

Sessão Estratégica: Conteúdo que Capta e Captação que Sustenta

Formatos de conteúdo além do padrão, derivação com inteligência artificial, o Ecossistema de Captação Ética em 7 etapas e os casos reais da turma.

Clinicando Pro . Sessão Estratégica . Primeira sessão de julho de 2026 . Brunetti

Mapa da Sessão

Abertura e vitórias da quinzena	Rodada com a turma: novos pacientes fechados e mudanças em andamento	00:00
Conteúdo além do padrão: notícias com opinião	Como transformar uma matéria de jornal em post, carrossel ou vídeo	02:16
React de vídeos com a sua opinião	Baixar um vídeo, recortar sua imagem e comentar por cima	10:41
Vídeo com takes do dia a dia e texto na tela	O formato da Gloria para quem não gosta de falar em vídeo	15:47
Caso Luciana: 5 minutos que viraram 30 dias de conteúdo	Transcrição de um vídeo curto gerando linha editorial completa no ChatGPT	17:43
Linha editorial, filtros e qualificação de público	Os 3 pilares do Roberto e o filtro de posicionamento da Silvana	24:37

Caso Pablo: expansão para o mercado chileno	Domínio local, site em espanhol, bio, fuso horário e campanha de teste	46:04
Ecossistema de Captação Ética em 7 etapas	Da dor que faz a pessoa pesquisar até o fechamento; onde está o seu elo fraco	58:04
Números reais: vídeo curto contra carrossel	Insights abertos ao vivo comparando alcance, interações e seguidores	1:07:44
Demonstração prática no CapCut	Remover fundo, montar react em camadas e recortar a própria imagem	1:12:10
Grave tudo: palestras viram meses de conteúdo	Áudio simples de palestra como matéria-prima e a oportunidade nas empresas	1:21:49
Nicho na captação e mentalidade de marketing	Quem fala com todo mundo não fala com ninguém; marketing enche, clínica sustenta	1:31:58
Recapitulação, site em 15 dias e gerador de copy	Meta de todos com site e a nova ferramenta dentro do sistema do Clinicando	1:49:13
Encerramento	Próximos passos e envio do PDF do ecossistema	1:54:52

Timestamps baseados no fluxo da sessão. Este material cobre os blocos de estratégia, conteúdo e captação. Os avisos sobre supervisão clínica ficaram fora deste documento.

O que você vai encontrar aqui

Esta sessão foi um mergulho em formatos de conteúdo que fogem do padrão e dão volume à sua presença digital sem aumentar o esforço: notícias comentadas, reacts, vídeos com takes do dia a dia e derivação de conteúdo com inteligência artificial. Na

segunda metade, o Brunetti retomou o Ecossistema de Captação Ética em 7 etapas apresentado na aula de sábado, abriu os números reais do próprio Instagram para comparar formatos e usou os casos da turma, Luciana, Silvana, Pablo e Wagner, para mostrar o método funcionando na prática.

"Aplique, aplique, só aplique. Não se preocupe em assistir a aula. Se preocupe em pegar aquele conceito e aplicar."

Brunetti

10

Estratégias apresentadas

6

Casos reais da turma

30

Ações para executar

FORMATO DE CONTEÚDO

01 Notícias com Opinião

O primeiro formato para sair do conteúdo padrão é a matéria de jornal. Você abre um portal de notícias no seu celular (UOL, G1 ou outro), encontra uma matéria ligada a comportamento, saúde mental ou ao seu tema de trabalho, dá um print e transforma aquilo em post ou carrossel com a sua leitura profissional. O exemplo dado ao vivo: uma matéria dizendo que não existe receita pronta para lidar com emoções pode virar um carrossel seu respondendo "existe sim, e eu vou te mostrar como". Concordar com a matéria também funciona; o que importa é a sua posição.

FALA DA SESSÃO

"A sua opinião é importante, porque com a sua opinião eu consigo saber quem você é. E as pessoas se interessam muito por isso."

