



Orientações e boas práticas em redes sociais





OBJETIVO

Este é um guia de orientações gerais para a sua presença digital. Ele poderá servir de base para o planejamento/execução da sua estratégia online, mas lembre-se sempre:

O sucesso das suas ações será resultado, principalmente, da sua organização, criatividade e disciplina.



VOCÊ E AS REDES SOCIAIS

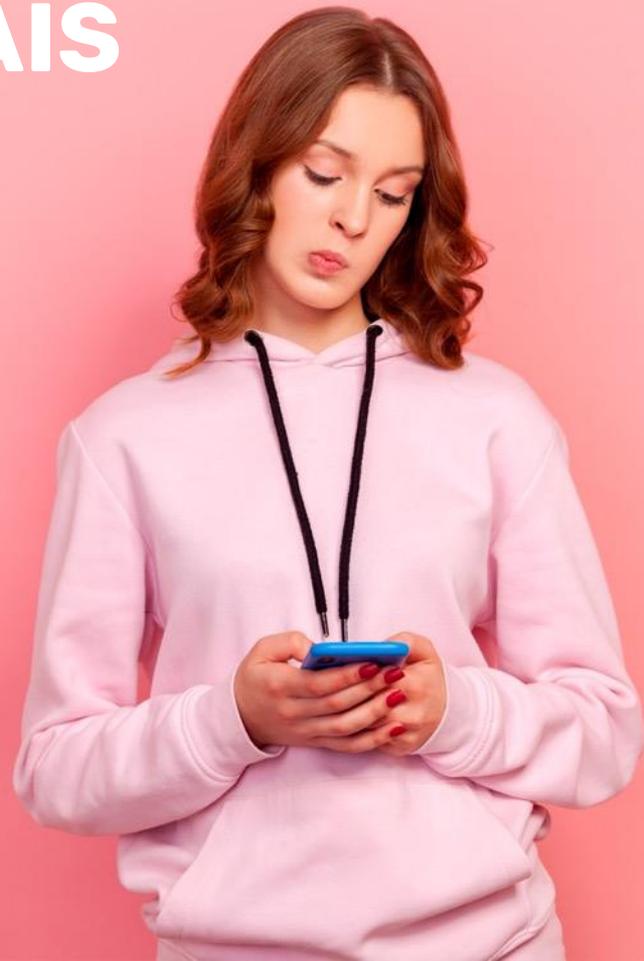
Para atingir melhor performance nos canais digitais, antes de começar a produzir conteúdos para todas as redes (Instagram, Facebook, YouTube, etc), se faça algumas perguntas como:

Quantos e que tipo de posts você consegue produzir com qualidade?

Com qual público você quer falar e em qual rede ele se encontra?

Em quais redes você se sente mais à vontade para interagir?

Quanto tempo você pode dedicar à interação com pacientes e público em geral em redes sociais?





MELHORES PRÁTICAS

Também é muito comum se preocupar com os melhores horários de postagens e que tipo de conteúdo vai gerar mais engajamento. Infelizmente, não há uma fórmula mágica para isso, pois cada rede e público é único.

Porém, algumas práticas podem ajudar no destaque dos seus perfis:



Poste sem exagero

Manter uma frequência de postagens faz com que seu perfil não desapareça em meio ao mar de conteúdo da internet. Tente postar de 1 a 3 vezes por semana para conteúdos curtos.



Manter a regularidade nas postagens

É importante para que o seu perfil não desapareça, **mas é importante tomar cuidado com o overposting** (quantidade exagerada), que pode causar o efeito inverso e cansar seu público.



Lembre sempre aos pacientes:

que o conteúdo das redes sociais, seja de postagens, seja de respostas às mensagens e comentários, **não substitui a consulta presencial.**



Estimule a frequência às consultas médicas

para garantir o melhor resultado para a saúde dos pacientes.



A qualidade do conteúdo

seja de texto, imagem ou vídeo, também deve ser priorizada. Contudo, **não deixe que excesso de perfeccionismo o impeça de fazer suas publicações.**

Não existe uma frequência ideal de postagens

mas pensando em manter a presença, sugerimos **no mínimo uma postagem por semana no feed das redes.** Foque principalmente na curadoria de conteúdo.





INSTAGRAM

Ao longo dos anos, o Instagram vem inovando os seus recursos e apresenta diferentes formas de uso. Considerada uma rede mais leve, o conteúdo aqui deve seguir essa linha, focando em dicas, tratamentos e foco em estilo de vida e bem-estar, em diálogo principalmente com os pacientes. Quando associada à Fanpage do Facebook, a conta do Instagram se torna comercial, o que permite um controle maior sobre dados de engajamento e resultados das postagens.



