CASE STUDY DE PORTEFÓLIO

FisioVida

Desenhar uma Transformação Digital Centrada nas Pessoas

Digitalizar o processo, não a relação humana.

Projeto de grupo · Case de portefólio de Fábio Pires

Experiência de Cliente · Estratégia Digital · SEO Local · Automação · Otimização de Processos



Os processos manuais estavam a limitar o crescimento e a experiência do paciente.

O desafio da transformação era operacional e comercial: reduzir a fricção sem comprometer o cuidado humano.

DESAFIO CENTRAL

A jornada do paciente começa online, mas a clínica ainda depende de marcações por telefone, registos em papel e acompanhamento manual.

Isto gera perda de leads, pouca visibilidade sobre os dados e escalabilidade limitada.

ESTRANGULAMENTO NAS MARCAÇÕES

A dependência do telefone impede conversões fora do horário de funcionamento.

FALTA DE VISIBILIDADE DOS DADOS

Os registos em papel limitam a visibilidade sobre retenção, ocupação e desempenho dos serviços.

CRESCIMENTO PASSIVO

Depender apenas do passa-palavra torna o crescimento dependente de terceiros.

CARGA ADMINISTRATIVA

A comunicação manual reduz o tempo disponível para cuidados de maior valor ao paciente.

Definir a mudança antes de escolher a tecnologia.

O projeto traduziu o problema em três metas práticas de transformação.

100%

gestão clínica digital

90 dias

Substituir os registos em papel e ativar as marcações online.

+15%

meta de consultas mensais

6 meses

Usar SEO local e reativação de pacientes.

1

dashboard mensal

30 dias após o software

Acompanhar ocupação, rentabilidade e retenção.

Valor para o portefólio · Este case mostra como o marketing digital pode ligar aquisição, operações, experiência e reporting de gestão.

O projeto recorreu a personas para evitar uma jornada genérica para todos os pacientes.

MARIANA MOREIRA · 56

Precisa de confiança, continuidade e um processo simples.

Fricção	Contacto telefónico, registos em papel e receio de falhar consultas.
Fator de confiança	Cuidado humano, organização, informação clara e lembretes.
Canais principais	Google, Facebook, WhatsApp e YouTube.

FRANCISCO SILVA · 30

Procura rapidez, prova técnica e zero burocracia.

Fricção	Chamadas, marcações demoradas e processos com aparência desatualizada.
Fator de confiança	Conveniência digital, evidência, avaliações e clareza técnica.
Canais principais	Google, Instagram e avaliações online.

Implicação · A tecnologia tem de ser simples para Mariana e suficientemente rápida para Francisco.

A tecnologia é o meio, não a necessidade do paciente.

O JTBD clarificou os resultados emocionais e funcionais por detrás de cada jornada.

MARIANA RECORRE À CLÍNICA PARA...

Preservar a independência

Quer manter um papel ativo na vida familiar sem se sentir perdida em processos de saúde desorganizados.

Papel do digital: lembretes, histórico digital e marcações simples reduzem a ansiedade associada à continuidade dos cuidados.

FRANCISCO RECORRE À CLÍNICA PARA...

Recuperar o desempenho

Quer minimizar o tempo entre a lesão e a recuperação total, com clareza técnica e rapidez.

Papel do digital: marcações 24/7, pagamento digital e dados de progresso eliminam burocracia.

Descobrir, marcar, recuperar e regressar com menos fricção.

A jornada redesenhada liga os pontos de contacto de marketing às operações clínicas e à retenção de pacientes.

01

DESCOBRIR

Google, Maps, redes sociais e avaliações

→

02

AVALIAR

Website, fotografias, prova e conteúdo técnico

→

03

MARCAR

Marcação online ou WhatsApp, disponível 24/7

→

04

EXPERIÊNCIA

Check-in digital e registo clínico

→

05

RECUPERAR

Planos de exercícios, lembretes e acompanhamento

→

06

REGRESSAR

Reativação e apoio da comunidade

Mudança estratégica · Passar de um percurso fragmentado e dependente do telefone para uma experiência conectada, apoiada por sistemas digitais.

