

Como funciona o

 **iClinic** Marketing

Índice

Introdução

Como funciona o iClinic Marketing?

- Estende o atendimento para além da consulta
- Envia automaticamente comunicação de retorno
- Seleciona quais pacientes irão receber as mensagens
- Envia campanhas de mala direta
- Realiza mais procedimentos

Para quem é recomendado?

Qual a diferença entre campanhas de e-mail e sequência automática de e-mails?

- Campanhas de e-mail
- Sequência automática de e-mails

Como as campanhas de e-mail funcionam no iClinic Marketing?

- Crie uma campanha de e-mail
- Dê um nome para sua campanha
- Escolha o público alvo
- Escreva seu e-mail
- Programe o envio da campanha
- Acompanhe o desempenho da campanha
- Exemplo de campanhas de e-mail

Como funcionam os e-mails em sequência no iClinic Marketing?

- Sequência de e-mails padrão
- Sequência de e-mails personalizados
- Exemplo de sequência de e-mail personalizado

Conclusão

Introdução

O mercado de saúde está em constante evolução, e cada vez mais os médicos precisam aprender a se destacar nesse mercado tão competitivo.

Há um número muito maior de médicos no mercado e os pacientes estão mudando, se tornando mais exigentes.

Segundo a **demografia médica de 2018**, produzida pelo CFM, nos últimos 47 anos, a população médica aumentou em **665,8%**, uma taxa maior que o crescimento da população geral do país, que foi de **119,7%**.

E como você pode se diferenciar?

Para ajudar os médicos que desejam ir além de apenas atender pacientes, nós lançamos o iClinic Marketing, a mais **nova forma de estar perto do seu paciente**, mesmo quando ele não está fisicamente próximo a você.

Nesse eBook, vamos explicar tudo o que você precisa saber sobre o iClinic Marketing, nossa nova ferramenta que te permite **ampliar seu plano de cuidado e comunicação com pacientes**. Além disso, mostramos um passo a passo detalhado para você utilizar todos os seus recursos da melhor forma possível.

Quer elevar o nível do seu atendimento estando ainda mais próximo do seu paciente? Continue a leitura!

The image displays the iClinic Marketing interface. At the top, the logo and text read: "iClinic Marketing Envie mensagens personalizadas e automáticas a seus pacientes". Below this, a laptop screen shows the configuration page for "Sequência de e-mails padrão" for "Dr. iClinico". The page includes a table for "Sequência de e-mails padrão" and "Lembretes de retorno".

NOME DA SEQUÊNCIA DE E-MAIL	PACIENTES ATIVOS
<input type="checkbox"/> Aniversariante	-
<input type="checkbox"/> Agradecimento pós-consulta	-

NOME DO LEMBRETE DE RETORNO	PACIENTES ATIVOS
<input type="checkbox"/> Retorno 7 dias	-
<input type="checkbox"/> Retorno 15 dias	-

On the right side, a vertical stack of mobile app notifications is shown, including "Esperar 0 dia(s), 1 horas", "Enviar o e-mail Pós_operatório_1", and "Abriu o e-mail Pós_operatório_1".

Como funciona o iClinic Marketing?

O iClinic Marketing foi lançado com o objetivo de ajudar você, médico, a engajar ainda mais o seu paciente no tratamento, **criando uma relação mais próxima além do atendimento**, para que você esteja presente em todos os momentos de sua jornada.

E para explicar a sua importância, é essencial o entendimento quanto às **diferenças entre paciente e cliente**. Você as conhece?

O cliente é aquela pessoa que está em busca de um profissional da área da saúde qualificado, utilizando algumas ferramentas para encontrá-lo, como redes sociais, pesquisa no Google, referência de amigos e familiares.

Quando esse cliente entra no consultório, ele é um cliente, pois avalia todo o ambiente, decoração, recepção, atendimento da recepcionista, água, café, internet wi-fi, entre outros.

Após entrar na sala de atendimento do médico, o cliente se torna um paciente. Nesse momento toda a sua experiência quanto a prática médica é vivenciada, pois você irá gerar confiança, proximidade, receptividade, empatia, tudo o que for necessário para ajudar o paciente em seu tratamento.

Depois que o paciente sai do atendimento, ele volta a ser cliente, e estará em **busca de diferenciais** que o façam retornar ao consultório ou até mesmo engajar no tratamento orientado.

O iClinic Marketing vem como uma ferramenta para auxiliar o seu dia a dia a tornar esse engajamento mais fácil e efetivo. Descubra aqui tudo que você consegue realizar com o maior lançamento da história da iClinic. Acompanhe!

Estende o atendimento para além da consulta

O iClinic Marketing envia e-mails automáticos de pré e pós-atendimento, com as informações que você julga mais importantes que seus pacientes saibam sobre o tratamento, reduzindo as perguntas frequentes, deixando-os mais tranquilos, e **fazendo com que se sintam mais cuidados**.

Envia automaticamente comunicações de retorno

De acordo com o tratamento que seu paciente está fazendo, você escolhe a periodicidade do retorno, e o iClinic Marketing **envia automaticamente o lembrete do retorno ao seu paciente**. E a melhor parte: o paciente pode marcar pelo seu [Agendamento Online](#), caso você o utilize.

