



GUIA DE MARKETING DIGITAL PARA TERAPEUTAS EM 7 LIÇÕES



Índice

GUIA DE MARKETING DIGITAL PARA TERAPEUTAS EM 7 LIÇÕES

1. O que é Marketing Digital?

Ferramentas que podem mudar sua vida profissional.....Pág. 02

2. Terapeuta e Empreendedor?

Você tem consciência que precisa investir em você?.....Pág. 04

3. Criando identidade digital

Se apresentando na internet da forma correta.....Pág. 05

4. O que é 'Marketing do Bem' e como praticar

Como não ser inconveniente com seu público.....Pág. 07

5. Entenda seu público

Você sabe quem está interessado na sua prática?.....Pág. 09

6. Planejando conteúdo e presença digital

Como se destacar e se posicionar online.....Pág. 10

7. Atendimento / Venda / Pós-Venda

Após encantamento do cliente, como converter a venda.....Pág. 15



Lição 1

1. O que é Marketing Digital?

Você já deve saber que Marketing Digital são ações que profissionais fazem através da internet para divulgar, promover e comercializar seus produtos ou serviços.

O que talvez você não saiba é que isso é algo acessível, e que pode ser muito útil pra você que é terapeuta, aumentando em muito suas chances de ser encontrado por mais clientes.

Segundo estudo da consultoria Web Estratégia, para quase $\frac{1}{3}$ das empresas que investem em marketing digital, suas vendas aumentaram em 50%, além de um aumento significativo para as restantes. Ou seja, o aumento de alcance do seu produto e serviço é certo em um mundo cada vez mais digital e conectado.

Você não precisa ficar limitado a seu círculo de contatos, **a internet te dá a possibilidade de atingir milhares de pessoas com uma única postagem bem feita.**

Um conteúdo relevante, bem organizado e com um belo visual, ajuda a transmitir autoridade, diferencia um profissional dos demais e aumenta exponencialmente as chances de ser visto e conquistar novos clientes.



Lição 1

Vale lembrar que a grande maioria das pessoas que consomem conteúdo online fazem isso com frequência. O ponto onde queremos chegar é que as compras online estão se tornando a norma, e há grandes oportunidades para adquirir clientes fiéis que vão comprar com você várias e várias vezes, basta seguir algumas regras básicas:

- ✓ **Estar no lugar certo;**
- ✓ **No momento certo;**
- ✓ **Com a oferta certa;**
- ✓ **Tratar cada demanda com agilidade e profissionalismo.**

O trabalho como terapeuta demanda um investimento de tempo e estudo que vai muito além do momento do atendimento, e nosso papel aqui é ser um facilitador para que muitos acessem esse conteúdo edificante.

É esse mundo do marketing digital aplicado à nossa área de bem-estar, que nós do **Meu Retiro** iremos te revelar neste e-book.

A seguir entregamos a você um 'caminho das pedras' do que fazer para melhorar sua presença digital, para receber mais conversões positivas e **transformar um número de vidas cada vez maior.**



Lição 2

2. Terapeuta e Empreendedor?

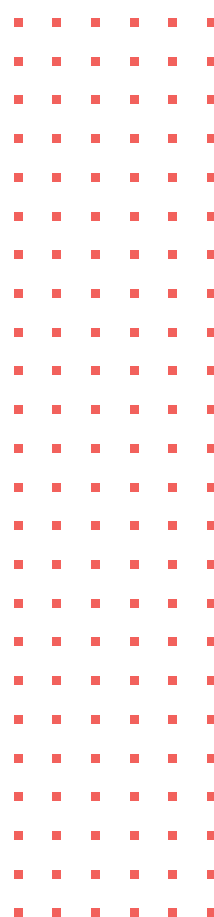
Você, terapeuta, também se vê como um empreendedor? Pois, deveria.

A maioria dos terapeutas são profissionais autônomos e precisam compreender que, além de sua atividade profissional, é preciso também ter ações empreendedoras para que seu negócio prospere.

