Seu Negócio.
Nosso Propósito.

Proposta 2022

BOARD

Olá!

Nas páginas a seguir, você terá acesso a nossa proposta de trabalho para 2022, baseada na honestidade, autenticidade, integridade e no amor pela comunicação e marketing em saúde.

Obrigada por seu interesse!

Nós acreditamos que a Comunicação Integrada é um meio de gerar valor para profissionais e negócios, de conectar indivíduos e grupos. Somente assim, chegaremos onde toda marca deseja:

nos ouvidos, nas ideias, nos pensamentos e sentimentos das pessoas.

Obrigada por seu interesse!

Desenvolvimento
Identidade de Marca

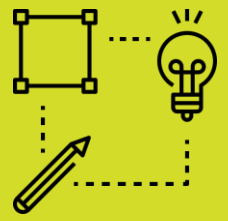
Proposta 2022

BOARD

Identidade Visual
De Marca

A criação de Identidade Visual do Negócio é um ponto importante para a presença de uma empresa no mercado. Um bom estudo de nome, cores e formas são fundamentais para fazer a diferença.

Escopo do Trabalho



CRIAÇÃO DE LOGO E MANUAL

Criamos seu logotipo e o manual da marca – um documento que serve de bússola para a utilização/aplicação de seu logo da maneira correta, apresentando fontes, cores e formatos de uso.

Papelaria

Entendemos que é importante para o profissional ter em mãos seus itens básicos de papelaria, tais quais: cartão de visitas, receituário, timbrado, cartão de visitas digital, pasta e envelopes com a sua identidade visual.

Escopo do Trabalho

CRIAÇÃO DE HOMEPAGE

Ter uma página na internet se tornou indispensável nos dias de hoje. Esta ferramenta possibilita a comunicação com os futuros e atuais clientes, apresentando seus serviços e diferenciais. Podemos desenvolver:

- **Site Institucional:** página completa e integrada às redes sociais, contendo seções especificas sobre o médico, especialidade, serviços, fotos, dentre outros.

- **Landing Page:** página que possui todos os elementos voltados à conversão do visitante em oportunidade de consultas/clientes. É uma maneira muito eficiente de apresentar serviço de maneira *online* quando não se possui um site institucional. Em geral, essas páginas contêm menos elementos e *links* do que a *homepage* de um site normal.

Programa de Gerenciamento Digital

Proposta 2022

BOARD

Gerenciamento Digital

O comportamento comum do brasileiro é pesquisar nos sites de buscas e redes sociais por milhares de doenças ou sintomas, além dos dados de contato de médicos e instituições de saúde. Mais que isso, o ambiente online se tornou o espaço propício para se relacionar com o seu paciente, conquistá-lo e fidelizá-lo.

Escopo do Trabalho

GESTÃO DE REDES SOCIAIS

- Produção e Publicação de Conteúdos Exclusivos;
- Gestão e Redação de Textos para Blog (Google SEO);
- Inovação e Criação de Identidade Visual das Redes Sociais (Personalização);
- Banco de Imagens/Criação de Mídias para ilustrações de conteúdos;
- Envio de relatório mensal completo de resultados.

SAC 3.0 – RELACIONAMENTO

- Monitoramento de engajamentos de seguidores (clientes);
- Resposta a seguidores (clientes);
- Monitoramento de reputação online.

Escopo do Trabalho

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

- Envio de Relatório Mensal com Análise de Performance;
- Apresentação de produtividade do mês.

ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO

- Planejamento estratégico mensal de conteúdos e formatos de mídia para publicação;

- Conforme inovação do mercado e novas oportunidades apresentadas pelo perfil do seu negócio, apresentaremos estratégias de Marketing de Relacionamento com o seu Cliente e Estratégias de Divulgação – Foco Sac 3.0.

Escopo do Gerenciamento Digital

- Calls/Reuniões semanais com o médico.
- Planejamento estratégico de conteúdo e formatos de mídia.
- Produção de relatório mensal.
- Produção e divulgação de posts nas Redes Sociais.
- Personalização das Redes Sociais.
- Monitoramento de Presença Online – incluindo Google.
- Relacionamento com público de interesse.

