

raiseUP

Plano estratégico de marketing

Cliente:



DR. PIVA
Residencial Geriátrico - Desde 1988



Sumário

1. Visão Executiva
2. Diagnóstico Estratégico da Marca
3. Regras de Ouro da Comunicação
4. Público e Decisão de Compra
5. SWOT Estratégico
6. Arquitetura de Canais (comercial + institucional)
7. Estratégia Central de Comunicação
8. Linha Editorial (ajustada para conversão)
9. Roadmap de Execução (90 dias)
10. Métricas Importantes
11. Governança raiseUP x Residencial Dr. Piva



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.

* Papel do marketing no crescimento é 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.*

Objetivo principal:

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



Diagnóstico Estratégico da Marca

Situação 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”

Principais Riscos

- ⚠ 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.

✗ Nunca fazer

Usar imagens genéricas
ou ilustrativas

Comunicar algo que não faça
parte da rotina do residencial

Promover adaptação
emocional imediata

Tratar a decisão como simples

Regras de ouro da comunicação

✓ Sempre fazer

Publicar o que de fato
acontece dentro do residencial

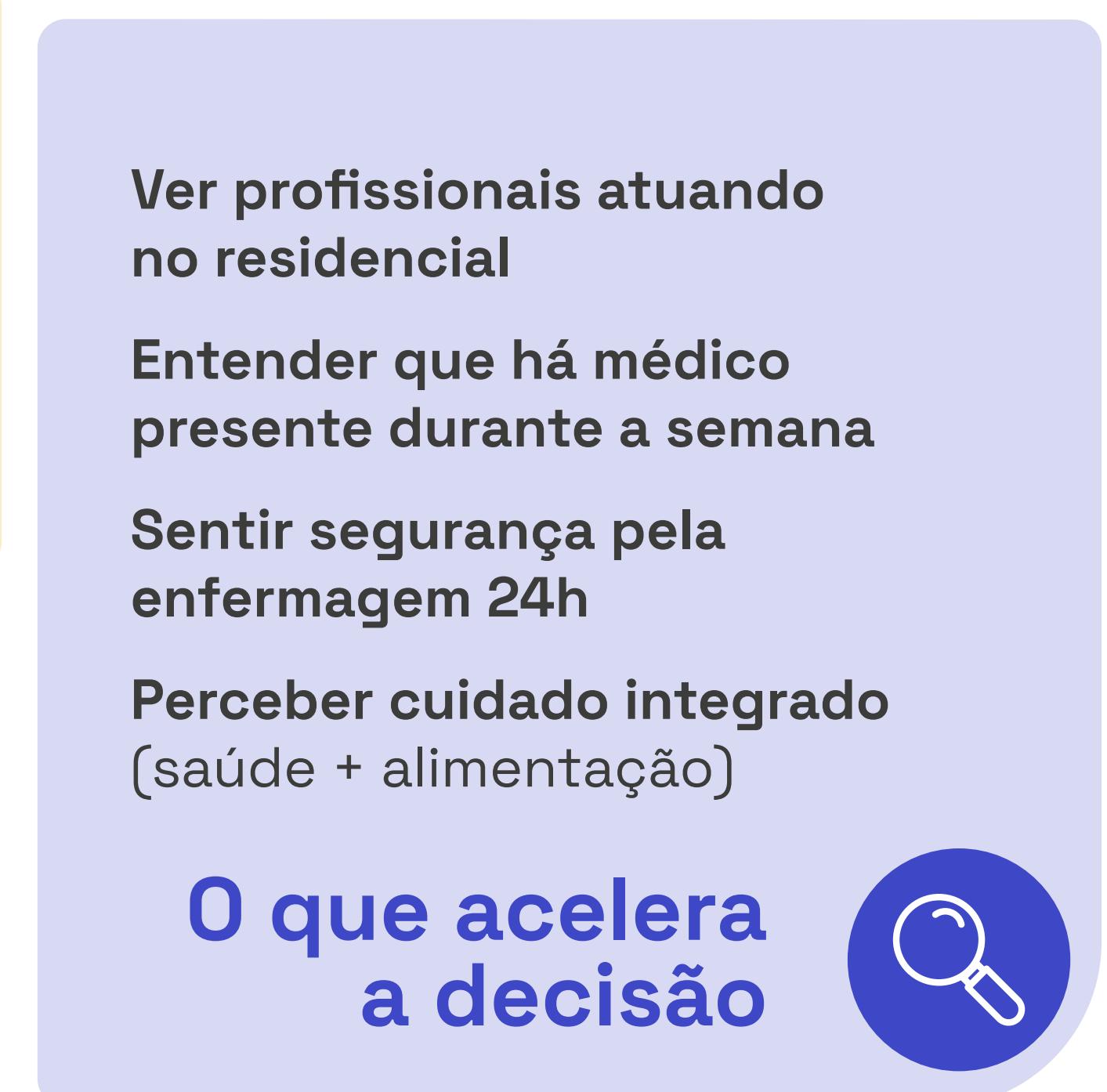
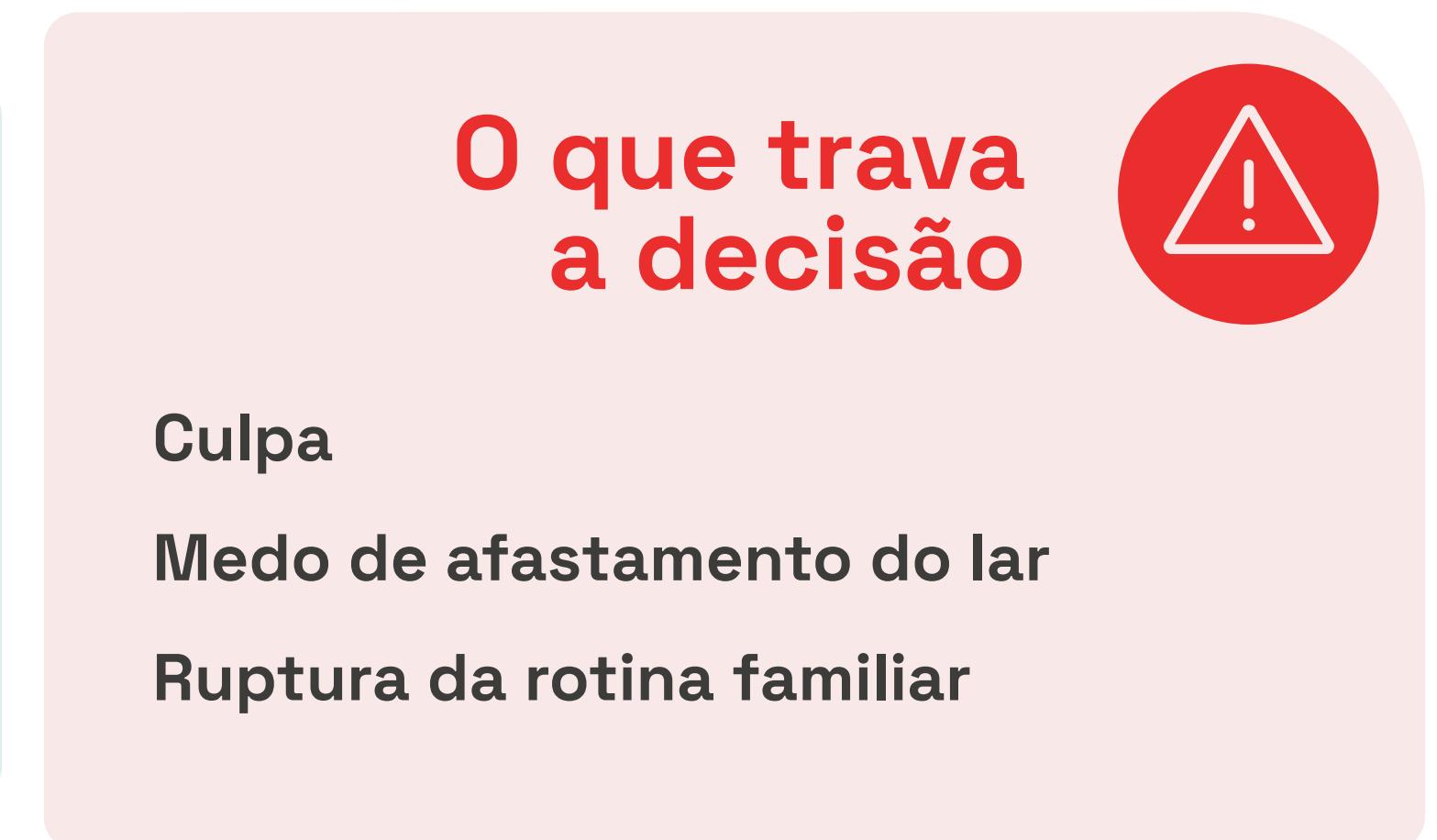
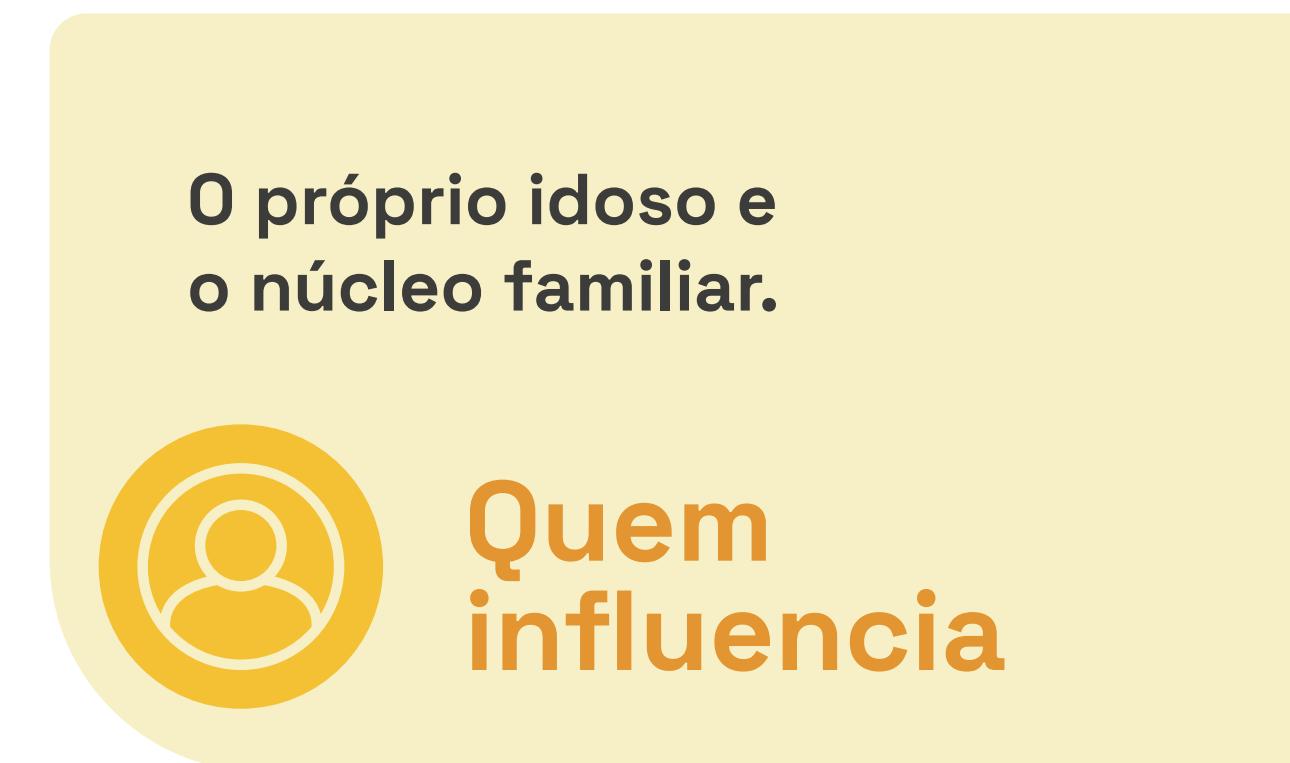
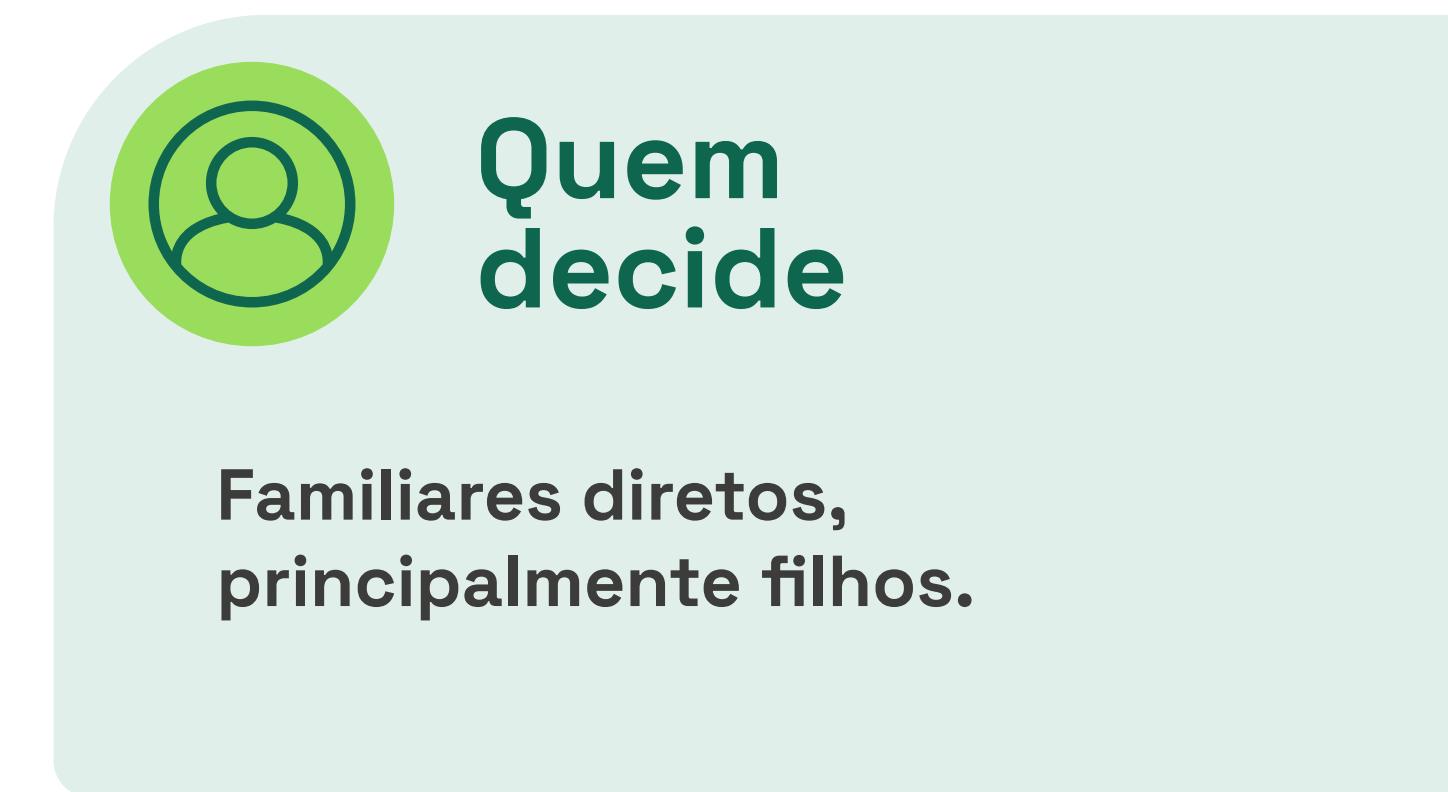
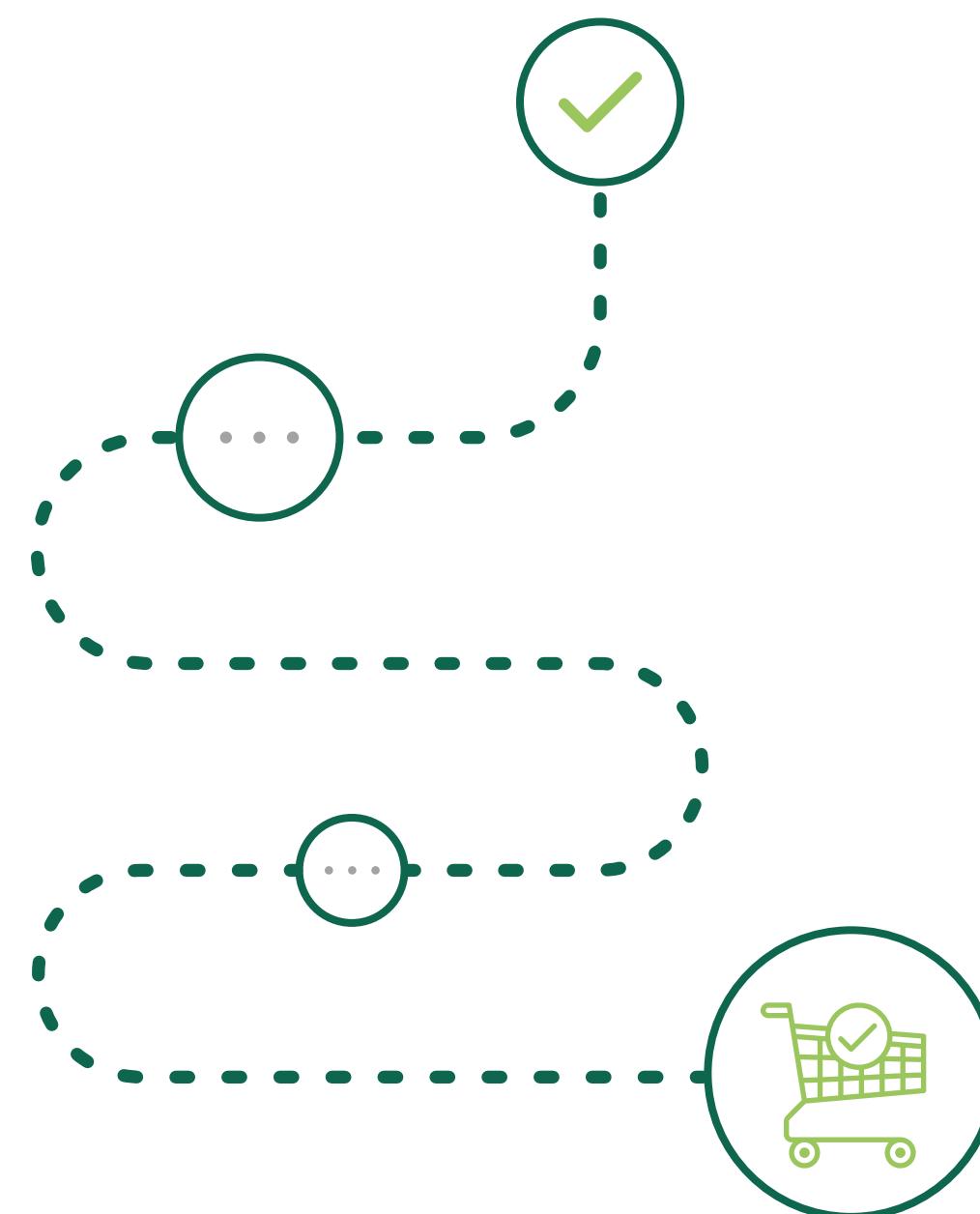
Mostrar a equipe em atuação real