Seu nome e reputação também são o nome e a reputação de seu trabalho, portanto o **profissionalismo e a qualidade tem de estar em primeiro plano em tudo que leva seu nome, inclusive sua presença digital.**

Todos nós temos um propósito e uma missão. Para muitos que trabalham com terapia, essas coisas se encontram em uma ação comum: **transformar vidas.**

Essa é uma finalidade tão nobre quanto delicada e, por isso, uma primeira impressão, inclusive online/digital, tem que passar confiança, deixar claro quais são seus valores, seu profissionalismo, idoneidade e sempre ter o tom do acolhimento, pois esta é a primeira coisa que a pessoa que está procurando ajuda terapêutica precisa receber.



Lição 3

3. Criando identidade digital

E quais as primeiras coisas a fazer ao montar, ou revisar, seus perfis em redes sociais, sites, blogs ou demais espaços online:

- ➔ Capriche no visual das imagens e logotipos.
- ➔ Use fotos suas reais, onde o cliente possa ver claramente quem é você e, se for o caso, seu espaço de atendimento.
- ➔ Tenha descrições claras e objetivas sobre que técnicas você realiza, que problemas atende e quais resultados você entrega.
- ➔ Padronize suas redes sociais, deixe-as todas com o mesmo visual, se possível, com o mesmo nome.
- ➔ Lembre-se que nem todas as pessoas estão em todas as redes sociais. As principais são Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e TikTok, mas lembre também do YouTube, Spotify e Pinterest etc.

Antes de escolher o canal online que irá **investir seu dinheiro e seu tempo** para ter mais presença digital, **saiba onde seu cliente está**. Você saberá onde encontrar seu público através de pesquisas e testes.

As vezes vale mais ter uma rede social, focada, organizada e atualizada, do que se perder ou não dar conta ao administrar e alimentar várias plataformas ao mesmo tempo sem planejamento.

