

PLAYBOOK 04 — WHATSAPP COMERCIAL E CONVERSÃO

Como Transformar Conversas em Consultas e Consultas em Protocolos Sem Parecer “Venda”

Luciana, hoje o WhatsApp será:

o principal canal comercial da clínica.

E isso significa que: a forma como as conversas acontecem vai impactar diretamente:

- conversão
- percepção de valor
- retenção
- autoridade
- faturamento.

Porque no mercado premium: o paciente decide muito antes da consulta.

Ele decide:

- pelo tom
- pela clareza
- pela organização
- pela sensação de confiança
- pela experiência da conversa.

Por isso: o WhatsApp da clínica NÃO pode parecer:

- improvisado
- frio
- comercial demais
- insistente
- confuso.

Ele precisa transmitir:

profundidade, segurança e estrutura.

O PAPEL DO WHATSAPP NA CLÍNICA

O WhatsApp NÃO será apenas: “um canal de atendimento”.

Ele será:

uma extensão da experiência premium da clínica.

Ou seja: o paciente precisa sentir:

- acolhimento
- calma
- organização
- clareza
- profissionalismo

Antes mesmo de entrar na clínica.

O MAIOR ERRO DAS CLÍNICAS

O erro mais comum é: tentar vender rápido demais.

Exemplo:

- falar preço imediatamente
- explicar protocolos cedo demais
- pressionar consulta
- excesso de mensagens comerciais.

Isso gera:

- resistência

- desconfiança
- percepção de venda.

O objetivo do WhatsApp NÃO é: convencer.

É:

conduzir.

ESTRUTURA IDEAL DO FLUXO COMERCIAL

A estrutura recomendada será:

**ENTRADA → CONEXÃO → AUTORIDADE
→ CONSULTA → PROTOCOLO**

Essa sequência aumenta:

- confiança
 - percepção premium
 - adesão
 - fechamento.
-

ETAPA 1 — MENSAGEM AUTOMÁTICA DE ENTRADA

Objetivo:

- acolher
- organizar
- iniciar qualificação leve.

MODELO RECOMENDADO

Mensagem automática:

“Oi, tudo bem?

Que bom ter você por aqui 🧡

Antes de te explicar como funciona meu atendimento integrativo, quero entender um pouquinho melhor o que você está sentindo hoje.

Me responde rapidinho:

- 1 Qual seu principal objetivo ou sintoma hoje?
- 2 Há quanto tempo isso vem acontecendo?
- 3 Você já fez algum tratamento antes?”

POR QUE ESSA ESTRUTURA FUNCIONA

Ela:

- humaniza
- qualifica
- cria envolvimento emocional
- faz o paciente investir na conversa.

ETAPA 2 — APRESENTAÇÃO DA CONSULTA

Aqui entra:

- texto

- áudio
- vídeo.

Essa combinação:

aumenta MUITO a conversão.

O QUE O TEXTO PRECISA FAZER

Objetivo:

- explicar de forma simples
 - mostrar profundidade
 - aumentar percepção de valor.
-

EXEMPLO DE TEXTO

“Vou te explicar rapidinho como funciona minha consulta integrativa.

O atendimento aqui não é focado apenas no sintoma isolado.

A proposta é entender o que pode estar gerando esses desequilíbrios no seu corpo.

Por isso, além da avaliação clínica e da conversa detalhada sobre sintomas e histórico, eu também utilizo ferramentas integrativas que ajudam a analisar metabolismo, inflamação, funcionamento do organismo e possíveis sobrecargas que podem estar interferindo na sua saúde.

A partir disso, eu consigo montar um direcionamento mais individualizado e estratégico para o seu caso.”

ETAPA 3 — ÁUDIO DE CONEXÃO

O áudio é MUITO importante.

Porque ele:

- humaniza
 - gera proximidade
 - aumenta confiança
 - transmite autoridade.
-

ESTRUTURA DO ÁUDIO

O áudio deve incluir:

- acolhimento
 - explicação leve
 - lógica da consulta
 - duração
 - localização
 - valor
 - fechamento suave.
-

MODELO DE ÁUDIO

“Oi, [nome], tudo bem?”

Vi aqui o que você me falou e realmente faz bastante sentido investigar isso com mais profundidade.

Minha consulta funciona de uma forma mais integrativa. Então eu não olho só o sintoma isolado.

Eu avalio histórico, rotina, funcionamento do corpo, padrões de inflamação, metabolismo e outros fatores que podem estar relacionados ao que você está sentindo hoje.

A consulta dura em média de 1h a 1h30 e nela eu também faço a avaliação integrativa e biofísica pra entender melhor o funcionamento do organismo.

Depois disso, eu consigo te direcionar de forma muito mais assertiva sobre o que faz sentido pro seu caso.

Eu vou te mandar aqui embaixo um vídeo mostrando um pouquinho melhor como funciona essa avaliação 🍷”

ETAPA 4 — VÍDEO DE AUTORIDADE

Esse vídeo será MUITO importante.

