



CONCORRÊNCIA DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

gestão digital



apresentação

Prezados,

É com grande satisfação que apresentamos a Trópico Propaganda, uma agência com sólida expertise em comunicação, propaganda e marketing, que traz consigo o compromisso de gerar resultados reais para seus clientes.

Fundada em Juiz de Fora/MG, a Trópico se posiciona como parceira estratégica das marcas, atuando desde o diagnóstico profundo de negócio até a execução criativa, mídia e performance.

Hoje, apresentamos a vocês uma proposta comercial para a Gestão Digital Completa do Hospital Monte Sinai. Esta proposta foi desenhada com base no entendimento da sua marca, dos desafios do mercado e das oportunidades de comunicação, combinando inteligência, estratégia e foco em resultados.

Além disso, acreditamos ser de extrema importância apresentar um pouco das ideias que podemos trazer para contribuir na comunicação de forma criativa e pertinente, trazendo nossa visão do que é uma comunicação moderna e eficiente.

planejamento

mapeamento

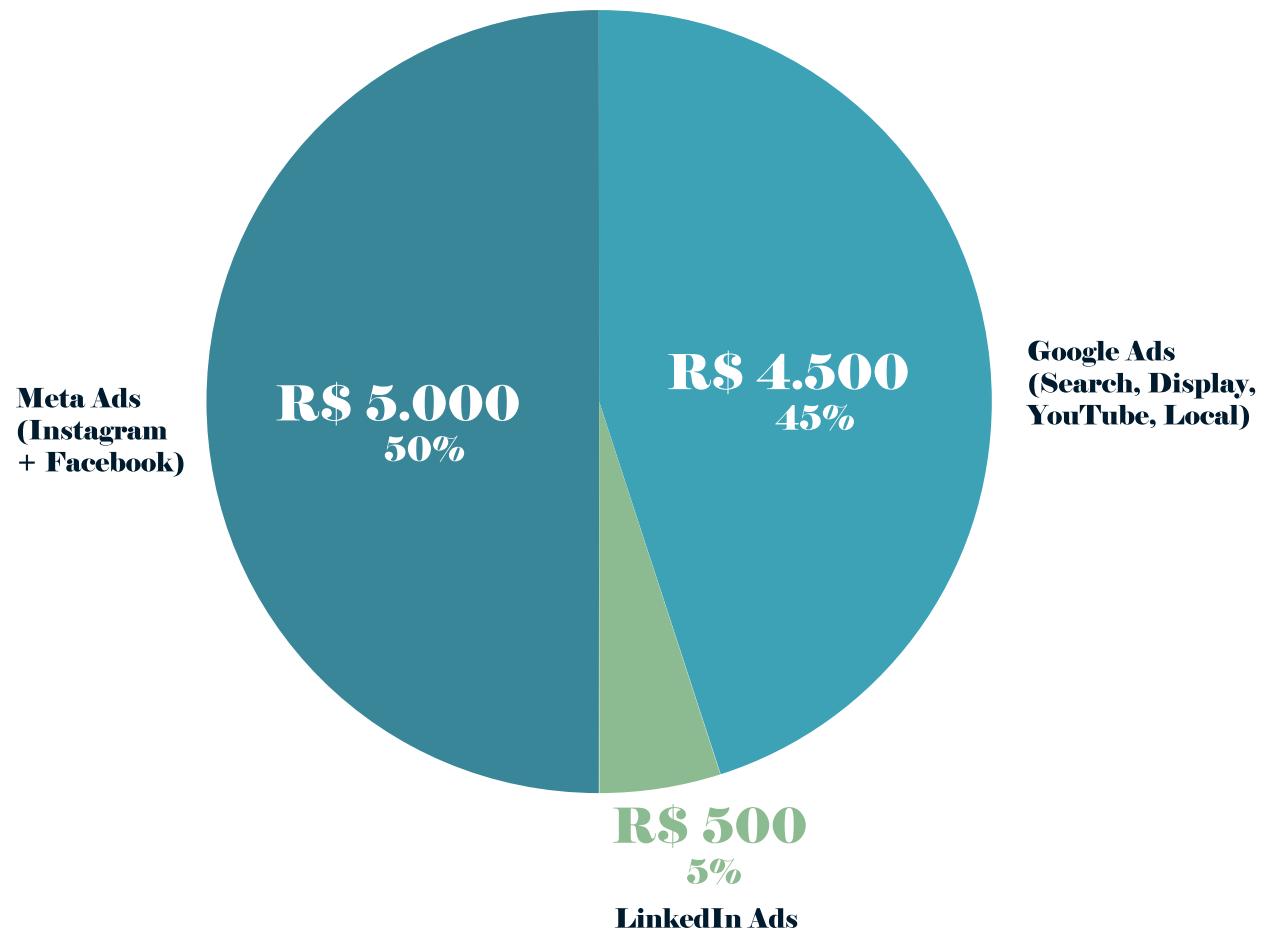
Importante destacar que faz parte da nossa cultura criar diversos públicos e utilizá-los de forma rotineira, levando em consideração a verba do cliente, estratégia atual e eficiência do segmento de público face ao objetivo da campanha. Nosso trabalho de Tráfego Pago é norteado por análise, teste e otimização constante.