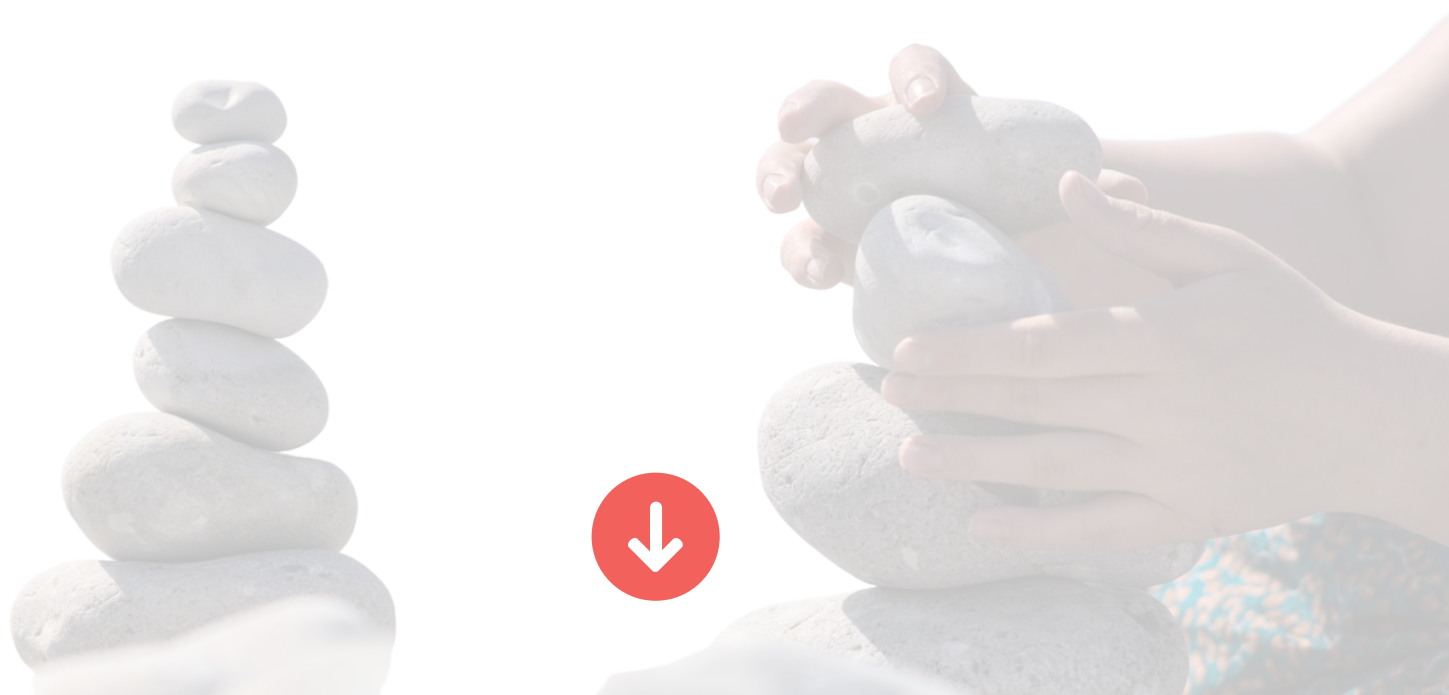


Lição 3

- ➔ Cadastre seu perfil em sites que conectam profissionais diretamente a seu público, como o **MeuRetiro.com.br** (e lembre-se que a página criada em nosso portal também pode ser usada como seu site profissional).
- ➔ Deixe sempre visível suas formas de contato com fácil acesso. Um link direto para o whatsapp é uma ótima pedida.
- ➔ E deixe sempre claro em quais cidades ou locais você está prestando atendimento, e se há opção de atendimento online.

Existem várias formas de criar uma boa identidade visual e você pode ir muito além dessas dicas básicas, **o importante é começar e fazer o seu melhor a cada passo**. Com o tempo você vai se familiarizando e evoluindo.

Com uma presença digital caprichada, podemos começar a trabalhar em um marketing digital do bem.



Lição 4

4. O que é 'Marketing do Bem' e como praticá-lo

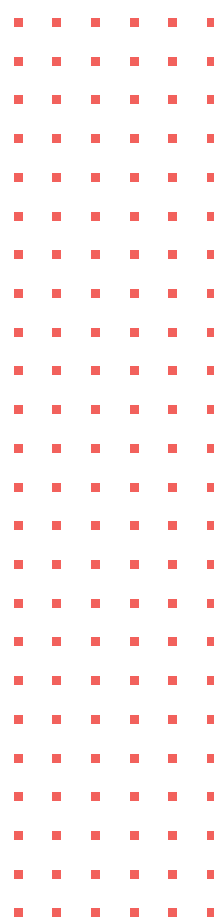
Ninguém gosta de ser incomodado, bombardeado com propagandas no whatsapp, ligações, e-mails não desejados, etc., certo? Então esse é o princípio do marketing digital que defendemos, um marketing do bem.

A nossa área de atuação é especialmente coberta por valores sobre respeito ao espaço do próximo, sobre desconexão, redução de estresse e ansiedade, coisas que são totalmente antagônicas a uma estratégia de marketing agressiva e invasiva.

Em termos mais técnicos, não praticamos o outbound marketing, onde há uma abordagem direta em cima de possíveis consumidores, mas sim trabalhamos com inbound marketing, onde **atraímos e encantamos as pessoas, acompanhando-as por uma trilha agradável, até que ela se torne seu cliente, se desejarem e/ou precisarem.**

Vejamos algumas dicas de como praticar o marketing do bem:

- ✓ Acolhimento desde o primeiro contato;
- ✓ Abordagem sempre respeitosa, em tom amigável;



Lição 4

- ✓ Criar um **círculo do bem**, uma comunidade alinhada aos mesmos interesses, para só então trazer soluções para as dores daqueles que ali estão;
- ✓ O relacionamento vem bem antes da venda, pois com ele vem a demonstração de autoridade no assunto, e por fim a confiança;
- ✓ Não seja invasivo, não use uma linguagem impositiva;
- ✓ Estar sempre de braços abertos para receber o cliente, para tirar suas dúvidas ou esclarecer pontos;
- ✓ Entregar informação e alguns conteúdos sobre suas práticas gratuitamente, para que o cliente possa decidir se aquele atendimento resolve seus problemas,
- ✓ Ofertar sua solução como uma possibilidade, não como regra a ser seguida.