EQUIPE

- Diretora
- Gerente da Conta
- Atendimento Senior da Conta
- Designer

Programa de Relações Públicas

Assessoria de Imprensa

Proposta 2022

BOARD

Assessoria de Imprensa

A Assessoria de Imprensa é uma entre as diversas áreas da Comunicação responsável por todo o processo de relacionamento com a mídia. É uma ponte entre a instituição e os veículos de comunicação/público.

Relações Públicas

O trabalho de Relações Públicas se define por um processo estratégico de comunicação que constrói relações de benefício mútuo entre as organizações e seus públicos (mídia, formadores de opinião, dentre outros).

Escopo do Trabalho

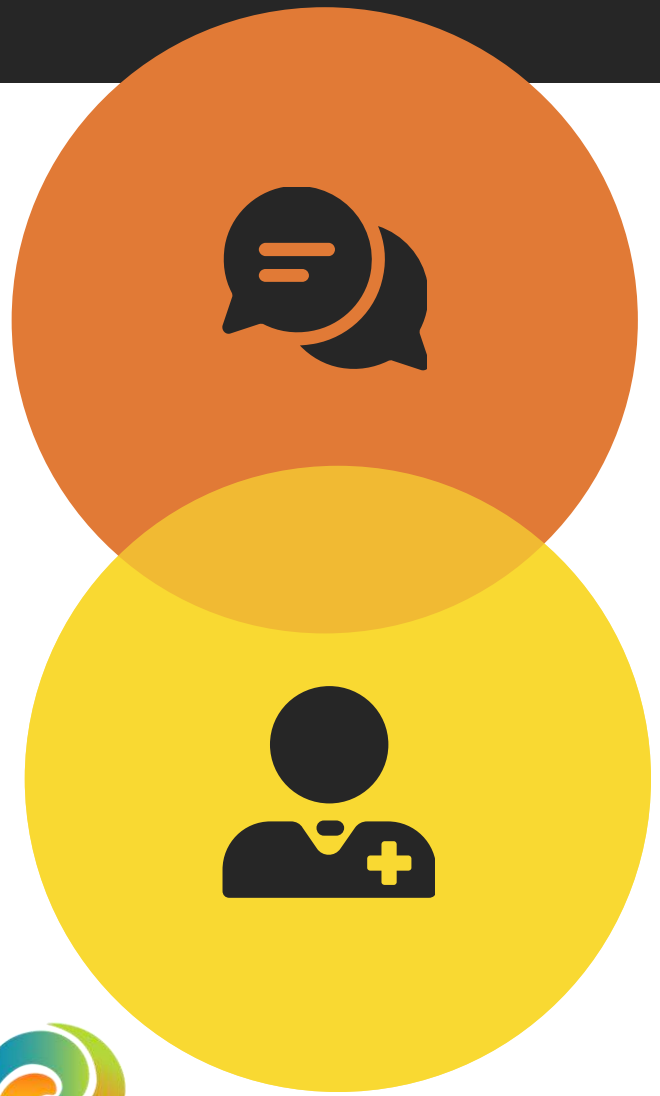
GERENCIAMENTO DE CRISE

Nos momentos mais difíceis, é o profissional da assessorial de imprensa que poderá traçar a melhor estratégia de comunicação para que uma falha ou ruído possam ser revertidos, sem grandes danos para a imagem do assessorado. Desenvolvemos o trabalho de diagnóstico de vulnerabilidades e manual de gestão de crise.

GERAÇÃO DE MÍDIA ESPONTÂNEA

Com o trabalho de divulgação de press releases (textos jornalísticos), sugestão de pautas e fontes, a assessoria de imprensa oferece informação de qualidade a jornalistas, promovendo um debate que seja de interesse de ambos os lados. É possível garantir espaço em diferentes meios de comunicação, sem que seja necessário pagar para isso.

