

MATERIAL GRATUITO · BRANDING & ESTÉTICA

CHECKLIST DE MARCA PARA CLÍNICAS **DE ESTÉTICA**

25 perguntas para olhar a sua clínica como uma paciente olha antes de agendar. Marque o que já está resolvido. O que ficar em branco mostra por onde começar.

Como usar: responda com sinceridade, de preferência junto com quem atende os contatos. Conte as marcações no fim de cada bloco.

1. POSICIONAMENTO

- ☐ Consigo explicar em uma frase para quem a clínica é e o que ela faz melhor.
- ☐ Sei quais são os três procedimentos que mais sustentam a agenda e o faturamento.
- ☐ Sei por que uma paciente escolheria a clínica e não a concorrente mais próxima, sem falar em preço.
- ☐ O preço praticado conversa com a experiência que a clínica entrega.
- ☐ A equipe descreve a clínica do mesmo jeito que eu descreveria.

MARCAÇÕES NESTE BLOCO: ___ DE 5

2. IDENTIDADE E EXPERIÊNCIA

- ☐ Logo, cores e tipografia são os mesmos no Instagram, no site, na fachada e nos materiais impressos.
- ☐ A recepção, o uniforme e o ambiente passam a mesma sensação que as redes sociais.
- ☐ Existe um tom de voz definido: como a clínica fala e como não fala.
- ☐ As fotos da clínica e da equipe são próprias, atuais e de boa qualidade.
- ☐ Um paciente novo reconheceria a clínica pelo visual, mesmo sem ver o nome.

MARCAÇÕES NESTE BLOCO: ___ DE 5

3. INSTAGRAM E CONTEÚDO

- ☐ A bio diz para quem a clínica é, onde atende e como agendar.
- ☐ Existe uma pauta mensal com assuntos definidos antes de gravar.
- ☐ O conteúdo explica indicações, cuidados e o método da clínica, e não só mostra resultados.
- ☐ Antes e depois e depoimentos só aparecem com autorização registrada e dentro das regras do conselho.
- ☐ Sei quais publicações trouxeram conversas no último mês, e não só curtidas.

MARCAÇÕES NESTE BLOCO: ___ DE 5

4. GOOGLE E SITE

- ☐ O Perfil da Empresa no Google tem telefone, horário, serviços e fotos atualizados.
- ☐ A clínica tem avaliações recentes e responde a todas, inclusive às negativas.
- ☐ Quem procura o nome da clínica no Google encontra o site e o perfil corretos.
- ☐ O site carrega rápido no celular e cada serviço tem uma página própria.
- ☐ Existe um jeito claro de entrar em contato a partir de qualquer página.

MARCAÇÕES NESTE BLOCO: ___ DE 5

5. ATENDIMENTO E AGENDAMENTO

- ☐ Os contatos recebem resposta no mesmo dia, inclusive fora do horário comercial.
- ☐ A equipe tem roteiros para as dúvidas mais comuns: preço, indicação, contraindicação e agenda.
- ☐ Sei de onde vêm os contatos: Instagram, Google, indicação ou anúncio.
- ☐ Sei quantos contatos viram agendamento a cada mês.
- ☐ Pacientes que não agendaram recebem um retorno combinado, sem insistência.

MARCAÇÕES NESTE BLOCO: ____ DE 5

COMO LER O RESULTADO

20 a 25 marcações	A base está organizada. O próximo passo é medir melhor e escolher onde investir para crescer.
12 a 19 marcações	A clínica funciona, mas partes da marca não conversam entre si. Vale priorizar o bloco com menos marcações.
Até 11 marcações	Antes de aumentar investimento em anúncio ou conteúdo, organize posicionamento e atendimento. É ali que o dinheiro costuma se perder.

QUER AJUDA PARA DECIDIR O PRÓXIMO PASSO?

O Diagnóstico de marca da Branding & Estética analisa esses cinco blocos na sua clínica e termina em um documento com as prioridades. Pode ser contratado sozinho.

brandingestetica.com/diagnostico-de-marca