- ◆ A estrutura não muda: opinião, desenvolvimento, recompensa e CTA. No CTA, devolva a discussão para a audiência: "o que você achou dessa atitude, foi certo ou errado?". Engajamento alto com pouquíssimo esforço de produção.

Ações práticas

1. Separe 10 minutos na semana para navegar em um portal de notícias procurando temas de comportamento e saúde mental
2. Dê print em 2 ou 3 matérias que dialogam com o seu público e guarde em um álbum no celular
3. Produza 1 post esta semana a partir de uma notícia, fechando com uma pergunta de opinião para a audiência

FORMATO DE CONTEÚDO

02 React: Comente Vídeos de Outras Pessoas

O segundo formato é o react. Você encontra um vídeo que está circulando (um trecho polêmico, um depoimento, uma cena de programa), baixa com uma ferramenta de download de Reels, e monta um vídeo em que a pessoa fala por alguns segundos, você pausa e entra com a sua opinião. Na sessão, o Brunetti montou um react do zero no CapCut: importou o vídeo de referência, gravou a própria imagem, usou a remoção automática de fundo (um único botão) e mostrou duas variações de layout, com a sua imagem recortada sobre o vídeo ou com as duas telas divididas.

FALA DA SESSÃO

"Quando você falou que queria, eu até falei assim, não sei fazer. Aí eu entrei e levei, sei lá, 20 segundos para descobrir como é que funcionava."

- ◆ Não trave por não dominar a ferramenta. Pergunte ao ChatGPT como fazer a operação específica (por exemplo, "como recortar um vídeo no CapCut desktop") e resolva em segundos. E use o grupo: dúvida enviada lá é respondida, muitas vezes com vídeo demonstrando.

Ações práticas

1. Instale o CapCut e teste a remoção automática de fundo com um vídeo seu
2. Escolha 1 vídeo ou áudio circulando sobre um tema seu e monte seu primeiro react com a sua opinião
3. Travou em alguma etapa? Pergunte ao ChatGPT ou mande a dúvida no grupo do Clinicando

FORMATO DE CONTEÚDO

03 Takes do Dia a Dia com Texto na Tela

O terceiro formato veio de um vídeo da Gloria, aluna da mentoria. A lógica: você se filma em momentos comuns do dia (escrevendo, mexendo no computador, caminhando, entrando no carro, entrando no consultório) e monta o vídeo com um texto na tela carregando a mensagem. Em vez de um texto longo parado, deixe o texto aparecer em trechos enquanto as imagens trocam. Nesse formato vale colocar música de fundo. A variação: os mesmos takes com voice over, você narrando por cima, sem precisar aparecer falando para a câmera.

FALA DA SESSÃO

"Para quem não gosta de falar no vídeo, isso aqui é uma maravilha. E funciona bem."

- ◆ Grave takes curtos do seu cotidiano sempre que puder e monte um banco de imagens próprio. Com um banco de takes, cada vídeo novo é só texto ou narração nova por cima.

Ações práticas

1. Grave 5 takes curtos do seu dia (10 a 15 segundos cada) ao longo desta semana
2. Monte 1 vídeo com texto aparecendo em trechos e música de fundo
3. Repita os mesmos takes em um segundo vídeo, agora com narração em voice over, e compare o desempenho dos dois

PRODUÇÃO COM IA

04 Caso Luciana: 5 Minutos Viram 30 Dias de Conteúdo

A Luciana fez um vídeo de 5 minutos comentando um áudio que circulou nas redes. O Brunetti transcreveu esse vídeo, colocou a transcrição no ChatGPT e pediu uma linha editorial completa mais os conteúdos dos próximos 30 dias usando aquele material como base. O resultado, mostrado na tela: posicionamento central, 5 pilares editoriais, 10 ideias de carrossel com os slides prontos, cortes de Reels extraídos do próprio vídeo dela, imagens estáticas e um calendário editorial dia a dia. Ela não precisa gravar nenhum Reels novo no período: os cortes saem do vídeo original.