Escopo do Trabalho



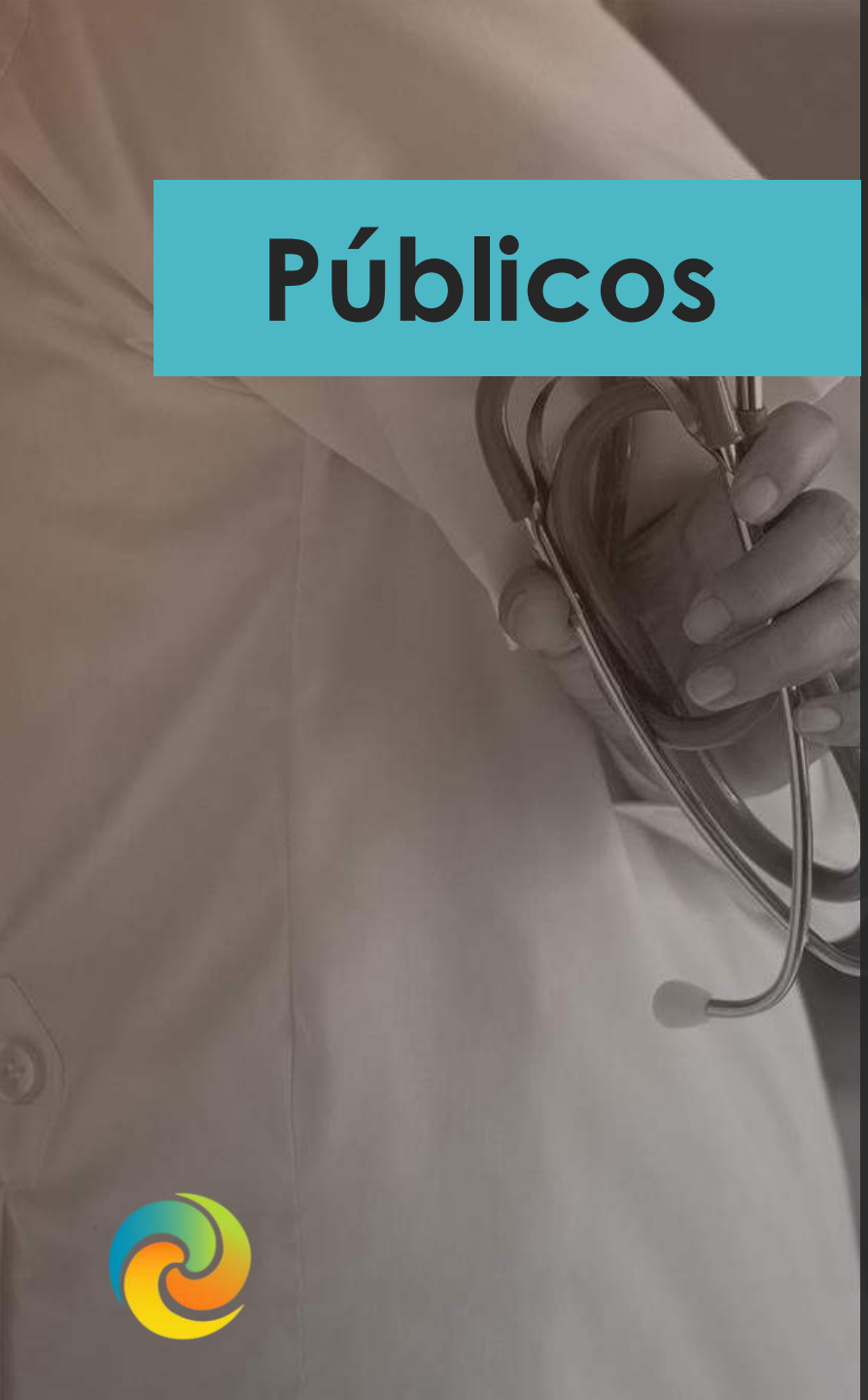
RELACIONAMENTO E DIÁLOGO COM A MÍDIA

Uma boa assessoria de imprensa facilita o acesso aos profissionais das redações, e são responsáveis por emplacar as pautas de interesse do assessorado.

ORIENTAÇÃO/MEDIA TRAINING

É trabalho da assessoria de imprensa orientar e treinar o especialista. É ele quem alinha o tom que deverá ser dado à entrevista de acordo com a pauta e com os objetivos desejados. Media trainings e a produção de conteúdos especializados como briefings, mensagens-chave, discursos e análises de mídia contribuem para o preparo e posicionamento da instituição.

