

Posicionamento Médico — Guia Prático de Autoanálise para Definir Sua Identidade Profissional

Como construir presença, autoridade e clareza no digital de forma ética e alinhada ao CFM.



Sumário

01

Introdução

02

O que é posicionamento médico

03

Por que o posicionamento importa

04

Autoanálise 1 — Sua história e propósito

05

Autoanálise 2 — Sua especialidade e diferenciais

06

Autoanálise 3 — Público ideal (perfil de paciente)

01

Autoanálise 4 — Tom de voz e estilo de comunicação

02

Autoanálise 5 — Promessa de valor ética

03

Construindo sua declaração de posicionamento

04

Conclusão

05

Contato institucional

Introdução — A base da autoridade médica

"A medicina é uma das áreas mais respeitadas e sensíveis da sociedade. No ambiente digital, onde há excesso de informação, o médico precisa comunicar sua **identidade profissional** com clareza, ética e consistência.

Posicionamento não é autopromoção: é **clareza sobre quem você é, o que você faz e por que faz**, para que o paciente entenda e confie no seu trabalho."



O que é posicionamento médico

Explique de forma simples:

Posicionamento = percepção construída na mente do paciente.

É a junção de:

Especialidade

Valores

Forma de comunicar

Público atendido

Experiência e diferenciais clínicos

❏ Não é marketing promocional, e sim **coerência profissional**.

Por que o posicionamento importa

Inclua 4 pilares:



Clareza: O paciente entende o que você faz.



Confiança: Facilita a construção de credibilidade.



Relevância: Ajuda o paciente a escolher entre profissionais.



Consistência: Mantém sua imagem alinhada no digital e no presencial.

Dado relevante:

"60% dos pacientes escolhem o médico pela clareza da comunicação digital."



AUTOANÁLISES

(núcleo do PDF)

Cada autoanálise deve vir com perguntas reflexivas +
espaço de anotação.



Autoanálise 1 — Sua história e propósito

De onde você veio e por que escolheu a medicina?

Perguntas:

- O que te motivou a escolher sua especialidade?
- Quais valores guiam sua prática médica?
- Existem histórias reais que moldaram sua maneira de cuidar?
- O que você deseja melhorar na vida dos pacientes?

"Escreva 3 fatos marcantes que definem sua trajetória."



Autoanálise 2 — Sua especialidade e diferenciais

Perguntas:

- Qual é sua especialidade oficial? (CRM / RQE)
- Quais subáreas você domina com mais profundidade?
- Quais procedimentos ou abordagens você realiza com excelência?
- O que você faz que outros médicos não costumam fazer?
- Você possui certificações, congressos ou pesquisas relevantes?

Checklist de diferenciais éticos:

- ☒ Formação sólida
- ☒ Comunicação clara
- ☒ Atualização constante
- ☒ Humanização no atendimento
- ☒ Didática simples e acolhedora

Autoanálise 3 — Seu público ideal

Perguntas:

- Quem é o paciente ideal que você mais gostaria de atender?
- Quais problemas de pele, sintomas ou condições você mais resolve?
- Quais são as principais dúvidas desse paciente?
- O que ele valoriza no atendimento médico?
- Como ele busca informações (Google, Instagram, indicação)?



Autoanálise 4 — Tom de voz e estilo de comunicação

Perguntas:

- Sua comunicação deve ser mais técnica ou acessível?
- Você prefere vídeos mais formais ou conversas informais?
- Como você deseja ser percebido? (Ex.: objetivo, acolhedor, científico, direto)
- Você se sente confortável mostrando bastidores da clínica?
- Quais palavras representam sua identidade médica?

Exemplos de tom de voz:

Tom de Voz	Características
Acolhedor	Empático, caloroso, próximo
Científico	Técnico, baseado em evidências
Educativo	Didático, explicativo, claro
Objetivo	Direto, prático, eficiente
Leve	Descontraído, acessível, informal

Autoanálise 5 — Sua promessa de valor ética

📌 Promessa de valor **não é promessa de resultado**, e sim a mensagem central da sua prática.

Perguntas:

- Qual transformação real você proporciona aos pacientes?
- Que tipo de cuidado você entrega que faz diferença?
- Como você deseja que o paciente se sinta após te conhecer?
- O que você quer que sua marca pessoal comunique imediatamente?

Exemplo ético:

"Ajudar pacientes a compreenderem e cuidarem da saúde de forma clara e responsável."

Construindo sua declaração de posicionamento

Guia passo a passo para criar uma frase simples:



Modelo ético:

"Eu ajudo [tipo de paciente] a [objetivo real], através de [especialidade/abordagem], com foco em [valor/propósito]."

Exemplos:

"Eu ajudo pacientes com acne a entender e tratar sua pele de forma segura e baseada em evidências."

"Eu cuido da saúde dermatológica de mulheres adultas com foco em prevenção e envelhecimento saudável."

Inclua espaço para o médico escrever a própria declaração.



Conclusão

"O posicionamento é a base da sua identidade médica no digital. Ele guia sua comunicação, fortalece sua autoridade e conecta você aos pacientes certos — sempre com ética e propósito."

Sobre a Viralis Company

Viralis Company é uma agência especializada em marketing ético para o setor da saúde, com foco em estratégia, automação e comunicação profissional para consultórios e clínicas.

 **Endereço:**

Av. Nossa Senhora de Copacabana, 312 — Rio de Janeiro/RJ

 **E-mail:**

contato@viraliscompany.com.br

 **Site:**

www.viraliscompany.com.br

 **WhatsApp:**

(coloque o número corporativo)

Material educativo desenvolvido exclusivamente para fins informativos, em conformidade com o CFM.