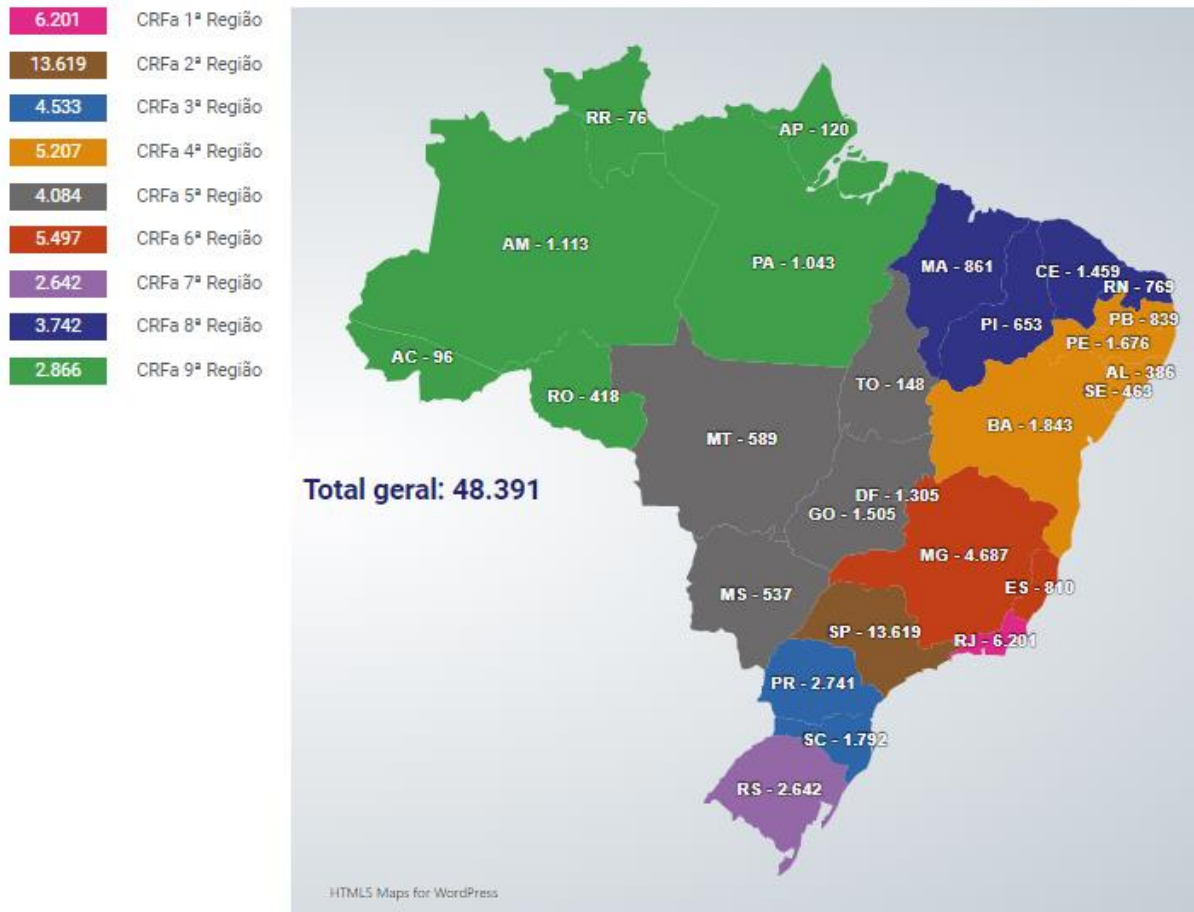


## 5 tendências de marca pessoal para fonoaudiólogos

Já chega a 48.391 o total de fonoaudiólogos no Brasil, segundo dados do [Conselho Federal de Fonoaudiologia](#). Independente da região, uma coisa é certa: se você quer ter uma carreira de sucesso e ser referência como fonoaudiólogo(a), será preciso investir em sua marca pessoal para criar autoridade moral ao seu público-alvo.