O QUE DEVE CONTAR NA BIO:

É importante que você deixe claras suas principais informações: nome completo, ramo de atividade (“reprodução assistida”, por exemplo), seu CRM e, se possível, a região de atuação.



Nome Sobrenome

Seguir



586 publicações

3.273 seguidores

680 seguindo

Nome Sobrenome – Especialista em Reprodução Assistida

Ginecologista: CRM-SP 123456

Especialista (função) na @procriarmedicinareprodutiva

Saiba mais no link: <https://linktr.ee/nomesobrenome>





POSTAGENS NO FEED

**O uso qualificado de redes sociais
tem duas funções principais:**

A interação direta com
um determinado público

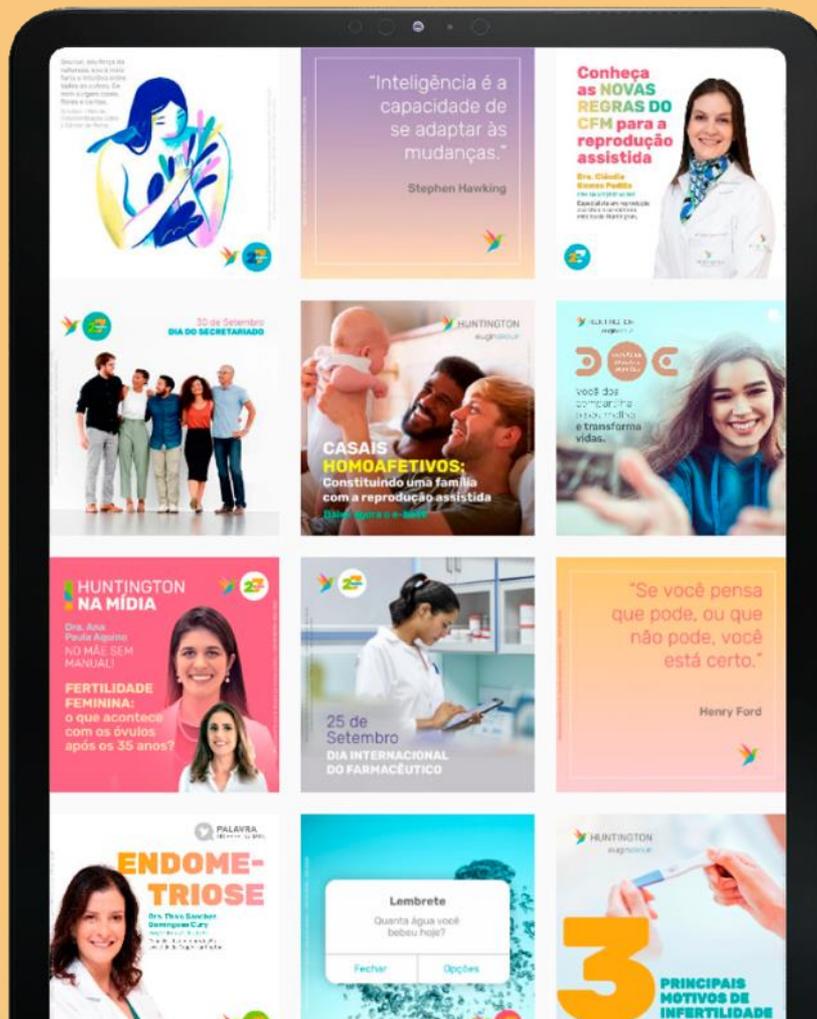
A construção da
imagem do profissional





Ao pensar no feed do Instagram

selecione imagens claras, com qualidade mínima de 800x800px. Pense nele como a sua vitrine e tente seguir um padrão visual e textual, sempre que possível, procurando não deixá-lo repetitivo nem sem padrão gráfico.