Seleciona quais pacientes irão receber as mensagens

Você pode escolher exatamente quais pacientes irão receber as comunicações nas campanhas de e-mail, selecionando por tipo de procedimento realizado, tags do prontuário eletrônico, entre outros. É só escolher seus critérios e ver a mágica acontecer.

Envia campanhas de mala direta

Você também pode enviar e-mails que não são automáticos, seja em uma data especial, ou trazendo um artigo importante do seu blog. O objetivo é **informar os pacientes**, e ser lembrado!

Realiza mais procedimentos

É possível elaborar sequências automáticas de e-mail, conforme a necessidade, para que o seu **paciente se sinta mais confiante** em realizar procedimentos no seu consultório.

Para quem é recomendado?

O iClinic Marketing é recomendado para todo profissional que busca: **umentar os retornos** no consultório, **umentar o número de procedimentos** realizados, e auxiliar os pacientes com **orientações pré e pós-operatório**.

E você, aonde você se encaixa?

Para te ajudar a compreender o funcionamento de cada um dos tipos de e-mails disponíveis, separamos um conteúdo completo e com algumas dicas importantes. Veja quais são elas a seguir!

Qual a diferença entre campanhas de e-mail e sequência automática de e-mails?

No iClinic Marketing, existem dois tipos de e-mail que podem ser enviados: as **campanhas de e-mail** e a **sequência automática de e-mails**.

Veja a diferença entre eles a seguir:

Campanhas de e-mail

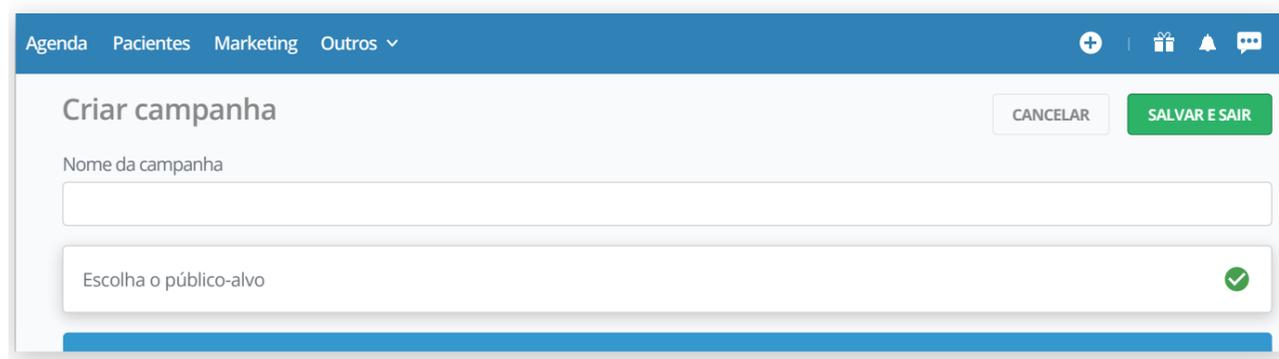
As campanhas de e-mail são aqueles e-mails programados para serem **enviados uma única vez**. São popularmente conhecidos como mala direta ou e-mail marketing.

Normalmente, eles estão associados a **campanhas pontuais** - como Outubro Rosa, aniversário da clínica ou alguma promoção - ou **datas comemorativas**, como Dia das Mulheres, Natal, entre outros.

Você pode ainda utilizar as campanhas de e-mail para **enviar recados gerais** aos seus paciente sobre a clínica, como um período em que você esteja de férias, adicionando o link do seu agendamento online para que os pacientes já possam agendar as consultas, e você tenha a sua agenda cheia quando retornar do descanso.

Um dos usos mais interessantes pode ser o de educação pontual. Seja repassando um artigo aos pacientes, ou novidades sobre algum tipo de tratamento. São formas de informar os pacientes, além de ser lembrado por eles.

Nesses e-mails, você escolhe se vai enviá-los para todos os seus pacientes com e-mail cadastrado no iClinic, ou selecionar um público-alvo específico, como “pacientes mulheres com mais de 30 anos”.



Agenda Pacientes Marketing Outros ▾

+

📅 🔔 💬

Criar campanha

CANCELAR SALVAR E SAIR

Nome da campanha

Escolha o público-alvo ✓

Sequência automática de e-mails

A grande diferença entre campanhas de e-mail e a sequência automática de e-mails é que, neste, você pode enviar mais de um e-mail e eles ocorrem em um “fluxo constante”.

Como o próprio nome diz, os e-mails em sequência são um **conjunto de e-mails** enviados de forma automática, em uma **sequência (de ordem e de tempo) pré-determinada**. Como assim? Calma que já explicamos melhor!

A ideia dos e-mails em sequência é que eles trabalhem por você! Ou seja, você determina um objetivo para cada “fluxo” de e-mails, ativando-os para que sejam enviados em determinada ordem e periodicidade.

Podemos ilustrar melhor com um exemplo:

Imagine que um paciente se consultou com você e precisa **retornar daqui 30 dias**. No iClinic Marketing, você pode programar uma sequência de e-mails para lembrar o paciente de voltar em 30 dias.

Para isso, você pode programar o envio de um e-mail para 20 dias antes do retorno, lembrando-o da próxima consulta. Após isso, enviar outro e-mail 15 dias antes, e assim por diante, de acordo com a periodicidade estabelecida por você.