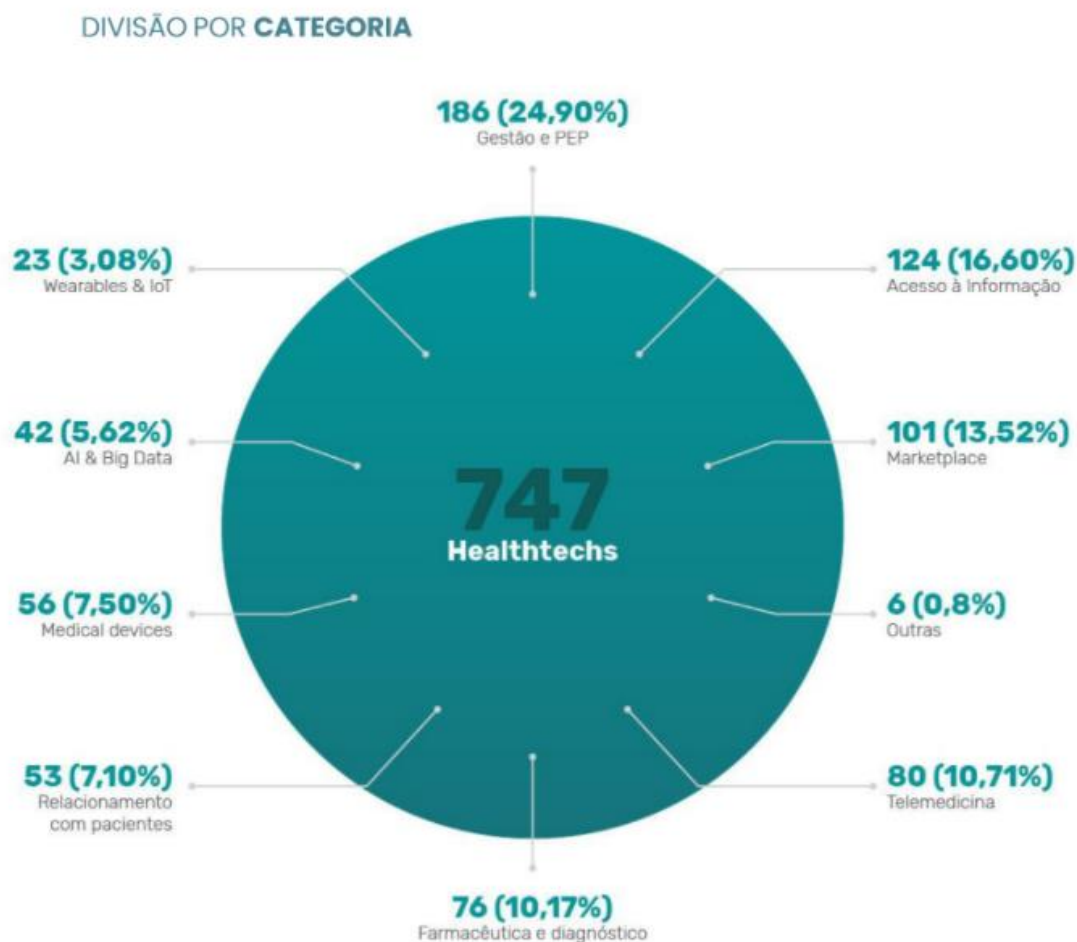
Fonte: [Conselho Federal de Fonoaudiologia](#)

O aumento no número de profissionais na área da fonoaudiologia teve um *boom* entre os anos de 1995 e 2015 com o crescimento de [125%](#) na quantidade de cursos ofertados no Brasil. Só entre 2007 e 2013, houve o registro de 10 novos cursos de fonoaudiologia no país, número alto se compararmos ao crescimento entre 1968 (ano do surgimento do primeiro curso) e 2003, período no qual foram criados 14 cursos.

O que isso nos faz refletir? Que a área da fonoaudiologia e suas especialidades ainda tem muito a crescer e se você não estiver preparado para evoluir com ela e agir de forma estratégica para se destacar, tende a ser apenas mais um número.

## O impacto da pandemia no mercado

Dê uma olhada no gráfico abaixo. Veja quantas healthtechs e soluções voltadas à área da saúde, tudo para auxiliar na gestão, no relacionamento e na experiência de atendimento à distância.



Fonte: [Consumidor Moderno](#)

Novos formatos e ferramentas de atendimento surgiram no mercado para fazer com que o trabalho online dos profissionais seja tão eficiente quanto no presencial, e para que os clientes tenham conforto e serviço de qualidade. Isso significa que quem atua na área de fonoaudiologia, também precisará se adequar e dar uma atenção ainda maior à forma como se relaciona com as pessoas e como isso interfere no seu posicionamento no mercado. Quanto mais forte for sua marca pessoal, mais destaque você tende a ter em virtude da geração de respeito, admiração e autoridade pelo seu trabalho.

