

Como preencher o planner

O MELHOR ANO DA SUA CLÍNICA

1º PASSO

Primeiro, você vai escrever o faturamento que você quer ter como meta ano que vem só com tráfego pago.

De preferência o dobro do seu atual.

No exemplo da aula, usamos 100 mil reais.




2º PASSO

Segundo, fique atento que você pode usar essa aba do planner para anotar todas as ideias que surgirem enquanto você assiste a aula ou coisas que não quer esquecer.

Anotações

Anotações



3º PASSO

Terceiro, você vai escrever o tratamento foco que você vai investir a sua energia, tempo e dinheiro bem como da sua clínica.

É bom que sejam tratamentos de ticket alto como protocolos, lentes, alinhadores ou HOF.

No exemplo da aula nós usamos 'Protocolos dentário'

The image shows a digital form with a black background. At the top, the word 'Estratégia' is written in white. Below it is an orange button labeled 'Faturamento Mensal'. Underneath this is a white rounded rectangle containing the text '100 mil'. Below that is another orange button labeled 'Tratamento Foco'. At the bottom is a white rounded rectangle containing the text 'Protocolo dentário'.

4º PASSO

Quarto, você vai colocar a meta '50, 40, 30' para 2024 que são as taxas de agendamento, comparecimento e fechamento ideais que você deve alcançar seguindo o funil de vendas explicado na aula.

The image shows a digital form with a black background. It contains three sections, each with an orange header button and a white input field followed by a percentage goal. The first section is 'Agendados' with a goal of '50%'. The second section is 'Compareceram' with a goal of '40%'. The third section is 'Fechamentos' with a goal of '30%'. Red curved arrows point from the right side of the form towards the percentage goals.

5º PASSO

Quinto, você vai colocar o custo por lead ideal para sua região sendo qualificado. Ou seja, o menor preço possível para o lead que pode pagar.

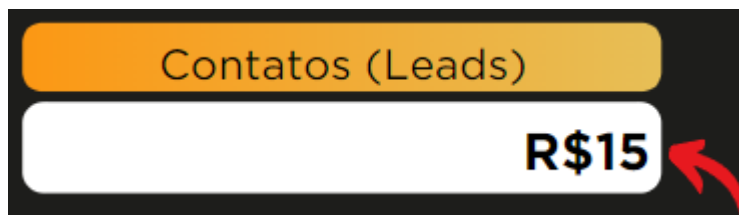
Segundo os dados das mais de 340 clínicas que atendemos e sendo aproximado, os valores para colocar nessas regiões são:

Norte: R\$ 4 reais.

Nordeste: R\$ 7 reais.

Centro oeste + MG e RJ: R\$ 15 reais.

São paulo + Sul: R\$ 35 reais.



6º PASSO

Você vai dividir seu faturamento pelo ticket médio que deve ser o ideal do próximo ano.

Exemplo, vamos supor que o protocolo dentário seja 15 mil reais na sua clínica. Um bom ticket médio seria 10 mil porque nem todos fecham uma protocolo. Às vezes fecham tratamentos mais baratos, mas ainda é faturamento.

Considerando um ticket médio de 10 mil reais.

Basta dividir seu faturamento desejado pelo ticket.

Nos exemplos, $100/10 = 10$ fechamentos.

E depois preencher.



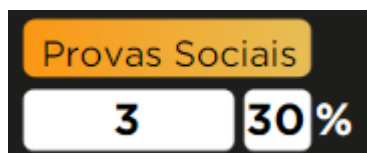
A screenshot of a digital form with a black background. At the top, there is a yellow rounded rectangle containing the text 'Fechamentos' in black. Below this, there are two white rounded rectangles. The first one contains the number '10' in black. The second one contains '30%' in black. A red arrow points from the right side of the '30%' box towards the right edge of the image.

Aproveite também e coloque o número de provas sociais que você deve extrair desses 10 fechamentos.

Que também deve ser 30%.

Ou seja, multiplique 10 por 0,3.

$10 \times 0,3 = 3$ provas sociais.

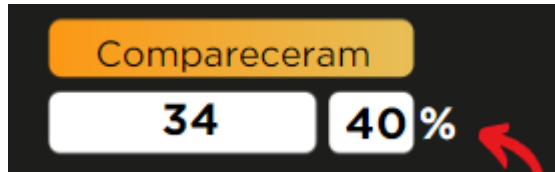


A screenshot of a digital form with a black background. At the top, there is a yellow rounded rectangle containing the text 'Provas Sociais' in black. Below this, there are two white rounded rectangles. The first one contains the number '3' in black. The second one contains '30%' in black.

