

e-book

Marketing Digital para nutricionistas

Como e por que construir e consolidar a presença digital de profissionais e clínicas do ramo.



Responsabilidade profissional na web

O uso estratégico e consciente da internet, incluindo as redes sociais digitais, **pode ser ferramenta importante para a consolidação de carreiras e negócios de profissionais liberais¹**. Na área da saúde, a atuação nesses canais já é bastante disseminada.

A Nutrição, em especial, oferece ampla gama de possibilidades, diante do massivo interesse do público por dicas para o bem-estar por meio da alimentação. Basta dedicar alguns minutos às telas do Instagram ou do YouTube para encontrar uma infinidade de canais e perfis sobre o tema – **muitos com conteúdos produzidos por pessoas que aparentam ser saudáveis, exibindo “corpos esculpturais”, mas sem qualquer tipo de formação acadêmica** que as habilite para orientar seus seguidores².

Por este ponto passam a responsabilidade e até mesmo a importância de que profissionais ocupem esses espaços. Afinal, **o que não faltam na web são dietas e protocolos “milagrosos”**, desconsiderando que apenas os nutricionistas dispõem do conhecimento necessário para avaliar cada indivíduo e oferecer atendimento individualizado, considerando aspectos como idade, peso, altura, patologias, históricos familiares, limitações físicas e objetivos².





Múltiplas vantagens

Entretanto, além de colaborar para a coletividade, em contraponto ao papel desempenhado por influencers e youtubers, **o profissional nutricionista também afere vantagens ao apostar no marketing digital responsável³:**

- Conquista de novos pacientes;
- Ampliação de conexões com outras instituições e negócios do setor;
- Divulgação de imagens com a estrutura e diferenciais da clínica;
- Maior reconhecimento da marca com a presença digital;
- Geração de tráfego para o site da clínica ou para canais específicos de atendimento, como o WhatsApp;
- Melhora do posicionamento do site da clínica nos mecanismos de busca, como o Google, por meio de anúncios e de técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*).



Mais qualidade, maior retorno!

Esses resultados são alcançados com maior eficácia a partir do auxílio ou da orientação de profissionais de comunicação com experiência e conhecimento em marketing digital.



Demonstre notoriedade!

A linguagem e a estética da internet, especialmente em redes como o Instagram e o TikTok, implicam em **estratégias criativas e linguagem de fácil compreensão por parte do público.**

Contas de profissionais e clínicas podem utilizar artifícios para chamar a atenção dos internautas, mas que tal indicar as referências que embasam o conteúdo publicado?

Compartilhar links de artigos científicos é uma forma de valorizar colegas nutricionistas. Se o produtor de conteúdo for o próprio autor do material de referência, configura também boa estratégia para reiterar a notoriedade sobre o assunto⁴.

Indicar a fonte das informações divulgadas, aliás, é uma forma de diferenciar canais de profissionais dos criados por influencers sem formação na área da Saúde.



Conteúdo na prática

A exposição de formas diferentes e saudáveis de preparar alimentos é um **bom exemplo de conteúdo relevante e que desperta interesse do público: são as famosas “receitinhas”!**

O diferencial na atuação do profissional nas redes sociais pode estar, por exemplo, na apresentação de explicações científicas sobre as **características e os benefícios dos ingredientes sugeridos⁴.**

A produção de conteúdo com foco na promoção da saúde, e não com o reforço de padrões estéticos a partir da busca de metas – muitas vezes impossíveis de serem alcançadas naturalmente –, deve ser outro diferencial por parte dos nutricionistas².

Combater *fake news* e desmitificar as “dietas da moda” também são possibilidades de abordagem bem-sucedidas e necessárias².



Onde atuar

Cada profissional ou clínica pode escolher as mídias em que vai desenvolver as estratégias de marketing digital. **Nem sempre o mesmo conteúdo com a mesma linguagem é compatível com diferentes espaços da web.**

Avalie com quais plataformas tem mais afinidade e também a disponibilidade de recursos financeiros e humanos para cada uma delas.

É importante desconstruir a ideia de que a atuação de profissionais ou negócios de saúde na internet se restringe às redes sociais.

O desenvolvimento de um site, por exemplo, pode viabilizar a aposta em marketing de conteúdo, focado em públicos mais segmentados. **A estratégia também agrega à credibilidade da marca, diferencia da concorrência e, sobretudo, proporciona fluxos para converter leitores em pacientes/clientes⁵.**



Sobre as redes sociais, é válido considerar o apreço estético buscado no **Instagram**, que, seguindo tendência do **TikTok**, tem ainda ampliado o alcance de vídeos curtos, com linguagem mais informal e/ou voltada para o entretenimento⁶. São as duas redes com maior capacidade de “viralizar” conteúdos.

O **Facebook** também possibilita a publicação de vídeos e fotos, mas tem sido menos utilizado pelo público mais jovem⁷. O **LinkedIn**, por sua vez, é uma rede social dirigida para a área profissional – importante para estabelecer conexões, compartilhar eventual produção acadêmica e expor portfólio³.