Públicos



IMPRENSA | MÍDIA

PACIENTES | SOCIEDADE

SETOR | SAÚDE

FORMADOR DE OPINIÃO

PLANO START

RELAÇÃO COM A IMPRENSA

- Produção de uma agenda positiva de pauta com a divulgação de 1 conteúdo a cada mês em formato de press release, artigo ou sugestão de pauta, para introduzir o médico como fonte confiável e de credibilidade.
- Foco das divulgações será na região onde o médico atua, mas faremos divulgação para mídia nacional também.
- Vamos divulgar awareness sobre a especialidade do médico, dentre outros, sempre com foco nos objetivos estratégicos validados junto com o cliente.
- Vamos buscar oportunidades em veículos com foco em SP e demais regiões, principalmente onde o profissional atua. Queremos conquistar espaço em TVs, rádios, publicações on-line, blogs, canais de notícias em plataformas sociais, podcasts, colunas e editoriais.
- Relacionamento com jornalistas, editores e produtores de programas televisivos será diário.

PLANO START

RELAÇÃO COM INFLUENCIADORES

- Indicação e relacionamento com influenciadores digitais que estejam alinhados com o perfil do público que se deseja alcançar. Exemplo: um personagem que tenha passado por uma cirurgia complexa, se recuperou e pode produzir um conteúdo sobre conscientização do problema que a levou até cirurgia. Ou, participação de canais digitais da jornalista Mariana Ferrão, que virou autoridade em divulgação de conteúdos de saúde e bem-estar.*

- A ideia aqui é fazer as pessoas falarem sobre suas histórias por meio da elaboração de uma campanha envolvendo conscientização sobre os vários problemas de saúde, por exemplo. Os temas alinharemos em conjunto. Ou participar de live/programa de entrevista com a Mariana Ferrão.*

- Este tipo de ação pode depender de custo para contratação dos influenciadores.

** Tratam-se de exemplos de ações que podemos desenvolver.*

PLANO START

BRANDED CONTENT

- Elaboração de conteúdo e negociação de publicação com veículos-chaves, podendo ser nos seguintes formatos: Brand Journalism, Curadoria editorial, Brand Channels, Infográficos (on e off), Media wall integrado às redes sociais, Testes e Quis, Webdocs & Websérie, Pesquisa e acervo, Cadernos customizados, Inserções modulares impressas, Webrádios, Podcast.

- Este tipo de ação pode depender de custo para Conteúdo de Marca em veículos. **São anúncios em forma de conteúdo!**

Escopo do Programa de Relações Públicas

EQUIPE

- Diretora
- Gerente da Conta
- Atendimento Senior da Conta

- Produção de agenda positiva de pautas.
- Follow up diário com jornalistas.
- Calls/Reuniões semanais com a diretoria da instituição.
- Produção de media briefing.
- Produção de relatório mensal.
- Acompanhamento de entrevistas.
- Produção e divulgação de press release.
- Produção de conteúdo e gestão de ação com influenciadores.
- Gestão da parceria com influenciadores.
- Interface com agência de Gestão de Redes Sociais para alinhar conteúdos divulgados nos perfis da instituição.

Programa de Experiência do Paciente e Cuidado Centrado na Pessoa

Proposta 2022

BOARD

O que é?

O termo **Experiência do Paciente** tem sido utilizado para se referir ao conjunto de fatores que influenciam a percepção dos pacientes com relação aos cuidados que recebem, ao longo de sua Jornada junto aos profissionais e Instituições de Saúde.