FALA DA SESSÃO

"Um videozinho de 5 minutos gerou 30 ideias de conteúdo aqui. E aqui está o calendário editorial. Tudo prontinho."

O QUE NÃO FAZER

Usar tudo o que a IA devolve sem filtrar. Na própria sessão, um dos pilares sugeridos foi descartado porque falava com psicólogos, e não com o público que a Luciana quer atrair.

O QUE FUNCIONA

Tratar a resposta da IA como rascunho: cortar o que não conversa com o seu público, ajustar o tom para a sua voz e priorizar os temas em que você tem solução para oferecer.

Ações práticas

1. Escolha 1 vídeo ou áudio seu já gravado (aula, live, comentário) e transcreva
2. Peça ao ChatGPT linha editorial e 30 dias de conteúdo baseados na transcrição, pedindo carrosséis, cortes e imagens estáticas
3. Revise a resposta cortando o que não fala com o seu público antes de produzir

CAPTAÇÃO OFFLINE

05 Grave Tudo: Palestras Viram Meses de Conteúdo

Tudo o que você falar em público merece um REC. Não precisa ser vídeo: o gravador de voz do celular resolve. Uma palestra de 15 a 30 minutos, transcrita e trabalhada, rende meses de

conteúdo em cima daquilo que você domina. E há uma oportunidade concreta no offline: com a exigência de atenção à saúde mental nas empresas (o tema da NR-1 foi citado na sessão), oferecer palestras sobre ansiedade, esgotamento e relacionamentos no trabalho abre portas em empresas de qualquer tamanho. Empresa pequena também vale: você ajuda as pessoas, gera autoridade local e sai com matéria-prima gravada.

FALA DA SESSÃO

"Grava a sua palestra, a sua aula, o seu comentário em cima de alguma coisa. Porque isso vira ouro, gente. Dá para fazer muita coisa em cima do que vocês geraram."

- ◆ A analogia do trabalho perdido: quem já perdeu um documento no computador sabe que refazer leva uma noite, não um mês, porque o conteúdo já está na sua cabeça. Derivar conteúdo de uma palestra sua funciona igual: você gravará os cortes e variações em segundos, porque o assunto já é seu.

Ações práticas

1. Ative o gravador de voz em toda palestra, aula ou conversa profissional que você conduzir
2. Liste 3 empresas da sua região (ou de contatos próximos) e ofereça uma palestra sobre saúde mental no trabalho
3. Dá aula em faculdade ou participa de eventos? Grave o áudio e transforme em pauta de conteúdo do mês

MÉTODO

06 O Ecossistema de Captação Ética em 7 Etapas

Retomando a aula de sábado: a captação ética de pacientes funciona como um ecossistema de 7 etapas, que começa na dor ou desejo que faz a pessoa pesquisar (ninguém pesquisa o seu nome; pesquisa "ansiedade masculina", "quero uma família unida", "não sentir culpa por trabalhar demais") e termina no fechamento e na experiência do paciente. Você provavelmente não é bom em todas as etapas, e está tudo bem: o objetivo é identificar onde está o seu elo fraco e trabalhar exatamente ali. O documento em PDF com as 7 etapas será enviado para a turma.

FALA DA SESSÃO

"Estou atualizando as pesquisas, mas os números são assustadores. São em torno de 92%. Qualquer pessoa que procura alguém da área médica, 92% dessas pessoas vão para as redes sociais."



Conceito do supermercado: a mentoria tem tudo, mas você não precisa de tudo. As aulas têm índice justamente para você assistir só os 25 minutos da etapa em que está fraco, aplicar, e voltar quando precisar de outra coisa.