Porque ele:

- aumenta percepção premium
 - reduz medo
 - reduz objeção
 - aumenta confiança
 - aumenta fechamento.
-

O QUE O VÍDEO PRECISA MOSTRAR

Ideal:

- ambiente da clínica
 - equipamentos
 - bioressonância
 - explicação leve
 - experiência
 - bastidores.
-

TEMPO IDEAL

1 minuto a 2 minutos.

Sem excesso técnico.

O QUE MAIS CONVERTE NO VÍDEO

Mostrar:

- acolhimento
 - experiência
 - profundidade
 - organização.
-

ETAPA 5 — CONDUÇÃO PARA AGENDAMENTO

Depois do vídeo:

EXEMPLO

“Depois de entender um pouco melhor o seu caso, acredito que essa avaliação pode te ajudar bastante a encontrar a causa desses sintomas de forma mais estratégica.

Hoje eu estou atendendo com horários limitados justamente porque os atendimentos são mais longos e individualizados.

Me fala qual período costuma funcionar melhor pra você: manhã, tarde ou noite?”

POR QUE ISSO FUNCIONA

Porque:

- não força
- não pressiona
- não parece venda
- conduz naturalmente.

SE A PESSOA SUMIR — FOLLOW-UP INTELIGENTE

O follow-up NÃO deve parecer:

- cobrança
- insistência
- desespero.

Ele deve:

agregar percepção.

EXEMPLO 1 — FOLLOW-UP EDUCATIVO

“Oi, [nome].

Lembrei de você porque atendi essa semana uma paciente com sintomas muito parecidos com os que você comentou comigo.

E uma coisa que apareceu muito forte no caso dela foi um processo inflamatório silencioso que ela nem imaginava que estava impactando tanta coisa no corpo.

Isso é mais comum do que parece.”

EXEMPLO 2 — FOLLOW-UP DE AUTORIDADE

“Você sabia que muitas mulheres passam anos tentando tratar sintomas isolados sem perceber que o corpo já está sobrecarregado há muito tempo?

Por isso uma avaliação mais integrativa acaba acelerando muito o entendimento do que realmente precisa ser tratado.”

EXEMPLO 3 — FOLLOW-UP DE RECONEXÃO

“Oi, [nome] 🧡

Só passando aqui porque vi que você tinha interesse na avaliação integrativa e eu queria entender melhor seu momento pra não ser insistente nem inconveniente.

Me responde só com um número pra eu conseguir me organizar por aqui:

- 1 Quero fazer a consulta
 - 2 Quero fazer, mas mais pra frente
 - 3 Decidi não seguir agora”
-

POR QUE ESSA ESTRUTURA FUNCIONA

Porque:

- tira pressão
 - gera clareza
 - evita insistência
 - mantém posicionamento premium.
-

COMO A CONSULTA PRECISA SER CONDUZIDA

A consulta precisa:

aumentar percepção de profundidade.

O paciente precisa sentir:

- lógica
 - método
 - raciocínio clínico
 - personalização.
-

O QUE MAIS AUMENTA FECHAMENTO

- 1. Clareza do diagnóstico**
 - 2. Explicação simples**
 - 3. Segurança na condução**
 - 4. Estrutura do protocolo**
 - 5. Percepção de acompanhamento.**
-

COMO APRESENTAR O PROTOCOLO

NUNCA:

- pedir desculpas pelo valor
- justificar demais
- parecer insegura.

O protocolo deve ser apresentado:

como recomendação estratégica.

EXEMPLO

“Pelo que eu avaliei no seu caso hoje, o protocolo mais indicado é o Reequilíbrio Metabólico.

Porque além da inflamação e da sobrecarga que apareceram, também existe um padrão de fadiga e metabolismo desacelerado que precisa ser trabalhado com continuidade.”

O QUE AUMENTA MUITO A CONVERSÃO

Mostrar:

- lógica
 - estrutura
 - continuidade
 - acompanhamento
 - personalização.
-

CHECKLIST DE IMPLEMENTAÇÃO — WHATSAPP

PRIORIDADE 1

Estruturar:

- mensagem automática
 - etiquetas
 - fluxo.
-

PRIORIDADE 2

Gravar:

- áudio padrão
 - vídeo da consulta
 - vídeo da clínica.
-

PRIORIDADE 3

Criar:

- follow-ups inteligentes
 - mensagens educativas
 - conteúdos de apoio.
-

PRIORIDADE 4

Padronizar:

- tom
 - linguagem
 - tempo de resposta.
-

VISÃO ESTRATÉGICA FINAL

O WhatsApp da clínica NÃO deve funcionar: como atendimento improvisado.

Ele deve funcionar:

como um sistema estruturado de percepção de valor.

Onde:

- o paciente sente confiança

- entende a profundidade da clínica
- percebe organização
- e chega na consulta já enxergando valor no acompanhamento.

Porque isso:

- aumenta conversão
- melhora retenção
- fortalece o posicionamento
- e reduz drasticamente a necessidade de “vender”.