No portal **Meu Retiro** trabalhamos com esse tipo de abordagem. Acreditamos que nossa missão e propósito, como falamos acima, é transformar vidas. A contratação de um serviço através de nossa plataforma é consequência de uma relação maior com nossos clientes.

O que **não fazer**:

- ✗ Spam de qualquer tipo.
- ✗ E-mail Marketing não solicitado.
- ✗ Enviar promoções por quaisquer meios sem solicitação.
- ✗ Abordagens ou estratégias agressivas, invasivas e explicitamente comerciais.



Lição 5

5. Entenda seu público

É importante perceber quem é seu público alvo, construir essa persona, e onde ela está, para definir o tom de voz e onde deve focar seus esforços.

Construir uma persona é exatamente o que a expressão faz alusão, o de construir um personagem, **entender qual é a personalidade e o comportamento do seu público.**

- Em qual rede seu público se concentra?
- Onde você percebe maior feedback?
- Qual a faixa etária desse público?
- Onde ele mora?
- É majoritariamente feminino ou masculino?
- Qual a condição econômica e social dele?
- Qual o grau de escolaridade?
- Quanto ele sabe do assunto que você domina?
- Que outros assuntos eles também consomem?
- Quais referências externas você pode agregar?

Dependendo do perfil do seu cliente, é como você irá formatar visualmente e estrategicamente a sua presença online. Você não faz posts genéricos, você tem que dialogar diretamente com o seu público. **Todo seu conteúdo tem que ser voltado para o seu público - o que já possui, e o que quer agregar.**

Um conteúdo assertivo abrirá um canal de comunicação e irá iniciar uma relação de encantamento com seu futuro cliente.



Lição 6

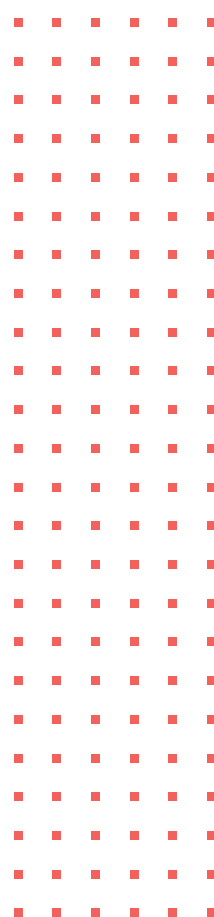
6. Planejando conteúdo e presença digital

Com os perfis nas redes sociais já criados, é chegada então a hora de começar a alimentá-los com conteúdo relevante para o seu público já definido.

Conforme falamos anteriormente, a padronização é uma questão importante neste momento. Seus posts, imagens, vídeos, layouts, devem ter uma unidade. Todos devem fazer parte de uma mesma linguagem, de uma mesma fonte.

Para te ajudar sugerimos que utilize as seguintes ferramentas e sites - todos com **áreas gratuitas - úteis na criação e padronização de designs**, além de servirem imagens, vídeos e músicas de boa qualidade, sem direitos autorais, para incrementar o material criado por você:

- **Canva.com** - essa ferramenta vai te ajudar a criar um material bonito e criativo em poucos cliques. Tem templates inspiradores para todo tipo de posts; templates de apresentações, logotipos, modelos de faturas, cartões de visita, panfletos, e-books e uma infinidade de facilidades.
- **Elements.envato.com** - grande banco de ícones, gráficos, músicas, áudios, imagens, vídeos etc. com opção de abertura de uma conta gratuita;
- **Pexels.com** - banco de imagens gratuito;
- **Unsplash.com** - banco de imagens gratuito;
- **Freemusicarchive.org** - banco de áudio gratuito,
- **Motionarray.com** - Templates para vídeos e animações.