Ações práticas

1. Assista (ou reveja pelo índice) a aula do Ecossistema de Captação Ética de sábado
2. Com o PDF das 7 etapas em mãos, marque em qual etapa você está bem e em qual está fraco
3. Digite no Google os termos que o seu paciente pesquisaria e anote o que o autocompletar sugere: são os termos mais buscados do seu tema

POSICIONAMENTO

07 Filtros, Nicho e a Bio que Trabalha por Você

Quem fala com todo mundo não fala com ninguém: sem nicho na captação, nada conecta. E além do nicho, existem os filtros de qualificação. O exemplo da Silvana abriu os olhos da turma: um vídeo começando com "seu marido te dá presentes caros, leva para viajar, mas ele sabe que você chora sozinha no banheiro" fala diretamente com quem consegue pagar a consulta dela. O caso do Wagner mostra o mesmo princípio na bio: ele ajustou o texto em mentoria individual e, três dias depois, chegou um paciente descrevendo a si mesmo com as exatas palavras da bio. Resultado do período: de 5 para 11 pacientes, incluindo dois de fora do Brasil pagando R\$300 a sessão.

FALA DA SESSÃO

"Esses filtros precisa aplicar todo dia? Não, imagina, até fica meio chato. Mas de vez em quando, uma vez por semana, uma vez a cada 15 dias, você mete um filtro ali. Porque deixa claro quem você atende majoritariamente."

- ◆ **Velocidade também qualifica:** o Wagner responde o WhatsApp em 5 minutos e já convida para conversar na próxima meia hora. Na qualificação, ele decide se vale investir em uma conversa mais longa de apresentação do trabalho.

Ações práticas

1. Releia sua bio: ela descreve com precisão quem você atende, a ponto de o paciente se reconhecer nela?
2. Crie 1 conteúdo de filtro nesta quinzena, retratando com detalhes concretos a vida do paciente que você quer atrair
3. Defina seu tempo máximo de resposta no WhatsApp e um convite padrão para a primeira conversa

MENTALIDADE

08 Marketing Enche a Agenda, a Clínica Sustenta

Um recado direto, para ser lido com cuidado: a captação de pacientes não tem a ver com a clínica, tem a ver com estratégia de marketing. Isso corta para os dois lados. Um profissional fraco na clínica mas forte no marketing enche a agenda, e depois a vê esvaziar, porque quem não entrega não se perpetua. Um excelente profissional sem marketing passa fome, porque ninguém fica sabendo do trabalho. Hoje as pessoas precisam saber o que você faz e quem você é. O caso da Silvana como paciente ilustrou: um especialista com currículo impecável a fez sentar na cadeira (marketing bom) e a experiência ruim de atendimento a fez procurar outro (clínica ruim).

FALA DA SESSÃO

"O que você faz está no seu site. Quem você é está no seu Instagram."

EXPERIÊNCIA RUIM

É compartilhada com pelo menos 20 pessoas. Quem não tem base sólida no atendimento acumula detratores e vive

EXPERIÊNCIA BOA

É compartilhada com 2 ou 3 pessoas. Gera indicação orgânica constante, como as que a Renate e o Pablo relataram na

refazendo a captação para repor quem vai embora.

sessão, e sustenta a agenda no longo prazo.

Ações práticas

1. Avalie com honestidade seus dois lados: de 0 a 10, quanto vale hoje o seu marketing e quanto vale a experiência que o paciente tem com você?
2. Invista o próximo ciclo de energia no lado mais fraco dos dois, usando o ecossistema como mapa

MÉTRICAS

09 Números Reais: Vídeo Curto Contra Carrossel

O Brunetti abriu os insights do próprio Instagram ao vivo. Um vídeo curto feito logo depois de uma aula da mentoria: cerca de 40 mil visualizações, 60% de não seguidores (típico de vídeo curto, que serve para alcançar gente nova), quase 2 mil interações e 12 seguidores novos. Um carrossel bem construído: 103 mil contas alcançadas, quase 9 mil interações e 128 seguidores novos. A leitura: cada formato tem uma função, e um carrossel bem feito pode ser a peça mais eficiente da sua semana, merecendo inclusive um pequeno investimento em impulsionamento depois de provar que funciona.