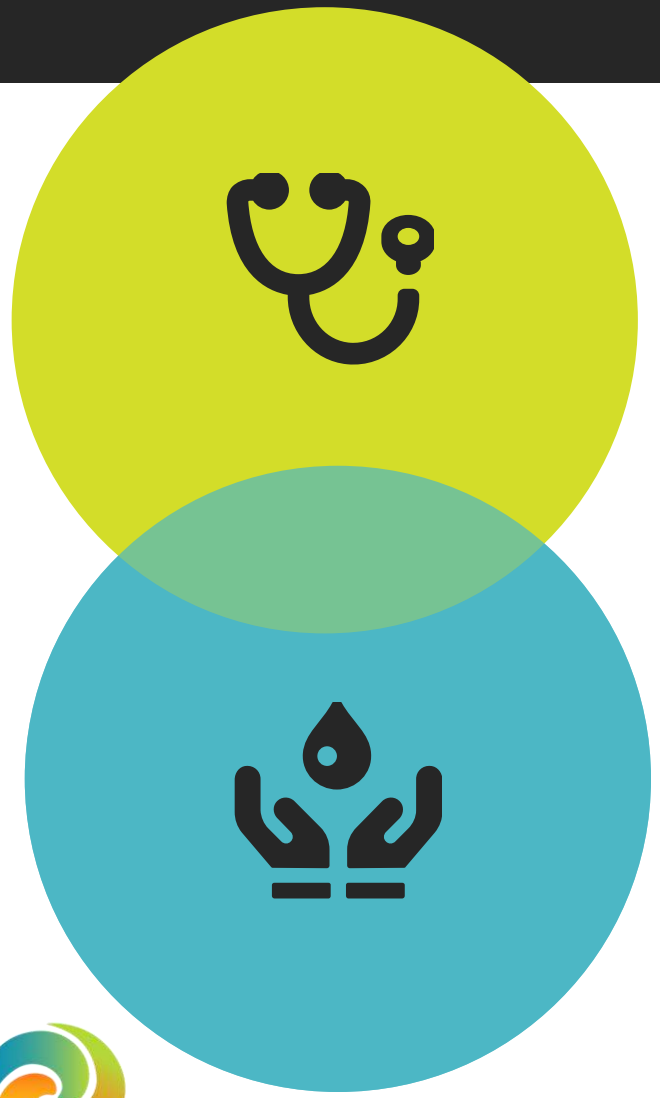
O conceito é novo no Brasil e tem ganhado destaque nos últimos 10 anos. As Instituições de Saúde ao redor do mundo vêm se estruturando e desenvolvendo estratégias de gestão com foco na melhoria da **Experiência dos seus Pacientes**.

O que levamos em conta?

1. Entender as expectativas dos pacientes e familiares com a Instituição e seus profissionais.
2. Utilizar ferramentas (canais de comunicação) que permitam monitorar a percepção dos pacientes sobre os cuidados prestados.
3. Identificar as oportunidades de melhoria.
4. Desenhar as soluções e os planos de ação de melhoria incluindo a percepção do paciente e/ou seu familiar, utilizando-se das metodologias de co-criação.

Pesquisas recentes revelam que quanto melhor o indicador de performance relativo à Experiência do Paciente, melhor é a qualidade e a segurança da assistência, sendo portanto alicerce de boas práticas.

Escopo do Trabalho



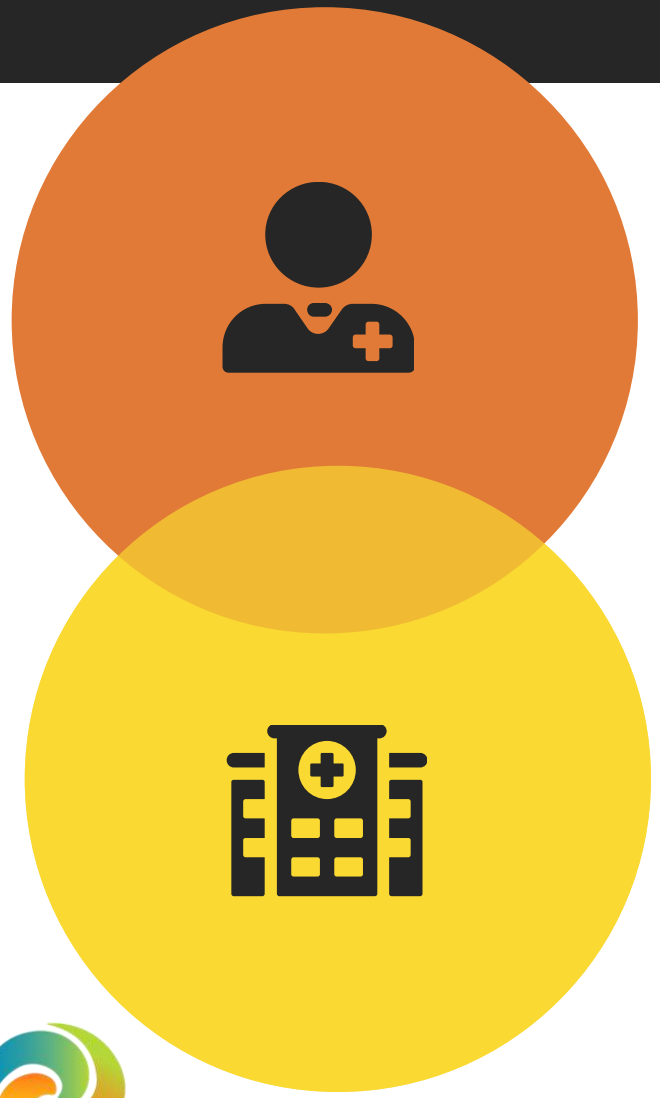
DIAGNÓSTICO

Compreender a Jornada do Paciente é fundamental para implementar a Cultura do Cuidado Centrado na Pessoa. Pretendemos elaborar o Diagnóstico de Maturidade Institucional em Experiência do Paciente & Cultura de Cuidado Centrado na Pessoa na instituição.