O grande destaque dos e-mails em sequência é que **você só precisa programá-los uma única vez**. Uma vez ativado, basta você incluir o paciente neste “fluxo” e os e-mails são enviados automaticamente.

Fluxo Personalizado Desativar envio de e-mails CANCELAR SALVAR

Personalize e configure abaixo a sequência de e-mails do seu fluxo. Você pode adicionar os pacientes que irão receber os e-mails através da agenda, do prontuário ou do cadastro.

Dados do remetente

Nome do remetente: Dr. iClinico
E-mail do remetente: dr.iclinico@gmail.com

EMAIL 01 ✓

Email 02

Enviar este e-mail: 10 Dias após paciente entrar no fluxo ✕

Assunto do e-mail: Título do e-mail

No iClinic Marketing existem dois tipos de e-mails em sequência, que explicaremos mais a frente!

Como as campanhas de e-mail funcionam no iClinic Marketing?

Como comentamos anteriormente, as campanhas de e-mail são **enviadas uma única vez** para os pacientes selecionados.

O ideal é que cada campanha de e-mail seja **única e memorável**, pois a mensagem destaca algo importante ao seu paciente.

Mas, no iClinic Marketing, você pode ainda duplicar uma campanha existente, caso seja interessante reaproveitar o trabalho que já foi feito para um próximo envio.

Confira a seguir um passo a passo para programar suas campanhas de e-mail no iClinic Marketing.

1 - Crie uma campanha de e-mail

Para acessar o iClinic Marketing, basta clicar em **“Marketing”** na barra azul disponível na parte superior da tela do sistema.

Ao acessar a funcionalidade, clique na seção **“Campanhas de e-mail”**, e depois selecione o botão **“criar campanha de e-mail”**, que se encontra no canto superior direito da sua tela.

2 - Dê um nome para sua campanha

Um dos primeiros passos para desenvolver uma campanha de e-mail é escolher o nome da campanha. Assim, você consegue **encontrá-la facilmente**, deixando claro qual é seu objetivo.

Se você deseja utilizar a campanha para enviar um e-mail personalizado de Natal para seus pacientes, por exemplo, você pode colocar o nome como “Campanha de Natal” ou “Feliz Natal”.

Depois de definir o nome da sua campanha, clique em **“salvar”** e continue para o próximo passo.

3 - Escolha o público-alvo

Você pode enviar a campanha de e-mail para **todos os pacientes** cadastrados no sistema, ou segmentar o envio para **apenas alguns pacientes**.

Para escolher exatamente quais pacientes receberão a campanha, selecione **“segmentar público-alvo”** e depois **“escolha o público-alvo”**, para selecionar os critérios de segmentação.

Você pode escolher até 5 tipos de segmentação ao mesmo tempo. Veja quais são elas a seguir.

- **Pacientes atendidos por profissional:** nessa segmentação, você pode enviar a campanha para os pacientes que foram atendidos por profissionais de saúde específicos do seu consultório;

- **Pacientes marcados com tags no prontuário:** com essa segmentação, você pode escolher pacientes de acordo com as tags do prontuário. Por exemplo, enviar a campanha apenas para pacientes com a tag “paciente com diabetes”;
- **Pacientes atendidos com determinado procedimento:** esse critério permite que você envie a campanha apenas para pacientes que realizaram determinados procedimentos no consultório;
- **Pacientes do gênero:** você pode ainda especificar para qual gênero quer enviar a campanha de e-mail;
- **Faixa de idade:** com esse critério, você seleciona exatamente para qual faixa etária você gostaria de enviar a mensagem.

Assim, você consegue atingir os pacientes certos, sem se preocupar em realizar todo esse trabalho manualmente.

Observe que, ao fim da seção “Escolha o público-alvo”, existe o **total de pacientes** que receberão a sua mensagem. Esse total é o número de pacientes, cadastrados no sistema iClinic, que tem o campo de e-mail preenchido e que obedecem aos critérios estabelecidos de público-alvo.



4 - Escreva seu e-mail

Esse é o momento de **destacar a mensagem** que você quer mandar. Por isso, seja criativo, tenha uma comunicação próxima e humanizada com seu paciente, evite termos técnicos, e garanta uma mensagem personalizada.

Em **“Nome do remetente”**, você deve inserir o nome de quem está enviando a campanha. Aqui é possível inserir o nome de qualquer usuário cadastrado na sua clínica no iClinic. O mesmo vale para “E-mail do remetente”.

O e-mail do remetente será o endereço de e-mail que receberá todas as respostas dos pacientes, caso eles respondam a campanha.

Essas duas configurações são partes **obrigatórias** para o envio da campanha.

Também é fundamental que você adicione o **assunto da mensagem**, para que seus pacientes saibam sobre o que se trata. Aqui, é interessante ser bastante direto e atrativo, para fazer com que as pessoas tenham vontade de abrir seus e-mails.