Por mais que muitos profissionais tenham consciência da necessidade desse marketing pessoal, boa parte ainda não o tem como prioridade, o que faz perder inúmeras oportunidades dentro

desse mercado. Porém, como você mesmo observou acima, o número de fonoaudiólogos está cada vez maior e fazer apenas o básico não é o suficiente para ganhar espaço de modo expressivo, conquistando confiança, mais clientes e sendo lembrado e indicado no mercado.

## Quais as principais tendências para fortalecer sua marca pessoal na área da fonoaudiologia?

### 1- O poder da mentoria para acelerar o processo de aprendizagem

O mercado da mentoria é uma das grandes tendências para os próximos anos e se você souber aproveitar, poderá fortalecer sua marca pessoal como fonoaudiólogo(a) e ainda como mentor(a). Por que digo “se você souber aproveitar”? Porque ainda existem profissionais na área da fonoaudiologia que não gostam de ensinar outros profissionais da área por acharem que estão criando concorrência. Mas aí eu lhe pergunto:

#### **É melhor ser o Papa da área ou mais um padre no meio de tantos?**

O mais engraçado é que boa parte dos que resistem a isso, acabam ensinando de forma indireta e o pior, sem receber. Vejo muitos profissionais compartilhando conteúdo nas redes sociais afirmando estarem auxiliando seus clientes, mas na verdade estão colaborando e entregando informações aos concorrentes. Por que então não aproveitar a oportunidade para ganhar dinheiro e ainda virar referência entre os profissionais da área da fonoaudiologia?

Vendo que esse mercado seria tendência, a mentora de executivos e jornalista Juliana Fernandez, o doutor em Psicologia da Educação, Victor Aguiar, e eu, criamos a Formação de Mentores pela instituição referência por formar profissionais no Brasil e exterior, a Mentoring Academy, para auxiliar pessoas diferenciadas que querem criar suas próprias mentorias. Minha mentorada Rosane Sampaio, referência nacional na área de fonoaudiologia e na área da educação, iniciou esse processo após a mentoria de criação e fortalecimento de marca pessoal, quando percebeu que se tornar uma mentora poderia ser um caminho viável e benéfico a ela.

**“Os profissionais que possuem um mestrado ou doutorado têm sido cada vez mais vistos como peças-chave nas organizações. Seus perfis teóricos mais exigentes e aprofundados podem influenciar positivamente no processo de tomada de decisões. Estabelecer uma metodologia que possa respeitar as características do profissional de saúde e auxiliar no desenvolvimento de carreira destes me fez buscar o processo como mentora. O mentor é o profissional com expertise na área e metodologia**

**adequada para uma mentoria de carreira. O Dalbosco possui metodologia que fortalece o desenvolvimento de um mentor em sua área de domínio, imprescindível para alcançar resultados confiáveis.” - [Rosane Sampaio](#), fonoaudióloga especialista em disfagia e mentora de profissionais da área de fonoaudiologia**



Formar concorrentes é uma das ações mais bem vistas e consideradas como relevantes pela geração *Baby Boomer*, X ou Y. Se você criar seu método de mentoria, ministrar aulas e/ou palestras e ainda lançar um ou mais livros, tem o combo completo para atrair esse público.

## 2 - PF ganhando relevância frente à PJ

Uma tendência forte que tem chegado ao Brasil e que já tinha visto nos últimos anos nos trabalhos que fiz nos Estados Unidos e Europa é a relevância que o CPF tem ganhado em relação ao CNPJ na atração de clientes estratégicos e que estejam dispostos a pagar um ticket alto.

Por mais que o Brasil tenha clínicas conceituadas e com ótimo atendimento, é importante lembrar que o seu nome deve vir primeiro. É bom que o CNPJ tenha força no mercado? Claro! Mas e se daqui um tempo você não trabalhar mais lá? Como fará para continuar atraindo clientes?