Lição 6

Para a criação de um site, ou uma página de apresentação, você pode usar o seu perfil criado gratuitamente no **MeuRetiro.com.br**, ainda com outras vantagens muito importantes: estar ao lado de centenas de outros profissionais gabaritados, e exposto justamente para o público interessado em atividades relacionadas a este nicho. **Estar onde o seu público está é primordial e o site foi criado com esse propósito.**

Além de uma página exclusiva com o seu perfil, você pode criar quantos anúncios desejar. Um anúncio bem feito no **Portal Meu Retiro**, com fotos de altíssima qualidade, aproveitando cada espaço para uma descrição rica das atividades, dos diferenciais e da qualidade do seu trabalho de forma geral, pode te ajudar a captar novos clientes de forma mais rápida do que a construção orgânica que vamos sugerir a seguir, mas de forma alguma uma coisa anula a outra. Quanto mais presença e opções ativas para ser encontrado, melhor.

Para a criação de um blog, ou um portfólio com diversas sessões, explore as plataformas abaixo - todas também com funções gratuitas:

- **Wix.com**
- **Wordpress.com**
- **Tumblr.com**
- **46graus.com**



Lição 6

Manter um blog noticioso com novidades relativas a sua atividade, ou um espaço para download de materiais ricos, como este e-book que você está lendo agora, são importantes para todos os profissionais. São lugares para serem postados materiais explicativos sobre suas práticas, mostrando como são os procedimentos, quais os resultados alcançados, imagens, depoimentos e dados de contato, por exemplo.

Porém, a publicação de conteúdo, caso não seja impulsionada por campanhas pagas via Facebook ads, Instagram ads, Linkedin ads etc., precisa de um planejamento de SEO para que tenha boa visibilidade orgânica. E novamente, uma coisa não exclui a outra.

SEO (Search Engine Optimization, ou Otimização para os Mecanismos de Busca) é um conjunto de regras que ajudam o seu site, blog, portfólio ou conteúdo a aparecerem nas primeiras páginas de resultados no Google, aumentando sua relevância nas pesquisas e, a longo prazo, colocando seu material como referência em determinado assunto.

Algumas dicas para SEO de seu conteúdo:

- ✓ Trabalhe bem as palavras-chave do seu texto. Use termos relevantes e que são procurados na internet.
- ✓ Veja quais os assuntos ou termos mais procurados em sites como Google Trends, Ubersuggest e Keyword Planner antes de planejar quais temas irá abordar.



Lição 6

- ✓ Insira links, internos e externos, em seus textos, sempre levando o leitor para sites confiáveis e com boa reputação. Dica extra: pode linkar nossos textos da **Revista Meu Retiro** como referência.
- ✓ Faça textos com parágrafos curtos e assertivos. Três linhas bastam. Vá direto ao ponto.
- ✓ Faça subtítulos, retrancas e listas dentro do seu conteúdo.

Existem dezenas de fatores que influenciam no ranqueamento para SEO, esses são alguns dos mais simples. Quem quiser investir mais pesado nessa área, pode conhecer *softwares* (a maioria, pagos) que ajudam na criação desse posicionamento, como o **SEMRush**.

Devemos reforçar que, presença online não são apenas redes sociais ou seu próprio blog. Fazer videos, podcasts, lives, webinários, cursos online, masterclasses etc, também fazem parte do pacote e ajudam a expandir seus negócios, captar novos clientes, e trabalhar a sua imagem pública de autoridade no assunto.

Já citamos algumas vezes aqui nesse e-book sobre e-mail marketing, ferramenta essencial para manter seus clientes, e possíveis clientes, próximos e informados sobre suas novas ações ou promoções, porém ao utilizar dessa ferramenta é importante uma boa conduta, pois é tênue a linha entre o informativo e o spam.



Lição 6

Algumas dicas para uso de e-mail marketing:

- ➔ Quantidade não é qualidade. Foque em um mailing assertivo, não quantitativo.
- ➔ Não envie e-mails não solicitados. É importante o cliente ter topado receber os seus informativos, e ter como interromper o recebimento deles de forma fácil e clara.
- ➔ Oferte material rico ou complementar sobre suas práticas - como um e-book, por exemplo - em troca de inscrições em sua newsletter.
- ➔ Seja consciente, não encha a caixa de e-mails do seu inscrito. Um e-mail por quinzena é um bom começo.
- ➔ Lembre-se de não enviar apenas ofertas ou ser agressivo na venda. Entregue conteúdo informativo e interessante para seu inscrito e inclua as oportunidades como sugestões dentro desse material.
- ➔ Para criar, organizar e disparar um mailing, sugerimos o site/software **Hubspot** (<https://br.hubspot.com/>)
- ➔ Se você quer entregar conteúdos diferenciados, pode criar também uma newsletter paga no **Substack.com**, uma nova tendência que vem crescendo muito dentro de diversos tipos de conteúdo.