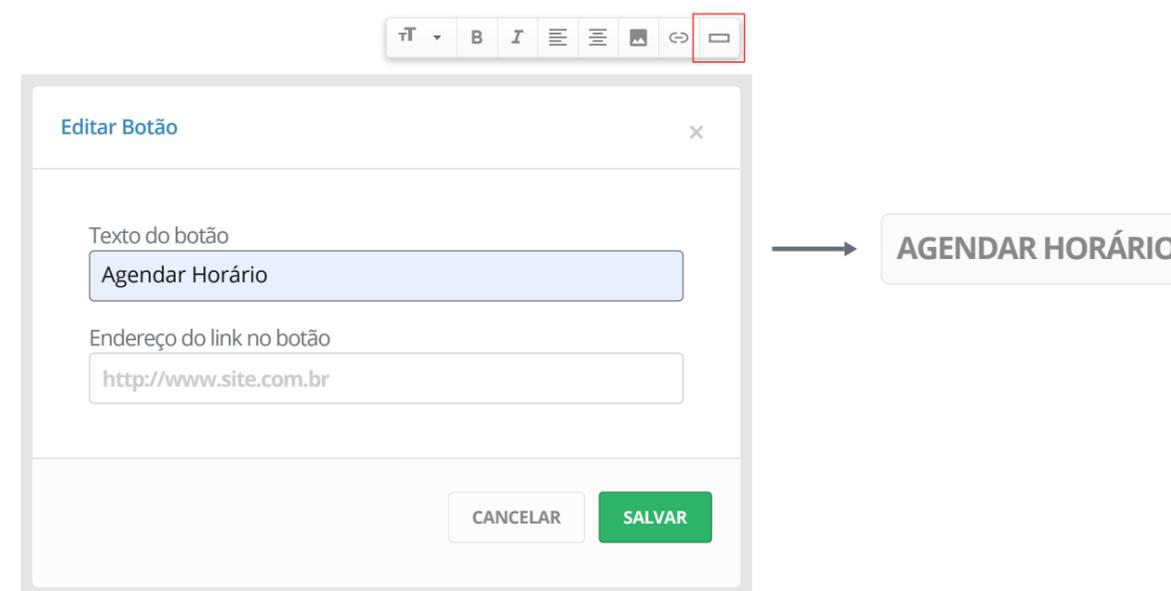
Na hora de elaborar a mensagem do e-mail, lembre-se de ser objetivo, crie uma comunicação alinhada com o perfil dos seus pacientes e envie conteúdos relevantes e completos, assim o resultado da sua estratégia será mais efetiva.

Para tornar o e-mail mais atrativo, lembre-se de **personalizar a mensagem** utilizando a caixa de texto, representada a seguir:



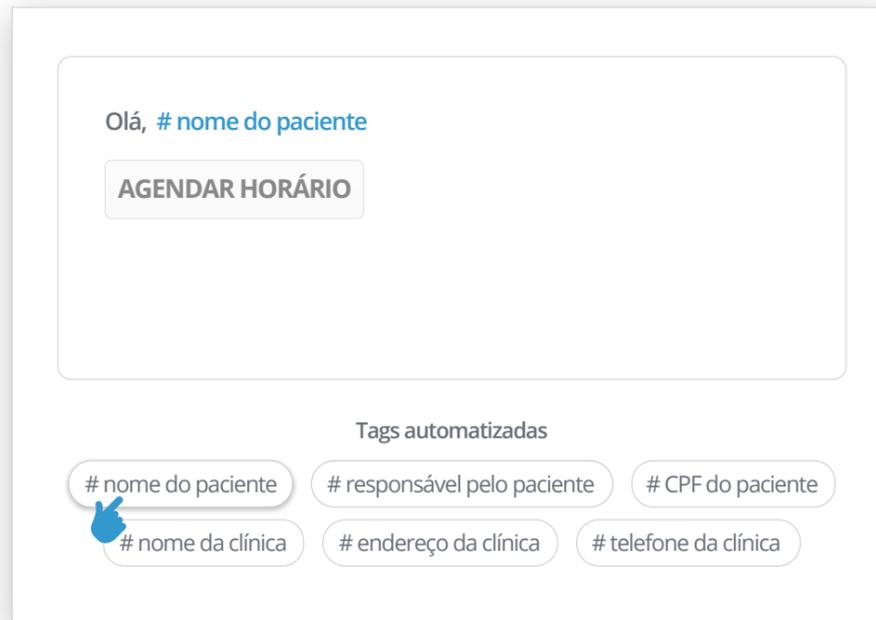
Seguindo a ordem dos ícones, da esquerda para a direita, você pode: configurar o tamanho do texto; selecionar trechos em negrito ou itálico; escolher em qual formato o texto aparecerá no e-mail; adicionar links nas palavras selecionadas; anexar imagens; e ainda acrescentar um botão.

Para adicionar um botão, basta clicar no último ícone à direita, escrever o texto que aparecerá no botão, e inserir o link para onde você deseja direcionar seu paciente. O **botão pode ser usado para direcionar seu paciente** até seu agendamento online ou um artigo do seu blog, por exemplo.



Para personalizar ainda mais seu e-mail, você também pode utilizar as **tags automatizadas**, tornando o envio ainda mais prático. A tag “nome do paciente”, por exemplo, adiciona o nome do paciente automaticamente no local onde ela é inserida. Dessa forma, **a conversa fica mais pessoal**, sem precisar escrever um e-mail individualizado para cada paciente.

Para inserir uma tag automatizada no corpo do e-mail, basta clicar sobre ela.



5 - Programe o envio da campanha

Agora é o momento de programar o envio dos e-mails. Na campanha de e-mail, você pode **“salvar e enviar mais tarde”**, caso ainda não tenha decidido quando deseja enviar as mensagens, ou se ainda não terminou de revisar o e-mail.