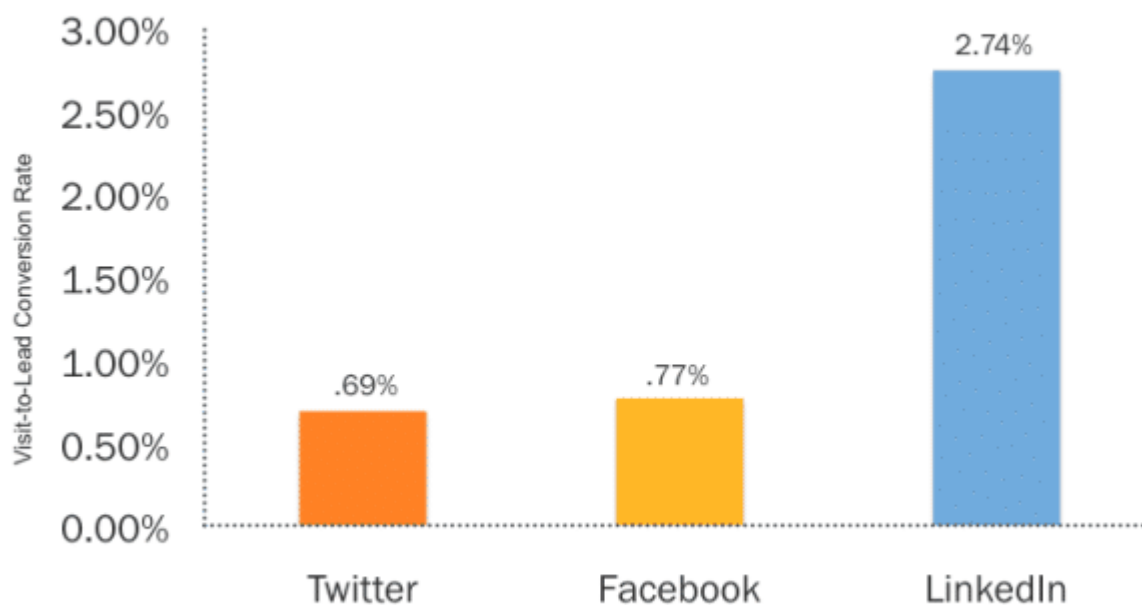
Quanto mais sua marca pessoal estiver fortalecida, maior é a chance de você agregar ao seu próprio sucesso e ao da clínica ou consultório. Ou seja, sua marca pessoal pode ser um canal de vendas estratégico.

## 3- O LinkedIn para posicionar sua marca pessoal

Nos últimos tempos, um dos maiores questionamentos que tenho recebido dos profissionais da área da saúde é como desenvolver uma marca pessoal tendo uma Ordem ou Conselho regulamentando a profissão. Esse continua sendo um obstáculo na carreira de fonoaudiólogos e talvez seja o seu também, mas saiba que tem uma saída e ela se chama produção de conteúdo no LinkedIn.

A maior rede profissional do mundo, que conta hoje com cerca de 50 milhões de brasileiros, é uma excelente maneira de dar os primeiros passos no seu posicionamento.

## LinkedIn Best Social Network for Lead Generation



This study by HubSpot.com included 5,198 B2B and B2C businesses.



Fonte: [Kinsta](#)

Por meio do **conhecimento ativo**, entregando informações e dados relevantes aos seus seguidores, é possível se destacar na área e no mercado. Quem agrega valor, sem fazer aquelas propagandas diretas (e bem chatas por sinal), gera confiança e é lembrado antes de apresentar um orçamento.

Dentro da área da saúde, minha mentorada Andryely Pedroso tem feito um trabalho exemplar no LinkedIn por meio desse compartilhamento de conteúdo, tanto que conquistou o prêmio de LinkedIn Top Voice. Com muita dedicação e com estratégias corretas, ela cresceu seu número de seguidores, ganhou a confiança das pessoas e virou referência na rede e no segmento da Nutrição.



Se você quiser saber como ela conquistou isso e como foi o processo para ter sua marca pessoal fortalecida, [deixo aqui o link](#) para o episódio do Dalbosco Cast que gravei com ela.

[Quer saber como dar o primeiro passo no LinkedIn? Clique aqui.](#)

#### 4- O avanço dos áudios: podcast como estratégia de marketing de conteúdo

O podcast tornou-se uma estratégia na qual você consegue fortalecer sua marca pessoal trazendo conhecimento de uma forma ainda mais natural às pessoas que lhe seguem e lhe escutam. Ter seu próprio podcast pode ser uma excelente maneira para se destacar no mercado por meio do marketing de conteúdo pois gerando conteúdo em áudio você tem mais uma oportunidade de fazer com que o seu nome seja lembrado

por ser o profissional que leva esse conteúdo de valor a eles e por fazê-los compreender melhor os cenários e situações nas quais podem estar inseridos.

Desde 2004, o surgimento de novos canais de podcast e ouvintes têm aumentado no Brasil de forma expressiva.



Cada vez mais as pessoas têm procurado por assuntos específicos voltados à área da saúde para aumentar seus conhecimentos e ainda há diversos assuntos que não estão sendo bem explorados nesse sentido. Abaixo coloco uma lista de alguns podcast da área da saúde e da fonoaudiologia no Spotify para você escutar e maturar a ideia de ter o seu próprio:

- Fono também fala
- Quick Fono
- Andry Cast (Andryely Pedroso - LinkedIn Top Voice e minha mentorada)
- Bem-estar & Movimento podcast da CBN com Marcio Atalla
- Saúde na Veia podcast do Conselho Federal de Enfermagem
- Minuto Saúde podcast do jornal da USP
- Tribo Forte Podcast: Saúde. Boa forma. Estilo de Vida!