Lição 7

7. Atendimento / Venda / Pós-Venda

Com toda essa divulgação, é preciso estar pronto para prestar um pronto atendimento online quando os interessados chegarem até você.

Vejamos uma lista de dicas para este primeiro contato:

- Setar respostas automáticas nas redes sociais, sites e WhatsApp é uma ação importante em horários que você não esteja disponível, mas cuidado para não se acomodar com isso. É importante conversar e transmitir confiança, qualidade e autoridade no assunto nos primeiros contatos online.
- Nesses primeiros contatos, deve-se lembrar que não está vendendo um serviço, mas sim a solução de um problema. Pessoas não pensam em terapia, em modalidades, formações ou teorias. As pessoas pensam em solução para os problemas delas, e por isso elas procuraram você. Oferte o que ela procura!
- Prometa somente o que você realmente pode entregar com qualidade.
- Com a popularização dos atendimentos online, caso sua prática suporte uma tele-consulta, considere colocá-la a disposição do seu cliente. Muita gente ainda não se sente totalmente a vontade em encontros presenciais ou estar em grupos.



Lição 7

■ No **Portal Meu Retiro**, por exemplo, temos filtros de busca para as pessoas procurarem por retiros, terapias, cursos e até mesmo eventos que acontecem apenas online. Todo tipo de experiência do nosso meio que é possível ser realizada 100% online, está contemplada dentro da nossa plataforma e deverá ser uma opção permanente.

■ Lembre-se que todo o trabalho para construção de reputação e valores (honestidade, profissionalismo, etc.) que são importantes no mundo real, continuam extremamente relevantes na abordagem virtual.

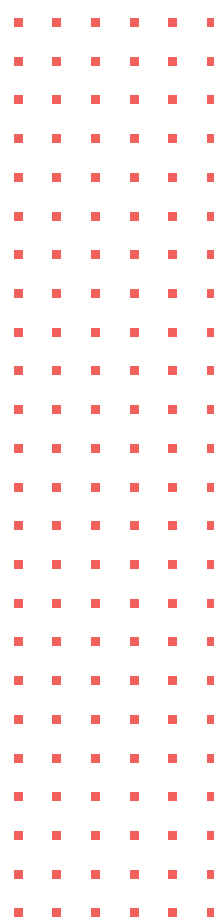
■ Após atendimento, fidelize seu cliente e mantenha-o em contato, e-mail marketing é um exemplo de como fazê-lo.

■ Lembre-se de colher feedback dos seus clientes e publicá-lo, uma experiência compartilhada transmite confiança.

■ Ainda sobre avaliação, utilize a metodologia NPS - Net Promoter Score: uma pesquisa de satisfação com pontuação de 0 a 10, para analisar o nível de satisfação dos seus clientes e quantos deles poderão se tornar promotores de seus serviços.

■ Lembrando que no caso do NPS, o ideal é uma classificação entre 7,5 e 10.

■ Clientes satisfeitos se transformam em clientes promotores, e ajudam a divulgar seu trabalho e atrair novos clientes.



Lição 7

Como podemos ver, o marketing digital é um grande aliado e pode ser um enorme diferencial para o terapeuta profissional.

Esperamos que este e-book tenha aberto sua mente sobre o grande número de possibilidades que a prática pode agregar em seu trabalho, e que ele funcione como um guia prático para quem quiser começar a investir em um salto significativo em suas carreiras.

O **Portal Meu Retiro** está aqui como aliado em sua jornada profissional, levando suas especialidades para mais pessoas, e guiando-as até profissionais como você, que poderão lhes proporcionar experiências transformadoras.

Feito com ♥ pela equipe Meu Retiro



MEU RETIRO
www.meuretiro.com.br