Caso já tenha decidido a data que gostaria de enviar a comunicação, clique em **“Agendar e-mail”**, especificando a data e o horário do envio. Assim, seus pacientes receberão o e-mail no dia e horário programado.

Você também pode clicar em **“Enviar e-mail agora”** para enviar a campanha assim que acabar de configurá-la. Bem prático, não é mesmo?

Quer ver a aparência do seu e-mail antes de enviá-lo a seus pacientes? Basta clicar em **“enviar e-mail de teste”**, e você receberá a mensagem no e-mail de sua preferência. :)

Assim, você avalia se o e-mail precisa de alterações ou se está pronto para o envio.



6 - Acompanhe o desempenho da campanha

Para cada envio de campanha de e-mail, você precisa analisar seus resultados para saber se o assunto foi atrativo, se as pessoas realmente leram a mensagem e interagiram com seu e-mail. Isso tudo para que você possa fazer **campanhas ainda melhores e mais efetivas.**

Na tela inicial da seção de Campanhas de e-mail, você pode acompanhar em tempo real como foi o desempenho da sua campanha.

O **“status”** representa o estado atual da campanha. Existem três opções de status:

- **Rascunho:** quando você não terminou de editar sua campanha;
- **Agendado:** quando o envio da campanha já está configurado;
- **Enviado:** quando a campanha já foi enviada.

Na coluna **“Enviado”**, você consegue visualizar quantos pacientes receberam a sua mensagem.

A **“abertura”** mostra, em porcentagem, quantos pacientes **abriram o e-mail**. E, em **“cliques”**, você vê, também em porcentagem, **quantos cliques a campanha gerou** no total.

Quanto maior a **taxa de abertura**, quer dizer que o assunto do e-mail foi bastante atrativo. Ou seja, as pessoas ficaram interessadas com o e-mail e quiseram saber mais sobre seu conteúdo, por isso abriram a mensagem.

Você pode **testar diferentes tipos de assunto** para saber com qual seu público-alvo se identifica mais. Por exemplo, um assunto mais direto como “Dr. iClinico te deseja um Feliz Natal” pode ser mais atrativo do que “Veja a surpresa que preparei para você”. Mas, isso você só vai descobrir testando os diferentes formatos.

Já a **taxa de clique** representa a interação do seu público-alvo com o e-mail. Quanto maior seu valor, mais as pessoas se identificaram com o conteúdo e quiseram ir além - buscando saber mais por meio do link que você forneceu.

☐ NOME DA CAMPANHA		STATUS	ENVIADO	ABERTURA	CLIQUE
☐ Agendamento	  	Enviado	150	80%	14%
☐ Aviso de férias	  	Agendado	-	-	-
☐ Promoção	  	Enviado	450	50%	10%

Para **aumentar a taxa de clique** você precisa identificar o tom de voz que seus pacientes gostam de ser tratados, se gostam de e-mails mais longos ou mais curtos, se gostam ou não de imagens. Novamente, esse aprendizado vem conforme você testa diferentes formatos de e-mail.

Dessa forma, você tem uma visão mais clara sobre os resultados da campanha, quais foram os diferenciais de cada e-mail e acompanha de forma eficiente quais estão trazendo mais resultados, engajando os pacientes.

Você também pode pesquisar as campanhas por nome após sua criação.

Exemplo de Campanhas de e-mail



Como funcionam os e-mails em sequência no iClinic Marketing?

Diferente das campanhas de e-mail, os e-mails em sequência são **enviados de forma contínua** para seus pacientes, de acordo com a sua programação, até o término da sequência.

Os e-mails em sequência são usados para **lembrar constantemente seus pacientes** sobre orientações médicas pós-procedimento, ou ainda como lembretes de retorno, entre outros.

Por isso, é essencial que você ou sua recepcionista anote o e-mail de seus pacientes durante o cadastro.

A seleção do público-alvo nos e-mails em sequência é diferente das campanhas de e-mail. Nos e-mails em sequência é **preciso ativar o seu envio primeiramente**, para depois inserir os pacientes neste “fluxo”.

Existem 3 formas de você inserir seus pacientes no público-alvo dos e-mails em sequência: pelo **prontuário do paciente**, pela **agenda** no horário agendado ou ainda pelo **cadastro do paciente**, como mostrado nas imagens a seguir.

The image displays three screenshots of the iClinic Marketing interface. The first screenshot shows a patient profile for João Francisco, with details such as age (28 years, 1 month, 27 days), first consultation date (29/10/2017), and email (joão.francisco@gmail.com.br). A red box highlights the 'INSERIR E-MAIL AUTOMÁTICO' button. The second screenshot shows a patient profile for Pedro H. Alves, with details such as sex (masculino), age (27 years, 8 months, 1 day), and last consultation date (8 days ago). A red box highlights the 'INSERIR E-MAIL AUTOMÁTICO' button. The third screenshot shows a form for patient registration with fields for Name, Code, Date of Birth, Sex, and Email. A red box highlights the 'INSERIR E-MAIL AUTOMÁTICO' button.

A seguir, comentamos os dois tipos de e-mails em sequência do iClinic Marketing. Continue a leitura, e descubra como configurá-los de forma prática!