Construir o sistema em torno da conversão e da continuidade.

O website e o software clínico funcionam como núcleo operacional; os canais em redor atraem, convertem e retêm pacientes.

SEO LOCAL

Google Business Profile + pesquisa local

WEBSITE + SISTEMA CLÍNICO

Conversão · registos · marcações · dados

WHATSAPP

Marcações, lembretes e reativação

CONTEÚDOS PARA REDES SOCIAIS

Autoridade, confiança e humanização

PAID MEDIA

Campanhas Search e Meta por problema/persona

AVALIAÇÕES

Prova de confiança e visibilidade local

Princípio do ecossistema · Cada ponto de contacto reduz fricção, constrói confiança ou gera dados úteis.

O website torna-se o centro de conversão da clínica.

SEO local, provas claras e marcações 24/7 reduzem a distância entre a necessidade de saúde e a consulta confirmada.



PRIORIDADES DE CONVERSÃO

SEO LOCAL	Otimizar para pesquisas como fisioterapia em Viseu e pilates clínico em Viseu.
GOOGLE BUSINESS PROFILE	Manter fotografias, serviços e avaliações atualizados para reforçar a confiança local.
MARCAÇÕES 24/7	Botão de marcação visível, com seleção de profissional, hora e disponibilidade.
ÁREA DO PACIENTE	Histórico digital e vídeos de exercícios substituem o acompanhamento fragmentado em papel.
ELEMENTOS DE CONFIANÇA	HTTPS, fotografias da equipa, tratamentos claros, FAQs e avaliações de pacientes.

Regra: simples para Mariana, rápido para Francisco.

O marketing não termina quando a consulta é marcada.

A automação apoia a comparência, adesão ao tratamento, reativação e comunidade.

01

LEMBRAR

Lembretes 24h antes por WhatsApp ou SMS reduzem faltas às consultas.

02

APOIAR

Vídeos de exercícios e instruções mantêm o paciente acompanhado em casa.

03

REATIVAR

Pacientes inativos recebem conteúdos úteis e um convite para uma consulta de acompanhamento.

04

COMUNIDADE

Grupos, lives e desafios mantêm a relação ativa para além da sessão.

Lógica de retenção · Menos esquecimentos, menos fricção e mais acompanhamento criam uma melhor experiência do paciente e uma clínica mais previsível.

Da falta de visibilidade dos dados ao apoio à decisão.

Os registos digitais e o reporting do software transformam a atividade dos pacientes em informação útil para a gestão.



O QUE PASSA A SER VISÍVEL

OCUPAÇÃO	**Por fisioterapeuta e faixa horária.**
RENTABILIDADE	**Por serviço ou tipo de tratamento.**
RETENÇÃO	**Pacientes que regressam, inativos ou em risco.**
PROCURA	**Origem dos leads e comportamento de marcação.**
OPERAÇÕES	**Faltas, remarcações e carga administrativa.**

Ritmo de gestão · 1 dashboard mensal analisado até ao 5.º dia útil.

Um percurso faseado para um crescimento moderno e centrado nas pessoas.

O roadmap prioriza a preparação operacional antes da escala.

01 DIGITALIZAR

Implementar software clínico, marcações online e registos digitais dos pacientes.

02 CONVERTER

Otimizar SEO local, confiança no website e fluxos de marcação.

03 NUTRIR

Automatizar lembretes, planos de exercícios, acompanhamento e reativação.

04 MEDIR

Usar dashboards para gerir ocupação, rentabilidade e retenção.

O QUE ESTE CASE DEMONSTRA

- Experiência de cliente
- Transformação digital
- Mapeamento da jornada
- SEO local
- Automação
- Planeamento da medição

EM SÍNTESE A melhor transformação digital elimina a fricção em torno do cuidado humano.