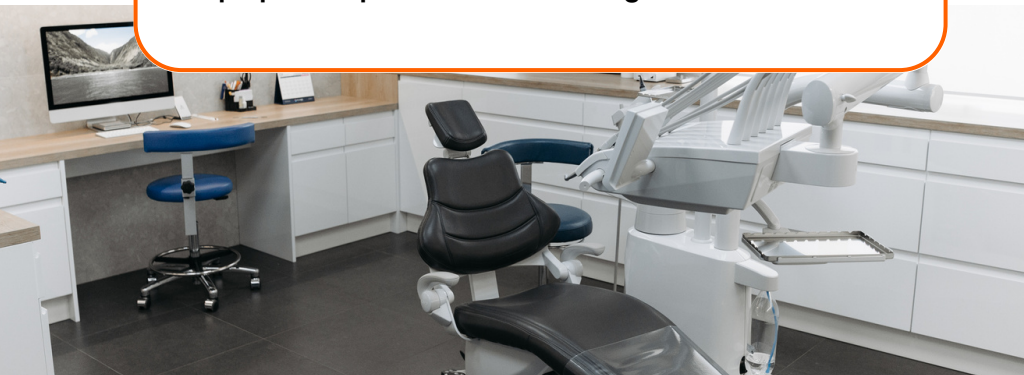


6: Monte o seu Kit de Gatilhos

Considerando que o lead (paciente interessado) que entrou em contato com você, também entrou em contato com X clínicas, esteja pronto para oferecer atendimento, experiência e comodidade acima da média:

1. Atendimento imediato (até 20 minutos, mesmo em finais de semana e períodos noturnos) para sair na frente dos concorrentes;
2. Não utilize chatbot para não perder conexão e empatia com os clientes;
3. Envie um vídeo de boas vindas;
4. Envie um vídeo de lembrete de consulta;
5. Envie a localização e ensine-o sobre como chegar ao lugar, não dê nenhum trabalho para o paciente.

Lembre-se que atendimento com muita atenção, qualidade e educação são commodities: por isso, prepare-se para dar um Show de gatilhos!



4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA



7: Entenda o Instagram como uma vitrine

- Os seus 15 últimos posts definem quem você é e como será a experiência com você e no seu consultório.
- **Tenha 3 posts pinados:**
 - (1) Quem é você?
 - (2) Sua clínica e tratamentos oferecidos.
 - (3) Por que alguém deveria te contratar?
 - Mostre prova social ou gatilhos de autoridade com prova social (depoimentos de pacientes falando bem de você publicamente).
- Saiba que **o Feed é a sua vitrine** e você deve impressionar pela qualificação técnica e humana demonstrando particularidades da sua marca, da sua imagem e diferenciais do seu atendimento.
- **Faça stories diários mixando vida pessoal e profissional** e não se esqueça de Reels usando a técnica "As pessoas compram de quem educa" com o método "Gancho, Conteúdo e CTA".

Instagram



8: Faça um planejamento Business

De acordo com todos os aprendizados deste Ebook, e também considerando a sua nova consciência sobre público-alvo e mercado da Odontologia, é hora de colocar mão na massa no seu planejamento Business:

- 8.1 **Treine a sua secretária e você mesmo** para serem especialistas em vendas e obcecados por conversão, sempre sorrindo e atentos a qualquer sinal com o cliente (é como estender um grande tapete vermelho para ele).
- 8.2 **Busque 30% a 50% de conversão em cada etapa** ou 2 a 7% de conversão em todo o processo:
 - 1. Lead captados - 100;
 - 2. Leads agendados - 30/50;
 - 3. Leads comparecidos - 9/15;
 - 4. Leads fechados - 2/7.
- 8.3 **Faça a apresentação do tratamento no método 5 estrelas** utilizando slides, fotografia dos pacientes, antes e depois e impressione com aromaterapia e detalhes de experiência como se fosse uma peça teatral, afinal, as lojas da CVC, Reserva, Nespresso, etc estão muito poderosas. *Você terá vergonha de atuar como um ator ou atriz até quando?*

4

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA

- 8.4 **Foque no resultado bruto da operação:** tenha uma planilha financeira contabilizando o resultado bruto do seu marketing, indicando qual foi o investimento e os leads captados.
 - Nesta planilha, analise o resultado da clínica como um todo porque o paciente que clicou no seu Google ou viu seu Instagram hoje pode não ter convertido por enquanto. *(Por enquanto!)*.



- Considere que **daqui algumas semanas este paciente poderá entrar em contato (se você deu o seu show)** e então, e **esse lead não será medido pelo marketing**, afinal, o tracking de conversão só valeria para a primeira jornada de clique, visita e conversão mas se o cliente não faz isso no mesmo dia, a conversão não é medida.
- Agora pensa comigo: **se nós mesmos agimos assim ao contratar serviços e produtos em geral, por que com o seu cliente seria diferente?**

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA

- **8.5 Além de Dentista, seja especialista em vendas:**

Note que 100 leads podem custar entre R\$ 2.000,00 até R\$ 5.000,00 dependendo da cidade, região e consciência do público-alvo, por isso, se você fechar 2 tratamentos de R\$ 8.000,00 o seu saldo será: R\$ 2 mil investidos e R\$ 16 mil faturados. Por isso, para melhorar o ROI do seu marketing, você precisa:

 - **Fazer pós vendas com técnica de up-sell**
 - Venda outros procedimentos e tratamentos quem já fechou ou está em tratamento: finalização estética, clareamento e outros.
 - **Faça cross-sell**
 - Venda clareamento, profilaxia e outros procedimentos para aumentar a margem de lucro com a Odontologia.
 - **Peça indicação**
 - Diga para cada cliente satisfeito indicar mais 5 e "zere" o custo do lead.
- **8.6 Ofereça mais!** Todos os pacientes antigos, de qualquer procedimento ou tratamento, podem comprar de novo. Por isso, faça ação de repescagem de pacientes! **Quem não oferece, não vende.**

SOLUÇÕES DE MARKETING PARA A ODONTOLOGIA

- 8.7 **Saiba que o marketing é um risco calculado:**
Considere que você possa ter resultados negativos no início porque seus clientes estarão em período de janela de conversão, ou seja, após a interação com o seu marketing, eles estão se decidindo pelo tratamento com você e os primeiros resultados podem levar de **7 dias até 90 dias para serem percebidos.**
 - Considerando o risco calculado do investimento em mídia, é mais fácil você ter resultados com marketing conforme preconizamos do que contratar televisão, rádio ou reformar a sua clínica.
- 8.8 **Você tem uma empresa, não um consultório:**
Seja obcecado por estudos de gestão e marketing! Acostume-se com leituras de Peter Drucker, Philip Kotler, Verne Harnish ou, se desejar economizar tempo com leituras, assista minhas aulas do meu curso para ter o resumo de tudo isso e ter mais resultados neste primeiro trimestre.

Segundo Neil Patel e pesquisas do SEBRAE, o marketing pode levar de 3 a 5 meses para gerar resultado percebido. Por isso, mire em uma direção e aplique tudo ao mesmo tempo, **afinal, o tempo irá passar, você fazendo o que deve ser feito ou não.** E é melhor que você passe esse tempo com o paciente a seu favor e não, a favor de outro dentista ou atrás de um iPhone novo ou parcela da CVC.

QUER APRENDER MAIS?

*Conheça as oportunidades do
método Paciente Qualificado!*



- Cursos Online e Presenciais
- Mentorias e Consultorias
- Ideal para clínicas, consultórios e Dentistas que faturam de R\$ 2 mil a R\$ 100 mil reais



[CLIQUE AQUI](#)