IMPLEMENTAÇÃO

Após a etapa do Diagnóstico concluida, vamos desenvolver o Planejamento Estratégico voltado à Experiência do Paciente & Cultura de Cuidado Centrado na Pessoa, sempre focado nos profissionais que atuam na instituição e no cliente final.

Escopo do Trabalho



GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO PACIENTE E EXPERIÊNCIA DO COLABORADOR

Após o Diagnóstico da Jornada do Paciente e a Elaboração do Planejamento, executar o Programa de Experiência do Paciente é fundamental para a implementação da Cultura do Cuidado Centrado na Pessoa.

Nós também desenvolveremos essa etapa!
E faremos a partir da estratédia de **CO-DESIGN**

Baseado na experiência EBCD (Experience Based Co-Design), é uma abordagem colaborativa e de parceria, que permite gestores, profissionais, pacientes e familiares somarem as suas expertises e pontos de vista, voltados ao planejamento, tomada de decisão, revisão e redesenho do Cuidado, Fluxos/Processos e Projetos Institucionais, antes de sua implementação – e aqui também entra critério de **Protocolos de Qualidade Assistencial**.

Escopo do Trabalho

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

Faremos a análise mensal de cada uma das etapas e apresentaremos à Diretoria da Instituição. Medir e avaliar os processos e o cenário do hospital é fundamental para reconhecermos possíveis gaps nos processos de atendimento em prol da Cultura do Cuidado Centrado na Pessoa. A cada avaliação, um plano de ação será desenvolvido em conjunto com Diretoria, colaboradores, pacientes e familiares.

Públicos

PACIENTES | FAMILIARES
COLABORADORES | PROFISSIONAIS DA INTITUIÇÃO
MÉDICOS
DIRETORIA

Escopo do Programa de Experiência do Paciente

EQUIPE

- Diretora
- Gerente da Conta
- Atendimento Senior da Conta

- Pesquisa com pacientes e profissionais da instituição – parceria com RH.
- Realização de Cliente Oculto.
- Diagnóstico de Maturidade Institucional em Experiência do Paciente & Cultura de Cuidado Centrado na Pessoa.
- Planejamento Estratégico voltado à Experiência do Paciente & Cultura de Cuidado Centrado na Pessoa
- Planejamento, Implantação e Consolidação dos Programas Institucionais voltados à Gestão da Experiência do Paciente e Experiência do Colaborador.
- **Implementação e gestão da Comunicação Interna e Endomarketing.**
- Calls/Reuniões semanais com a Diretoria da instituição.

Escopo do Trabalho

COMUNICAÇÃO INTERNA E ENDOMARKETING

Uma das características mais importantes para a retenção e o engajamento de um colaborador é o senso de pertencimento. De acordo com o Great Place to Work, esse senso é a "ligação psicológica entre colaborador e empresa, em que o funcionário se vê como parte de uma comunidade".

Para implementar a Cultura do Cuidado Centrado na Pessoa é essencial que o Hospital tenha um diálogo recíproco com os seus colaboradores e médicos mas, além disso, enxergue e trate esses profissionais como clientes.