Sequência de e-mails padrão

A sequência de e-mails padrão são “fluxos” de e-mail pré-prontos no sistema iClinic. Isso porque, o público-alvo que receberá esses e-mails, são pacientes que atendem determinados **critérios identificados automaticamente** pelo sistema.

Existem dois modelos de e-mails em sequência no iClinic Marketing: e-mails pós-atendimento e e-mails de lembrete de retorno.

Os **e-mails em sequência pós-atendimento** são enviados no dia seguinte ao atendimento realizado, para todos os pacientes que foram atendidos no dia anterior. Depois de ativado, você não precisa selecionar manualmente quais foram os pacientes atendidos, o sistema já faz isso de forma automática.

The screenshot shows the 'Pós Atendimento' configuration interface. At the top, there is a toggle switch for 'Desativar envio de e-mails' which is turned on, and buttons for 'CANCELAR' and 'SALVAR'. Below this is a descriptive text: 'Personalize e configure abaixo a sequência de e-mails do seu fluxo. Você pode adicionar os pacientes que irão receber os e-mails através da agenda, do prontuário ou do cadastro.' The main configuration area is divided into two sections: 'Dados do remetente' and 'Email 02'. The 'Dados do remetente' section contains two dropdown menus: 'Nome do remetente' (set to 'Dr. iClinico') and 'E-mail do remetente' (set to 'dr.iclinico@gmail.com'). Below this is a section for 'EMAIL 01' with a green checkmark icon. The 'Email 02' section has a blue header and contains a field for 'Enviar este e-mail' set to '15 Dias' after the patient enters the flow, and an 'Assunto do e-mail' field with the text 'Agenda seu retorno.'. A rich text editor toolbar is visible below the subject field, and a preview of the email content is shown at the bottom.

A ideia deste fluxo é que você envie um agradecimento pela escolha do paciente em ir até a sua clínica. Você pode ainda enviar uma pesquisa de satisfação para saber o que seus pacientes acham da sua clínica!

Os **e-mails em sequência de lembrete de retorno** enviam e-mails a um determinado paciente que precisa voltar à clínica num momento específico, seja para outra consulta ou realizar algum outro procedimento.

Quando o sistema iClinic identifica que esse paciente tem um novo agendamento marcado, ele é retirado do fluxo de e-mails e não receberá mais lembretes de retorno.

The screenshot shows the 'Lembrete de Retorno' configuration interface. It has the same layout as the 'Pós Atendimento' screen, including the 'Desativar envio de e-mails' toggle (turned on), 'CANCELAR', and 'SALVAR' buttons, and the descriptive text. The 'Dados do remetente' section is identical, with 'Nome do remetente' set to 'Dr. iClinico' and 'E-mail do remetente' set to 'dr.iclinico@gmail.com'. Below this is the 'EMAIL 01' section with a green checkmark icon. The 'Email 02' section has a blue header and contains a field for 'Enviar este e-mail' set to '15 Dias' after the patient enters the flow, and an 'Assunto do e-mail' field with the text 'Agende seu retorno.'. A rich text editor toolbar is visible below the subject field, and a preview of the email content is shown at the bottom.

No iClinic Marketing, existem várias opções de e-mails de lembrete de retorno (7 dias, 15 dias, 30 dias e outros). Você precisa **ativar a sequência que deseja utilizar** e inserir o paciente na sequência ideal.

Os únicos ajustes que você deve realizar nessas sequências são: os conteúdos do e-mail e quantos e-mails deseja enviar. Após isso, basta ativar o seu envio.

Continue a leitura e descubra como configurar uma sequência de e-mails padrão na prática.

1 - Ative as sequências de e-mails

Para acessar as sequências de e-mail padrão, clique na área de **“Marketing”**, e depois acesse a seção **“Sequência automática de e-mails”**. Por fim, clique em **“Sequência de e-mails padrão”**.

Essa seção é separada em duas partes, a primeira sendo voltada para os **e-mails pós-atendimento**. Para ativar esse fluxo, basta clicar no botão disponível ao lado esquerdo do nome da sequência.

A segunda parte é voltada para os **lembretes de retorno**, uma sequência de e-mails enviada com o objetivo de lembrar seus pacientes de marcarem um retorno no seu consultório.

Ela é ativada da mesma forma que os e-mails pós-atendimento (clique no ícone). Depois de habilitadas, **as sequências são enviadas de forma automática** pelo sistema.

2 - Personalize suas sequências de e-mails

Caso deseje, você pode personalizar as sequências de e-mails desses fluxos clicando no ícone “lápis”, disponível ao lado direito do nome da sequência.

A personalização do conteúdo do e-mail funciona da mesma forma que a campanha de e-mails mencionada mais acima no eBook. Você pode seguir o mesmo passo a passo para realizar a edição da forma que achar melhor.

Você também pode adicionar mais de um e-mail **na sequência de retorno**, se assim desejar, especificando quando ele deve ser enviado.

Tudo pronto? Certifique-se que, ao final da sequência, o envio automático dos e-mails esteja ativado e clique no botão para **salvar e ativar**.

3 - Acompanhe o fluxo das sequências

As sequências de e-mail padrão são enviadas de forma contínua para os seus pacientes, por isso, é importante acompanhar quantos pacientes estão ou não ativos nesse fluxo.

