

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING

Dr. Piva | Residencial Geriátrico

1. Visão Executiva

O Dr. Piva é um **residencial geriátrico consolidado**, com estrutura profissional acima da média do mercado, presença médica recorrente e acompanhamento contínuo da saúde e da rotina dos residentes.

O desafio central do marketing **não é gerar visibilidade, mas traduzir no digital o que já acontece diariamente dentro do residencial** — com rotina estruturada, equipe ativa e cuidado permanente.

Objetivo principal do marketing

Transmitir segurança, estrutura e continuidade, reduzindo o medo da decisão familiar e acelerando o contato qualificado.

Papel do marketing no crescimento

Mostrar a realidade:

- Presença médica de segunda a sábado
- Enfermagem ativa 24 horas
- Corpo de equipe maior que o mercado
- Rotina organizada, acompanhada e supervisionada

Marketing como **prova**, não como promessa.

2. Diagnóstico Estratégico da Marca

Posicionamento atual

- Residencial sério, tradicional e confiável
- Estrutura operacional sólida
- Atendimento sustentado por equipe multidisciplinar

Percepção provável do mercado

- “Aqui existe cuidado contínuo”
- “Não depende de uma única pessoa”
- “Existe acompanhamento real no dia a dia”

Riscos estratégicos

- Sub aproveitamento da rotina real como diferencial
- Pouca exposição da atuação da equipe no cotidiano
- Comunicação ainda mais institucional do que vivencial

Oportunidade clara

Transformar a comunicação em um espelho do residencial:

mostrar o cuidado acontecendo, não apenas explicar que ele existe.

3. Regras de Ouro da Comunicação

Nunca fazer

- Usar imagens genéricas ou ilustrativas
- Comunicar algo que não faça parte da rotina do residencial
- Prometer adaptação emocional imediata
- Tratar a decisão como simples

Sempre fazer

- Publicar o que de fato acontece dentro do residencial
 - Mostrar a equipe em atuação real
 - Reforçar acompanhamento diário e contínuo
 - Humanizar a estrutura sem perder sobriedade
-

4. Público e Decisão de Compra

Quem decide

Familiares diretos, principalmente filhos.

Quem influencia

O próprio idoso e o núcleo familiar.

O que trava a decisão

- Culpa
- Medo de afastamento do lar
- Ruptura da rotina familiar

O que acelera a decisão

- Ver profissionais atuando no residencial

- Entender que há médico presente durante a semana
- Sentir segurança pela enfermagem 24h
- Perceber cuidado integrado (saúde + alimentação)

Insight central

A família decide quando entende que o residencial **assume o cuidado de forma contínua e responsável**.

5. SWOT Estratégico

Forças

- Corpo de equipe maior que o mercado
- Médico presente de segunda a sábado
- Enfermagem 24 horas

Fraquezas

- Pouca exposição da equipe no digital
- Bastidores ainda subutilizados
- Resistência interna à participação em conteúdo

Oportunidades

- Mostrar a rotina como principal diferencial
- Conteúdos de bastidores como fator decisivo
- Valorização do cuidado nutricional

Ameaças

- Concorrentes mais ativos no digital
 - Comunicação fria gerar distanciamento
 - Postergar decisão por insegurança emocional
-

6. Arquitetura de Canais

Instagram

Função: Construção de confiança

Conteúdo:

- Rotina real do residencial
- Bastidores
- Equipe em ação

- Ambientes ativos
- Objetivo:** Mostrar que o cuidado acontece todos os dias

Vídeos

Função: Prova visual

Conteúdo:

- Funcionamento do residencial
 - Presença médica
 - Enfermagem no dia a dia
 - Alimentação e cuidado nutricional
- Objetivo:** Tornar o cuidado visível

Meta Ads

Função: Alcance qualificado

Conteúdo: Estrutura + rotina + equipe

Objetivo: Levar o público certo para ver a realidade

WhatsApp

Função: Conversão

Conteúdo: Acolhimento, clareza e direcionamento

Objetivo: Transformar segurança em ação

7. Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Cuidado contínuo, não eventual.

Ideia-mãe

“Aqui o cuidado não acontece quando precisam.
Ele acontece o tempo todo.”

Promessa implícita

A família não está transferindo responsabilidade.

Está garantindo acompanhamento constante.

8. Linha Editorial Estratégica

Institucional

- Estrutura do residencial
- Funcionamento
- Organização da rotina

Autoridade

- Atuação médica
- Enfermagem ativa
- Equipe multidisciplinar

Prova

- Bastidores reais
- Rotina do residencial
- Dia a dia da equipe

Orientação

- Quando considerar a decisão
 - Como funciona a adaptação
 - O que esperar do acompanhamento
-

9. Roadmap de Execução (90 dias)

Mês 1

- Consolidação institucional
- Clareza da narrativa
- Organização do discurso

Mês 2

- Intensificação dos bastidores
- Maior presença da equipe
- Rotina como protagonista

Mês 3

- Fortalecimento da prova
 - Conteúdos que reduzem objeções
 - Ajustes finos de conversão
-

10. Métricas que Importam

- Leads qualificados

- Tempo de decisão
 - Principais objeções
 - Engajamento em conteúdos de rotina
-

11. Governança e Forma de Trabalho

Agência

- Estratégia
- Direção de comunicação
- Conteúdo e mídia
- Análise contínua

Cliente

- Validação
 - Liberação progressiva
 - Apoio interno da equipe
-

Diretriz Final

Este plano transforma **estrutura em percepção, rotina em confiança, e cuidado em decisão.**

Ele não cria narrativa artificial.

Ele mostra o residencial como ele é.