Reforçar acompanhamento
diário e contínuo

Humanizar a estrutura
sem perder sobriedade



Público e decisão de compra



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

AMEAÇAS

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

SWOT Estratégico

OPORTUNIDADES

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

Arquitetura de Canais



Instagram

- * Função **Construção de confiança**
- * Conteúdo **Rotina real do residencial, bastidores, equipe em ação e ambientes ativos**
- * Objetivo **Mostrar que o cuidado acontece todos os dias**

Vídeos Reels/Stories

- * Função **Prova visual**
- * Conteúdo **Funcionamento do residencial, presença médica, enfermagem no dia a dia e alimentação e cuidado nutricional**
- * Objetivo **Tornar o cuidado visível**

WhatsApp

- * Função **Conversão**
- * Conteúdo **Acolhimento, clareza e direcionamento**
- * Objetivo **Transformar segurança em ação**

Tráfego Pago Meta Ads

- * Função **Alcance qualificado**
- * Conteúdo **Estrutura + rotina + equipe**
- * Objetivo **Levar o público certo para ver a realidade**

Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Cuidado contínuo, não eventual.

Promessa implícita

A família não está transferindo responsabilidade. Está garantindo acompanhamento constante.

IDEIA-MÃE

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

Linhas Editoriais

● Institucional

- Estrutura do residencial
- Funcionamento
- Organização da rotina

● Autoridade

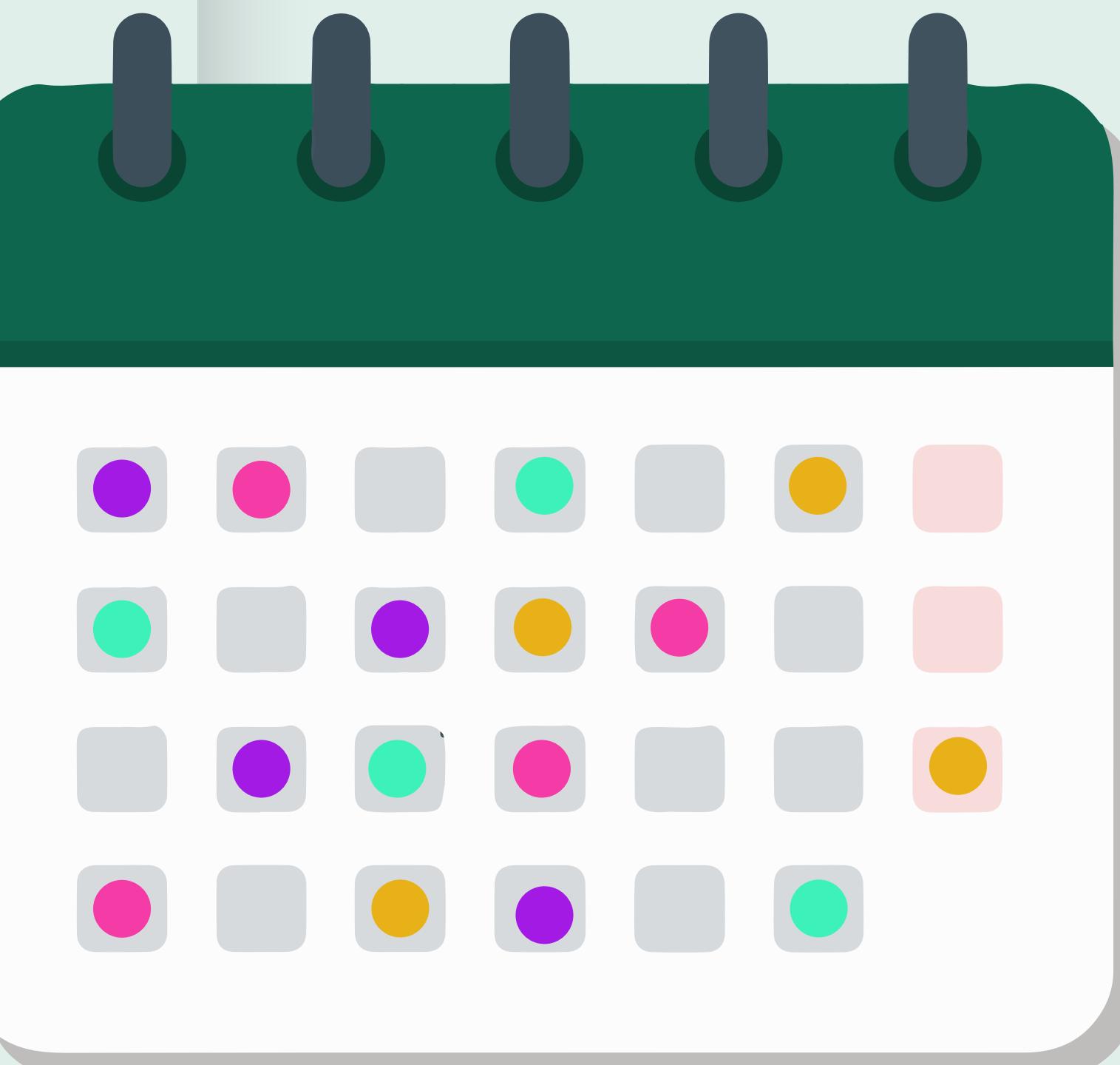
- Atuação médica
- Enfermagem ativa
- Equipe multidisciplinar

● 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



90 DIAS

Roadmap de Execução



#MÊS 1

#MÊS 2

#MÊS 3



Métricas Importantes



Leads qualificados



Tempo de decisão



Principais objeções



Engajamento em conteúdos de rotina

Sem métricas
de vaidade.

raiseUP

Estratégia

Direção de comunicação

Conteúdo e mídia

Análise contínua

Governança



Validação

Liberação progressiva

Apoio interno da equipe

raiseUP

Este material foi desenvolvido pela RaiseUp
– Agência de Marketing, na cidade de Pelotas,
em 2025. Uso exclusivo para clientes RaiseUp.

A reprodução, total ou parcial, sem
autorização prévia, não é permitida.