7º PASSO

Você vai dividir seus fechamentos por 0,3 na calculadora.

$10/0,3 \approx 34$ (arredondamento para cima)



8º PASSO

Você vai dividir o número de comparecimentos por 0,4 na calculadora.

$34/0,4 \approx 85$ agendados



9º PASSO

Vai dividir 85 agendados por 0,5.

$85/0,5 = 170$ leads (contatos do tráfego)

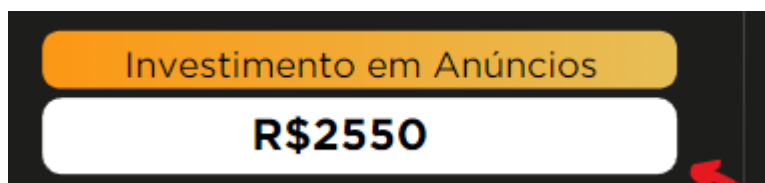


10º PASSO

Você vai multiplicar o número de contatos pelo preço de cada um.

$170 \times 15 \text{ reais} = \text{R\$}2550$ reais no mês

Pronto! Você descobriu o quanto teria que investir.



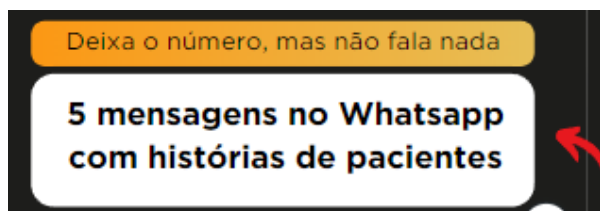
11º PASSO

Você vai escrever a forma de resgatar quem fica vendo seus anúncios, mas não deixa o contato como na imagem abaixo.



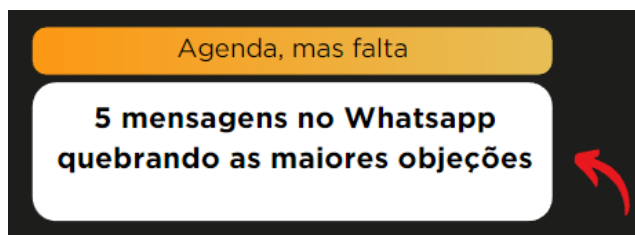
12º PASSO

Você vai escrever a forma de resgatar quem deixa o contato, mas não responde e nem agenda uma avaliação como na imagem abaixo.



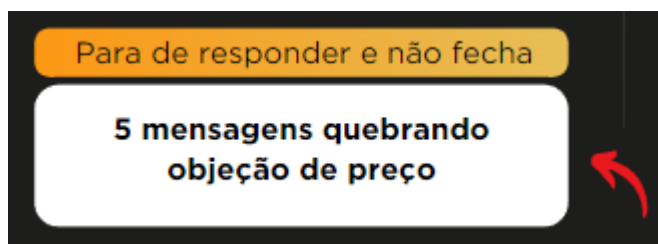
13º PASSO

Você vai escrever a forma de resgatar quem agenda uma avaliação, mas não comparece como na imagem abaixo.



14º PASSO

Escreva como resgatar quem ficou de fechar, mas parou de responder ao follow up como na imagem.



15º PASSO

Preencha o principal pilar do funil de vendas de todas as etapas: gerar uma afinidade natural com o paciente.

Além de resgatá-lo em cada etapa do funil de vendas.

Diferencial

Gerar afinidade natural e resgatar leads.

16º PASSO

Seu planner está pronto!

O melhor ano da sua clínica2024

Estratégia

Faturamento Mensal

100 mil

Tratamento Foco

Protocolo dentário

Diferencial

Gerar afinidade natural e resgatar leads.

Funil de aquisição

Investimento em Anúncios

R\$2550

Contatos (Leads)

170R\$15

Agendados

8550%

Compareceram

3440%

Fechamentos

1030%

Provas Sociais

330%

Funil de resgate

Vê os anúncios, mas não clica

anúncios com provas sociais e histórias das pessoas

Deixa o número, mas não fala nada

5 mensagens no Whatsapp com histórias de pacientes

Agenda, mas falta

5 mensagens no Whatsapp quebrando as maiores objeções

Para de responder e não fecha

5 mensagens quebrando objeção de preço

Anotações

Anotações