Você pode visualizar isso de forma prática na própria tela inicial da seção, pelos critérios **“pacientes ativos”**, que mostra o número de pacientes que ainda estão recebendo os e-mails, e **“finalizaram o fluxo”** para aqueles que já receberam todos.

<input type="checkbox"/> NOME DO FLUXO	PACIENTES NO FLUXO	CONTATOS QUE FINALIZARAM O FLUXO
<input type="checkbox"/> Lembrete de retorno	320	289
<input type="checkbox"/> Lembrete de agendamento	200	165
<input type="checkbox"/> Pós consulta	450	428
<input type="checkbox"/> Acompanhamento de tratamento	250	234

Assim, você tem um **controle em tempo real** sobre quantos pacientes estão recebendo suas sequências de e-mail e se eles estão funcionando corretamente.

Sequência de e-mails personalizados

A sequência de e-mails personalizados, como o próprio nome diz, são usadas para as mensagens que necessitam de uma personalização maior, como uma **sequência de e-mails de plano de cuidado** de um pós-operatório, por exemplo.

Os e-mails em sequência personalizados servem para você **enviar orientações médicas periódicas** para os pacientes que realizaram procedimentos específicos, ou antes de realizarem o procedimento.

Essa sequência de e-mails também é enviada de forma automática para os pacientes selecionados. O principal objetivo desse e-mail é que você ajude o seu paciente a recordar todas as orientações necessárias, **evitando complicações futuras**, reduzindo o volume de perguntas frequentes, e também deixando o paciente mais seguro quanto à realização do procedimento.

Diferente das sequências de e-mails padrão, **os e-mails personalizados não são pré-prontos** dentro do sistema. Ou seja, você precisa **criar toda a sequência do zero**.

Pode parecer um processo complexo, mas você só precisa criar uma sequência para cada procedimento que desejar uma única vez. Mais prático do que fazer manualmente para todos os pacientes ao longo do tempo, não acha?

Confira a seguir o passo a passo para criar uma sequência de e-mails totalmente do zero.

1- Defina o objetivo da sequência de e-mails

Antes de começar a elaborar uma sequência de e-mails, primeiro é preciso pensar em **qual é o seu objetivo**, e para **qual público** será direcionado.

Se você costuma realizar muitos procedimentos cirúrgicos no seu consultório, ter uma sequência com cuidados pós-cirúrgicos para cada procedimento pode ser uma ótima estratégia.

Assim, você garante que seus pacientes não esquecerão das suas orientações, **diminuindo as chances de complicações futuras**. Além disso, é possível otimizar um processo que normalmente levaria um tempo excessivo para ser feito manualmente.

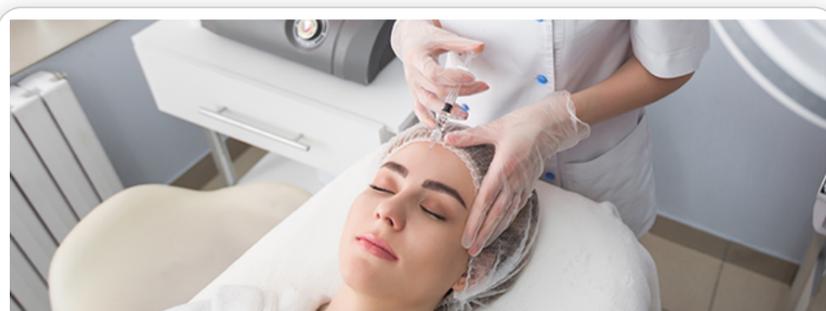
2 - Insira o nome da sequência, o público-alvo e o conteúdo

Após definir qual é o objetivo da sequência de e-mails, é preciso pensar sobre qual será o nome desta sequência para você identificá-la facilmente.

O segundo passo é **selecionar os pacientes** que receberão essa sequência de e-mails. Na sequência de e-mails personalizada, você deve **inserir seus pacientes manualmente** para receberem os e-mails. Como dito mais acima, você pode fazer isso pelo prontuário, pela agenda ou ainda pelo cadastro do paciente.

Após isso, você pode começar a elaborar os e-mails da sequência, inserindo o assunto do e-mail e o conteúdo, ou seja, a mensagem enviada para os pacientes.

Imagine que a sua sequência de e-mails seja para orientações médicas após uma aplicação de Botox. Um bom nome para a sequência seria “Orientações pós-botox”, e um assunto para o e-mail poderia ser “Orientações pós-cirúrgicas do Botox”.



Olá, # nome do paciente

Ontem realizamos a aplicação de Botox®.
Como recomendação para os próximos dias, gostaria que seguisse os seguintes passos:

- Não massagear a região onde o produto foi aplicado;
- Não pratique exercícios físicos nas próximas 48 horas;
- Não viajar nas próximos dias;

Importante:

- Após o procedimento com Botox®, nota-se um vermelhidão e inchaço ao redor dos pontos de aplicação. É uma reação normal que desaparece em aproximadamente 5 horas;
- Dores de cabeça ou dores locais podem ocorrer. Isto é comum e estes sintomas devem desaparecer em no máximo 24 horas.

Caso tenha algum sintoma persista por mais tempo, por favor pode me contatar.