Se fizermos uma pesquisa maior, encontraremos várias oportunidades de temas que não são abordados em canal algum, o que aumenta a chance de apenas você oferecer aquele conteúdo específico.

## 5- A “caça com arpão”: a chegada do método ABM nas redes sociais

Essa é uma tendência é uma estratégia focada na comunicação de contas que de fato possuem potencial de compra de um produto, ou serviço, ou, para atingir um profissional



específico de comunicação. Portanto, o Account Based-Marketing (ABM) foge da comunicação de massa.



**“**

**O INBOUND MARKETING É TOCAR TARRAFA. VEM CARDUME? VEM. MAS POR VEZES TAMBÉM VEM UMA BOTA, UMA CARTEIRA DE MARLBORO. O ABM É UMA CAÇA SUBMARINA. VOCÊ DESÇA COM O ARPÃO ATRÁS DE UM PEIXE ESPECÍFICO.**

**DALBOSCO**

Ele começou a ser utilizado por empresas de tecnologia, mas nos últimos anos tem sido aplicado por empresas e profissionais de outros segmentos. Apesar de ser uma excelente e eficiente estratégia, é de longo prazo e será preciso paciência. Você vai direto no alvo, mas isso não quer dizer que terá um resultado rápido e muito menos o que você gostaria logo de cara. Para atingir em cheio o seu alvo com o arpão, precisa estar preparado e ter fôlego para alcançá-lo.

O alcance de contas estratégicas pode ser feito de várias maneiras (inbox ou InMail no LinkedIn, correspondência tradicional, convites a eventos... Mas antes que saia aplicando isso hoje mesmo, saiba que existe um passo a passo para aumentar sua chance de sucesso nessa ação que é trabalhosa e com boa parte da atividade sendo feita manualmente por uma equipe.

[Quer encurtar caminhos e riscos? Fale comigo a respeito da mentoria individual em ABM para você acelerar suas vendas estratégicas.](#)

## **9 motivos para criar uma marca pessoal forte**

Não ter que depender de um CNPJ é um dos primeiros motivos para que você comece a criar e fortalecer sua marca pessoal no mercado. A partir do momento que decide seguir por esse caminho e se dedicar a ele, você tem em mãos o poder de decisão para onde ir, quando e como, pois terá posicionamento e será visto como referência estando ou não em uma clínica ou consultório.

Outros motivos para criar a sua marca pessoal de forma estratégica são:

1. Crescimento de nº de clientes;
2. Evolução do nº de parceiros comerciais estratégicos;
3. Maior respeito por colegas da área da saúde e da fonoaudiologia;
4. Aumento da autoridade;
5. Demanda por mentorias particulares;
6. Crescimento no número de seguidores nas redes sociais e aumento do engajamento nos conteúdos, ajudando assim a distribuir mais a marca empresarial e pessoal;
7. Convites frequentes para palestras;
8. Aumento de artigos na web a respeito da trajetória deles por meio de plataformas digitais;
9. Mais convites para participação em programas ou entrevistas em televisão e rádio em nível local, regional e nacional nas grandes mídias (exemplos de mídias que mentorados têm aparecido: CNN, Uol, Jovem Pan, Band, G1...).

Quem escolhe como quer escrever sua história e fazer a diferença na vida de outras pessoas é você. Ao compartilhar o seu conhecimento nas redes sociais, você não apenas fortalece sua marca pessoal por meio de conteúdo de valor, mas também aumenta a qualidade de vida de quem lhe acompanha. E pode ter certeza que há milhares de pessoas querendo esse conhecimento e alguém para confiar e ter como referência.

Uma das coisas que menciono em meus processos de mentoria é que o dinheiro não acaba, ele apenas troca de mãos. Se hoje você não está faturando o que gostaria é porque outro profissional da sua área está recebendo ou o seu público-alvo gastando com algo que não seja para o seu destino...e é justamente por isso que você precisa correr atrás e trazer essa oportunidade para você. Como? Fortalecendo seu nome no mercado.

O que alguém com um ótimo posicionamento de marca pessoal consegue de oportunidades e que você pode não estar conseguindo? Uma reflexão para profissionais que sabem que é preciso ter atitude para iniciar essa jornada de sucesso.