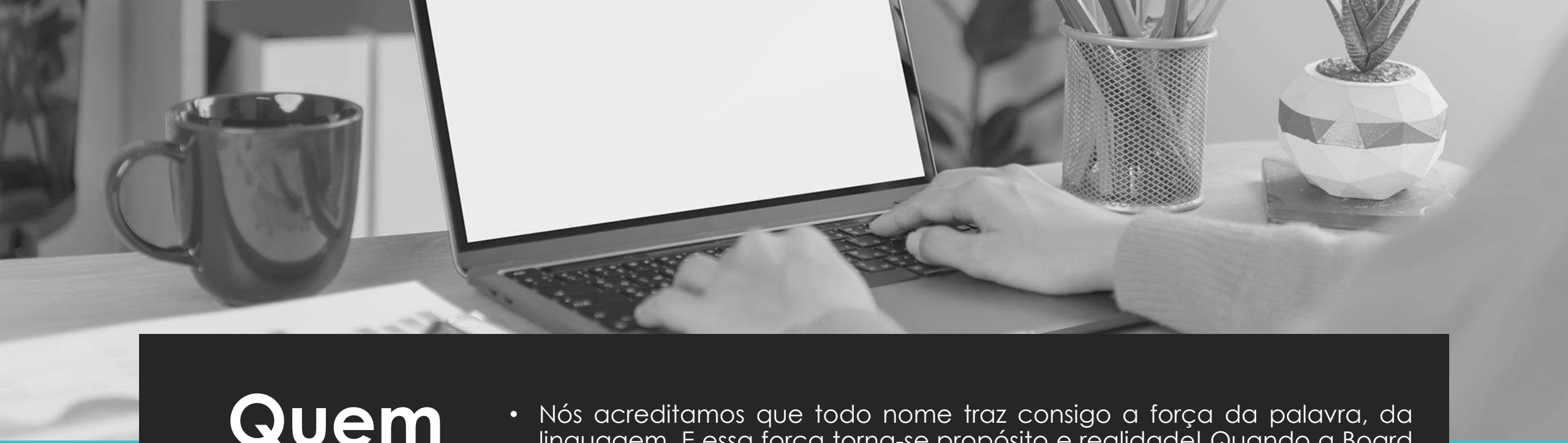
Uma cultura institucional bem consolidada é aquela em que todos os profissionais compreende e adota como verdade. É o senso de comunidade e pertencimento.

Escopo Comunicação
Interna e Endomarketing

- Criação de canais de comunicação interna: mural, jornal/revista, e-mail mkt.
- Desenvolvimento de campanhas para aumentar o engajamento dos colaboradores e estabelecer boas práticas da Cultura de Cuidado Centrado na Pessoa.
- Sugestão de pautas e atualização dos canais de comunicação mensalmente.
- Calls/Reuniões semanais com a Diretoria da instituição.
- Mensuração de engajamento acerca dos canais de comunicação propostos.