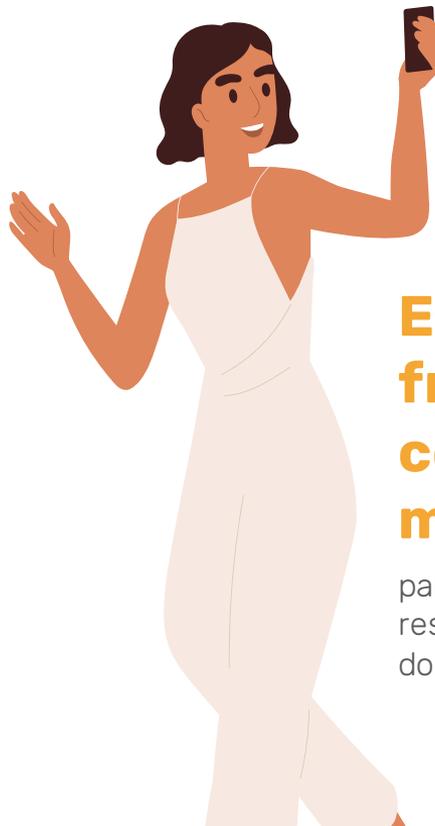




O calendário de datas comemorativas

pode ser uma boa forma de gerar conteúdo frequente, mas deve ser escolhido de acordo com a especialidade e datas relevantes para o público.

EXEMPLO: datas como Dia das Mães, Dia dos Pais ou Natal podem ser exploradas por todas as especialidades.



Estimule a frequência às consultas médicas

para garantir o melhor resultado para a saúde dos pacientes.



O QUE POSTAR:



Dicas de saúde e bem-estar, sempre citando a fonte de referência.



Combater informações falsas.



Ebit mod
millantis et aut
aut omni que
cum nullique
laut omnis
erume etu r,

Nome Sobrenome
CRM 133.330

Nulla vel faucibus incepta utaque
qui omnis expeditate natusque
odige nt qui ut aliquam faccum su nt
qui dem volerer nundebis es

Você também pode explorar nossos conteúdos com seus pacientes. Acesse nosso site e conheça todas as publicações da Huntington.

Mas lembre-se: citar a fonte é uma prática legal e deve ser respeitada



STORIES

Os stories ficam no ar por apenas 24 horas e podem ser usados como uma conversa mais informal, de formas diferentes:



Para alertar

para um novo post do feed com informações relevantes.



Para mostrar

o dia a dia do médico, como participação em eventos ou práticas saudáveis que ele mesmo segue no seu cotidiano.



Postar vídeos curtos

sobre assuntos de grande relevância para o público-alvo.



IGTV

Um excelente recurso para criar relacionamento com os pacientes, deve ser usado com moderação e sabedoria. Os vídeos do IGTV podem ser transmitidos ao vivo e também ficam armazenados para quem precisar assistir depois.





DIRETRIZES DE RELACIONAMENTO

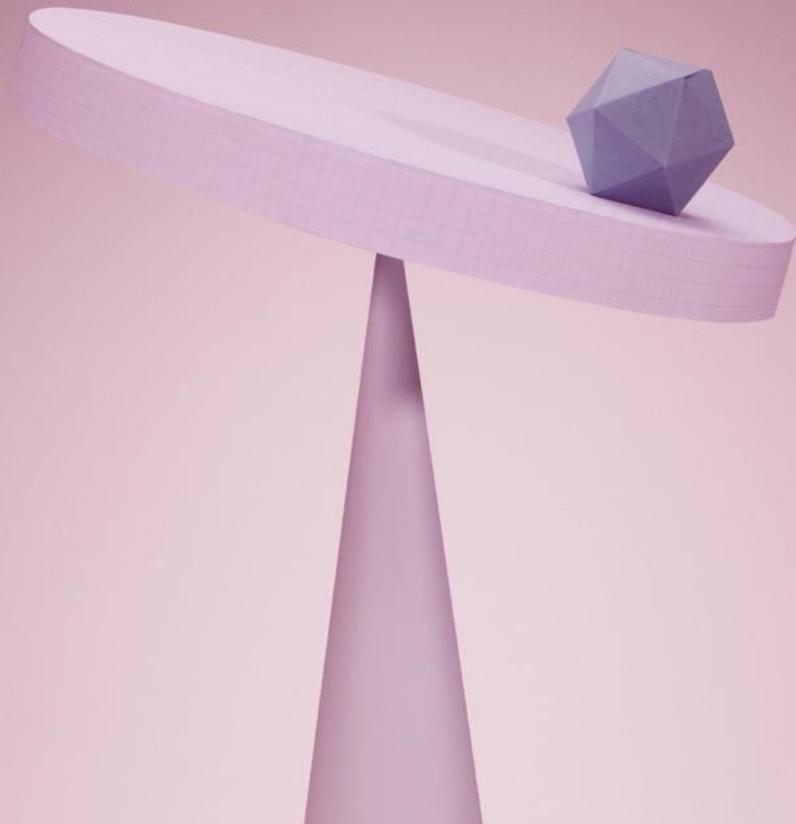
Assim como em todas as redes sociais é importante responder a mensagens e comentários do público. **Se possível, as respostas devem ser dadas em até 24 horas após a interação.** Este prazo não deve exceder 2 dias.