Um abraço,
Dr. iClinico
nome da clínica

O conteúdo provavelmente será a parte mais fácil para você, especialista no procedimento, já que possui autoridade no assunto. Apenas **evite usar termos muito científicos e técnicos**, que muitas vezes seus pacientes não entendem. Uma dica é anotar todos os pontos mais importantes para serem passados aos pacientes, e escrever os textos a partir dessas informações essenciais.

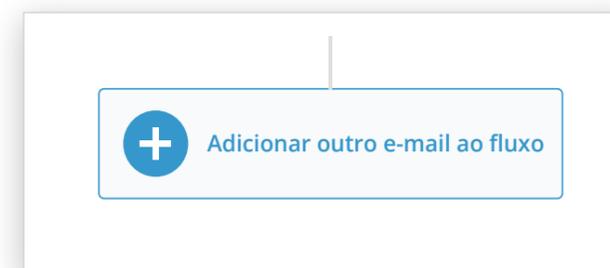
Elaborar o conteúdo dos e-mails é um passo fundamental, pois assim você terá ideia de quantos e-mails serão necessários para toda a sequência de e-mails de cuidado.

Também é importante sempre utilizar uma **linguagem clara e objetiva**. Estruturar sua mensagem em formato de lista ou tópicos, por exemplo, pode ajudar a tornar o conteúdo mais educativo para seus pacientes. Veja um exemplo que elaboramos abaixo.

3 - Edite a sequência no sistema

Para editar e personalizar a sequência, basta seguir os mesmos passos mencionados durante o eBook. A única diferença é que você poderá programar vários e-mails em uma única sequência. :)

Para adicionar mais e-mails na sequência, basta clicar no botão **“Adicionar outro e-mail ao fluxo”**, que fica abaixo do último e-mail da sequência.



4 - Programe as datas de envio dos e-mails

Como as sequências são enviadas de forma contínua para seus pacientes, será preciso programar o período de envio dos e-mails.

Acima de todo o corpo do e-mail, você terá uma mensagem, semelhante a visualização a seguir:

Enviar este e-mail Dias após paciente entrar no fluxo

Você pode configurar exatamente quantos dias, ou meses, o paciente deverá receber cada e-mail da sequência, **após ele ser inserido** nessa sequência de e-mails. Assim, você garante que ele receberá as **orientações de forma contínua**, diminuindo os riscos de complicações.

5 - Acompanhe os resultados

Assim como nas outras seções, também é fundamental que você acompanhe os resultados das suas sequências personalizadas. De forma que você consegue ter um controle maior sobre a gestão do seu consultório.

As métricas **“pacientes ativos”** e **“finalizaram o fluxo”** aparecerão na tela inicial da seção, assim como nas outras sequências de e-mail.

Exemplo de Sequência de e-mail personalizado



Olá, [# nome do paciente](#)

Como está se sentindo?
Alguma dor ou algum incômodo?

Dentro de alguns dias, você receberá uma sequência de e-mails com algumas instruções para você seguir após o procedimento realizado.

Para começar, não se esqueça de:

- Trocar os curativos ao menos 2 vezes por dia;
- Tomar o medicamento Dipirona a cada 4 horas;

Qualquer dúvida, entre em contato pelo telefone [# telefone](#) da clínica.
Um abraço e nos vemos em alguns dias!

Um abraço,
Dr. iClinico
[# nome da clínica](#)

Conclusão

O e-mail marketing é uma ótima estratégia para qualquer médico que além de **cuidar dos seus pacientes**, também deseja [fidelizá-los](#).

Para os profissionais que também administram seu próprio consultório, uma ferramenta como o iClinic Marketing se torna fundamental. Afinal, ela otimiza um processo, aumentando o engajamento com seus pacientes, e elevando o nível do seu atendimento.

É importante que você se mantenha atento a todos os passos mencionados neste eBook, para que você possa utilizar ao máximo todos os diferenciais do iClinic Marketing.

Esperamos que você aproveite bastante o conteúdo e elabore estratégias únicas de e-mail, diferenciando ainda mais o seu atendimento.

Caso ainda tenha alguma dúvida, entre em contato com a gente através do e-mail suporte@iclinic.com.br, ou fale com nossos Especialistas pelo chat dentro do sistema.

Materiais complementares:

<https://content.iclinic.com.br/ebook-email-marketing-na-sua-clinica>

<https://blog.iclinic.com.br/e-mail-marketing-e-automacao-de-marketing/>

<https://blog.iclinic.com.br/como-utilizar-e-mail-marketing-na-clinica/>

<https://blog.iclinic.com.br/e-mails-marketing-para-clinica-medica/>



Sobre a iClinic

No início, a iClinic era apenas uma empresa de software médico.

Com a ajuda dos nossos clientes, os profissionais da saúde, percebemos que para realmente ajudá-los na sua jornada para o sucesso, precisaríamos ir muito além. Prontuário e agendamento já não são mais suficientes.

Nossa missão é empoderar os médicos de clínicas e consultórios, os ajudando a cuidarem de seus negócios com os avanços e benefícios da tecnologia.

Queremos tornar o atendimento aos pacientes mais eficiente, possibilitando uma experiência mais agradável para eles. Foi pensando nisso que lançamos o iClinic Marketing.

Links úteis:

[Blog da iClinic](#)

[Site iClinic](#)

[Página da iClinic no Facebook](#)