FALA DA SESSÃO

"Olha quantos seguidores me deu só esse carrossel: 128. Não dá para fazer assim um carrossel de qualquer jeito. Tem que fazer um carrossel bem feito."

Ações práticas

1. Abra os insights dos seus últimos posts e compare vídeos e carrosséis em alcance, interações e seguidores gerados
2. Identifique o conteúdo com melhor desempenho do mês e considere impulsioná-lo com verba pequena

ESTRATÉGIA

10 Caso Pablo: Expandindo para um Novo Mercado

O Pablo é filho de chilenos e atende em espanhol, mas anunciava só para o Brasil. A orientação foi imediata: registrar o domínio local (pablosantander.cl), replicar o site em espanhol, destinar uma fatia pequena da verba de anúncios (cerca de 15%) para testar o Chile, ajustar a bio contando a origem chilena (isso cria identificação imediata com o público de lá), adaptar os horários do site ao fuso local e, mais adiante, conseguir um número de telefone chileno para a página. Quem atende em outro idioma ou tem ligação com outro país tem um mercado inteiro esperando, muitas vezes com maior poder aquisitivo.

FALA DA SESSÃO

"Se eu quiser saber o que o Pablo faz, eu entro no site dele. Se eu quiser saber quem o Pablo é, eu entro no Instagram dele."

◆ Expansão se faz em fases: primeiro o domínio e o site no idioma, depois a campanha de teste com verba pequena, depois os refinamentos (fuso, telefone local, landing page dedicada). Não precisa estar tudo pronto para começar.

Ações práticas

1. Atende em outro idioma ou tem vínculo com outro país? Verifique hoje a disponibilidade do domínio local
2. Conte essa origem na sua bio: identificação cultural é filtro e conexão ao mesmo tempo
3. Reserve uma fatia pequena da verba de anúncios para testar o novo mercado antes de investir pesado

FERRAMENTA NOVA

+ Meta da Quinzena: Todo Mundo com Site

No levantamento feito na sessão, cinco alunos ainda não têm site. A meta ficou definida: nos próximos 15 dias, todos com site no ar. Para ajudar, está sendo criada uma nova ferramenta dentro do sistema do Clinicando: um gerador de site que entrega a copy pronta e a estrutura de cada seção, o hero (a primeira dobra), a seção central de conexão, a biografia com as

informações que importam para quem está chegando e a parte de contato. Com o texto pronto, falta só colar em uma ferramenta de publicação.

Ações práticas

1. Ainda não tem site? Assuma a meta dos 15 dias e comece pela copy com o gerador do Clinicando assim que liberado
2. Já tem site? Revise se ele responde com clareza "o que você faz", com hero, conexão, biografia e contato bem definidos

Autodiagnóstico da Quinzena

1. Quantos formatos diferentes de conteúdo você publicou nos últimos 15 dias?

Só um formato . Dois formatos . Três ou mais formatos

2. Você já tem um vídeo, áudio ou palestra gravada que poderia virar 30 dias de conteúdo com a técnica do caso Luciana?

Não tenho nada gravado . Tenho, mas nunca usei . Já derivo conteúdo do que gravo

3. Em qual das 7 etapas do Ecossistema de Captação Ética você está mais fraco hoje?

Anote a etapa e assista só aquele trecho da aula de sábado

4. Sua bio deixa claro quem você atende, a ponto de filtrar quem não é para você?

Não filtra nada . Filtra um pouco . O paciente se reconhece nela

5. De 0 a 10, qual a nota do seu marketing? E a nota da experiência que o paciente tem com você?

Escreva as duas notas e trabalhe a menor delas neste ciclo

6. Você tem site no ar?

Não . Em construção . Sim, com hero, conexão, biografia e contato

O seu hoje precisa ser melhor que ontem e o seu amanhã precisa ser melhor que hoje.

BRUNETTI . CLINICANDO PRO