CUIDADOS A SEREM TOMADOS DURANTE ESSA INTERAÇÃO:

- **Também nas respostas é necessário seguir a Resolução CFM N° 1.974/2011**
- **Respostas a comentários e mensagens não substituem consultas presenciais.** É essencial reforçar isso em todos os contatos e deixar bastante claro a importância de marcar a consulta.
- **Em comentários abertos, nunca dar orientação de procedimentos médicos ou uso de medicação.** Essas orientações variam caso a caso e devem ser prescritas apenas durante a consulta presencial.
- **O IGTV permite uma interação ao vivo e nem todas as dúvidas podem ser respondidas na hora.** Checar essas perguntas após a transmissão ou solicitar que elas sejam reenviado por mensagem privada é uma ótima fonte para desenvolver conteúdo que interesse ao seu público e dar informações mais profundas do que aquelas apresentadas na hora da transmissão.





REGRAS PARA PUBLICIDADE MÉDICA

As redes sociais são uma forma legítima de comunicação médico-paciente, mas para isso precisam ser utilizadas de forma ética, **atendendo às exigências da Resolução CFM nº 1.974/2011 e suas atualizações.**



CUIDADOS

Alguns cuidados básicos devem estar em todos os seus posts, independentes das redes sociais:

O nome e o CRM do profissional devem constar no post, como forma de assinatura.

Se o médico tiver qualificação de especialista, o RQE também deve constar.





PROIBIÇÕES

É importante estar atento também às proibições, tais como:

- Propaganda de método ou técnica **não autorizados pelo CFM.**
- Publicação de selfies, imagens e/ou áudios **que caracterizem sensacionalismo, autopromoção ou concorrência desleal.**
- **Publicação de imagens do “antes e depois” de procedimentos ou exposição da figura do paciente** como forma de divulgar técnica, método ou resultado de tratamento, ainda que com autorização expressa deste.
- **Cobrar por dúvidas tiradas** por meio de aplicativos.

É possível ver todos os detalhes sobre o uso ético das redes sociais na íntegra da resolução. **Caso tenha dúvidas sobre o conteúdo que deseja divulgar, não deixe de consultar o CODAME.**





Apresenta:



CONGRESSO
INTERNACIONAL
HUNTINGTON
DE MEDICINA
REPRODUTIVA

RESERVE NA
AGENDA

12-13
MAI 2023

Tivoli Mofarrej Hotel

São Paulo/SP | Brazil

Faça **AQUI** eu pré-cadastro
e receba atualizações
sobre o evento



Transformar sonhos em vida. Há mais de duas décadas, esse é o desafio diário do Grupo Huntington.

Quanto mais o tempo passa, mais a gente acredita que vale a pena dar o nosso melhor pra fazer a vida acontecer.

Buscamos, de forma incansável, oferecer tecnologias

cada vez mais eficazes de reprodução assistida. E fazemos isso com delicadeza, com agilidade, com precisão. Transformar sonhos em vida é acreditar que a natureza muitas vezes precisa de ajuda para florescer.

A gente sonha e acredita junto com você.

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

São Paulo e demais localidades:
(11) 3059-6100

Brasília, Campinas e região:
0800-777-6100

Belo Horizonte:
(31) 3292-5299
(31) 2533-3800
(31) 99440-3344

NOSSAS UNIDADES

Ibirapuera

Av. República do Líbano, 529
Ibirapuera, São Paulo/SP

Vila Mariana

R. Sena Madureira, 100
Vila Mariana, São Paulo/SP

Campinas

Av. José de Souza Campos
(Av. Norte Sul), 1.321, Ed. Dahruj
6º andar, Cambuí, Campinas/SP

Brasília

Edifício Vitrium Centro Médico
Inteligente, SGAS Quadra 614
Conj. C, Sala 229, Asa Sul, Brasília/DF

Belo Horizonte

R. Bernardo Guimarães, 2.063
Lourdes, Belo Horizonte/MG



FOCO NA
FERTILIDADE
Podcast

Ouçá nosso Podcast
Foco na Fertilidade

Para mais informações consulte:

huntington.com.br
procriar.com.br

Responsáveis Técnicos:

Dr. Eduardo Leme Alves da Motta
CRM-SP 58.933 | RQE 43.681

Dr. João Pedro Junqueira Caetano
CRM-MG 22.196
RQE 43.380 | 23.326



HUNTINGTON

eugin**GROUP**