Já o **YouTube** é excelente estratégia para quem tem aptidão e/ou estrutura para produzir conteúdos em vídeo mais bem elaborados.

Código de Ética!

Antes de qualquer empreitada no marketing digital, é essencial que o profissional leia os tópicos relacionados ao tema no Código de Ética e de Conduta do Nutricionista, cuja íntegra pode ser acessada [aqui](#)⁶.

X Descontos

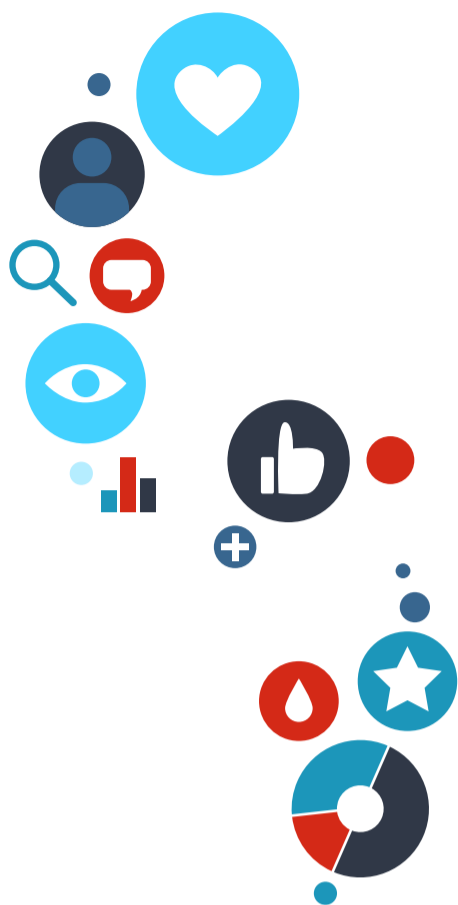
O profissional deve valorizar seu trabalho. A normatização ética estabelece que o anúncio de promoções no valor de atendimentos é prejudicial ao mercado, configurando infração ética grave⁴.

X Antes e depois

Como profissional de saúde, o nutricionista deve preservar a identidade de seus pacientes. O princípio do sigilo, portanto, proíbe a publicação de imagens com o intuito de expor resultados e avanços em tratamentos⁴.

Atenção!

Currículo é coisa séria: **só é permitido divulgar especialidades cujos cursos tenham sido efetivamente concluídos e certificados.** Do contrário, o nutricionista incorre em infração ética. Denúncias de quaisquer práticas incompatíveis com as normas do CFN devem ser apresentadas ao Conselho Regional de Nutricionistas em que o profissional estiver registrado⁴.



Sucesso!

Observando as regras do Código de Ética e de Conduta e valendo-se do conhecimento adquirido ao longo da formação acadêmica e da atividade profissional, os desafios para o desenvolvimento de estratégias eficazes e responsáveis no marketing digital por nutricionistas são facilmente superados e compensados pelos benefícios e resultados alcançados.

O engajamento com o público, o fortalecimento da marca/do nome e o fortalecimento do vínculo com antigos pacientes são fatores que se somam à contribuição coletiva oferecida a partir de conteúdos sérios e de qualidades compartilhados na web³.

Agora, é hora de colocar em prática as dicas para o bom trabalho na internet!

Fontes:

1. Jornal da USP. Redes sociais podem beneficiar carreiras de profissionais liberais. Disponível: <https://ufla.br/noticias/pesquisa/12503-redes-sociais-pesquisa-da-ufla-aponta-erros-de-orientacao-de-nutricionistas-no-instagram>
2. Blog Mackenzie. A real importância do nutricionista em um mundo de influencers. Disponível: <https://blog.mackenzie.br/vestibular/guia-de-profissoes/a-real-importancia-do-nutricionista-em-um-mundo-de-youtubers-e-influencers/>
3. CM Tecnologia. O uso de mídias sociais no mercado da saúde. Disponível: <https://blog.cmtecnologia.com.br/midias-sociais-no-mercado-da-saude/#:~:text=Para%20as%20organiza%C3%A7%C3%B5es%20e%20profissionais,in%C3%BAmeros%20potenciais%20clientes%20e%20pacientes.>
4. Conselho Regional de Nutricionistas – 5ª Região. Manual de uso correto das redes sociais para nutricionistas. Disponível: https://crn5.org.br/wp-content/uploads/2020/07/MANUAL_01.pdf
5. UFABCJr. Por que ter um site. Disponível: <https://ufabcjr.com.br/por-que-ter-um-site-10-beneficios/>
6. G1. Instagram expande função que aproxima rede social do TikTok. Disponível: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/23/instagram-expande-funcao-que-aproxima-rede-social-do-tiktok.ghtml>
7. Exame. Adolescentes preferem Instagram, enquanto mais velhos optam pelo Facebook. Disponível: <https://exame.com/bussola/adolescentes-preferem-instagram-enquanto-mais-velhos-optam-pelo-facebook/>
8. Conselho Federal de Nutricionistas. Código de Ética e de Conduta do Nutricionista. Disponível: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>