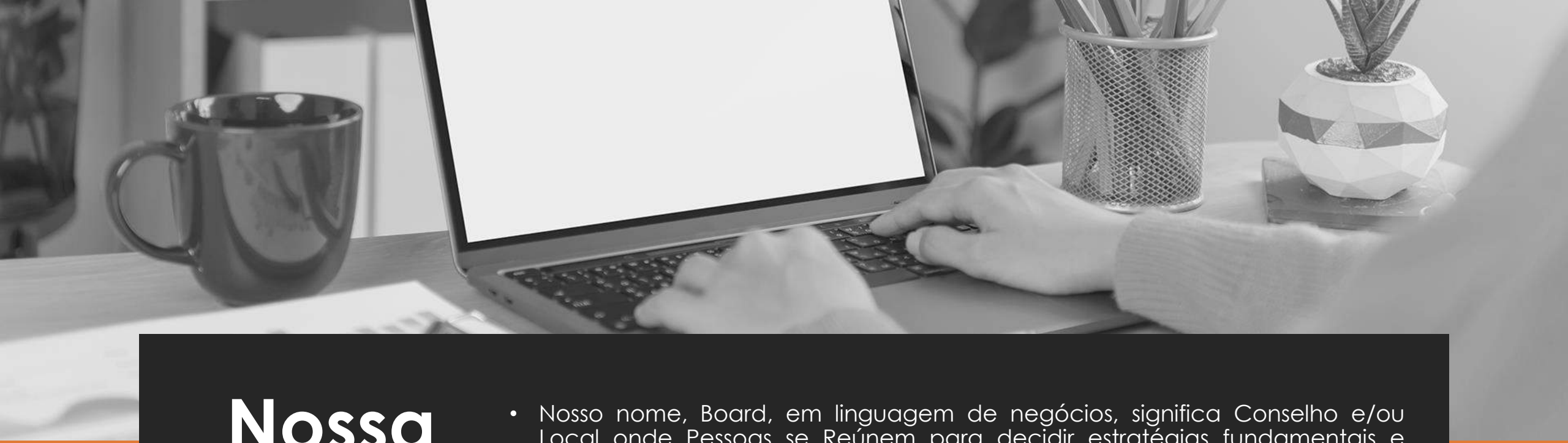
EQUIPE

- Diretora
- Gerente da Conta
- Atendimento Senior da Conta
- Designer



Quem Somos

- Nós acreditamos que todo nome traz consigo a força da palavra, da linguagem. E essa força torna-se propósito e realidade! Quando a Board CI foi criada, ela aconteceu antes de seu nome, antes de sua marca. Ela aconteceu na minha vida, pois sempre tive o ímpeto empreendedor e a vontade inata de atuar com minha profissão de "origem" - jornalismo - e de gerar valores a partir da minha comunicação.
- **A Board CI nasce, então, de um desejo genuíno de comunicar valores e informações que podem gerar mais qualidade de vida às pessoas. Por isso, comunicamos o que acreditamos. Sempre!**
- Atuamos na Área da Saúde há quase 8 anos e nos especializamos nela propositalmente porque se trata de um nicho de mercado que trabalha justamente com qualidade de vida, com saúde biológica, com bem-estar social, mental e espiritual. Esse é o nosso DNA. Esse é o nosso propósito!



Nossa Razão de Ser

- Nosso nome, Board, em linguagem de negócios, significa Conselho e/ou Local onde Pessoas se Reúnem para decidir estratégias fundamentais e diretrizes a serem seguidas para direcionar a sua instituição, o seu negócio, o seu sonho pelo caminho mais assertivo!
- Atuamos por meio da Comunicação Integrada. Comunicamos e nos integramos. Utilizamos os formatos de mídia mais efetivos também de maneira integrada, criando uma espiral crescente a partir de metodologias do Jornalismo, da Comunicação, do Relacionamento e do Marketing.
- Somos pessoas reunidas com pessoas comunicando propósitos fundamentados em valores, preceitos e conhecimento para muitas pessoas. Somos um Conselho focado em levar qualidade de vida, saúde biológica e bem-estar social, mental e espiritual para muitas pessoas!
- Esse é nosso DNA! Mais que isso, é nossa Razão de Ser!

Sobre a fundadora
Andressa Marques

Jornalista formada pelo Centro Universitário Fieo, com MBA em Comunicação Corporativa pela Universidade Anhembi Morumbi, Pós-Graduanda em Administração Hospitalar pelo Centro Universitário São Camilo, cursando Especialização em Marketing e Marketing Digital na FGV, e estudante autodidata e de cursos livres da área de Marketing e Relacionamento com o Cliente.

Possui importantes passagens por empresas de Saúde como Grupo São Camilo e Hospital Paulista de Otorrinolaringologia, e sua carreira foi sempre focada nas áreas de comunicação institucional, assessoria de imprensa, planejamento, estratégia e gestão de conteúdo. Também possui importante passagem pela Agência Global de Comunicação – BCW, no núcleo de HealthCare com foco no atendimento à farmacêutica GSK.

Além de vasta experiência nos processos de organização de eventos corporativos, coletivas de imprensa, contato com diferentes veículos e implementação de projetos em comunicação interna e endomarketing.

Nossos Parceiros

HOSPITAL PAULISTA
OTORRINOLARINGOLOGIA

VoiceCenter

gsk GlaxoSmithKline

SÃOCAMILO

. CLAUDIA IZZO
ORRINOLARINGOLOGISTA

clínica Priorità
clinicapriorita@outlook.com

Clínica ProAngio

IMMI
Instituto Metafísico de Medicina Integrativa

MEDICINA HIPERBÁRICA SÃO PAULO

CAMPANHA NACIONAL DA VOZ
18° DIA MUNDIAL DA VOZ
18th WORLD VOICE DAY
22ª Campanha Nacional da Voz
16 de abril de 2020

Laura Dechen
PSICÓLOGA • COACH

Nossos Parceiros

ARTE DE SORRIR
Clínicas Odontológicas

Fernanda Noda
Psicóloga e Coach

PRÓ NUTRI
CLÍNICA DE NUTRIÇÃO

Tatiane Avelar

Open Mind
Consultoria e Educação em Coaching

Paula Schurt

epitheli

GRUPO VASCULAIRE

GMESP
GRUPO MULTIDISCIPLINAR ESPECIALIZADO EM SAÚDE

Andressa Marques

11 9 8706-3687

amarques@boardci.com.br

www.boardci.com.br

BOARD