Outra forma de encontrarmos nosso público no ecossistema da Meta, e que utilizamos com frequência, é o conjunto de ferramentas advantage plus, baseado em IA e aprendizado de máquina. A ferramenta utiliza a imagem e o texto do anúncio para encontrar o público alvo. Exemplo, um anúncio sobre Maternidade ou Sinai Mulher, será distribuído para gestantes e outras mulheres que tenham comportamento online condizente com o tema.

verba

Investimento mensal: R\$ 10.000,00

Cabe ressaltar que o valor foi pensado com base nas possibilidades de teste de público, criativos e objetivos, sendo possível ajustá-lo para outro cenário de investimento, seja ele maior ou menor, mas é fundamental trabalharmos com um orçamento que permita alcance relevante e frequência adequada, garantindo presença constante ao longo do mês. Investimentos muito abaixo desse valor tendem a gerar impacto pontual, sem repetição suficiente para fixação da marca, especialmente em um segmento de decisão complexa.



meta ads

Como o objetivo é fortalecer a marca Monte Sinai no ambiente digital, elaboramos uma estrutura de campanha com foco em reconhecimento de marca, alcance, visualização de vídeos e tráfego para o site. Cabe ressaltar que essa estratégia engloba tanto Facebook quanto Instagram. A princípio a separação entre os dois será feita de forma automática, deixando o algoritmo definir qual canal deve ser priorizado. Com base na nossa experiência, o Instagram costuma receber a maior parte do investimento, mas ao contrário do senso comum, o Facebook costuma ser fonte de leads com um excelente CAC e qualidade, além disso está no top 3 entre as redes sociais mais acessadas pelos brasileiros.

Após o início da campanha e análise de relatório podemos, manualmente, realizar a separação dos canais (Facebook e Instagram), definindo a verba ideal para cada plataforma com base nos resultados.

google ads + youtube

O Google Ads será utilizado como um pilar estratégico de presença, reputação e blindagem de marca. Diferentemente de uma lógica puramente de venda, assim como no Meta Ads, a atuação aqui é institucional, garantindo que o Hospital Monte Sinai esteja presente em todos os momentos-chave da jornada do usuário, especialmente quando há intenção ativa de busca por serviços de saúde.

As campanhas de Pesquisa têm como principal função dominar os termos institucionais e proteger a marca, assegurando visibilidade qualificada para usuários que já demonstram interesse ou necessidade imediata. Já as campanhas de Display e YouTube atuam na construção de marca, frequência e reforço de imagem, impactando o público em portais, aplicativos e conteúdos relevantes. Por meio de vídeos institucionais, o Hospital Monte Sinai consegue comunicar valores como estrutura tecnológica, corpo clínico e cuidado humano.

Além disso, a estratégia contempla campanhas locais, que fortalecem a presença do hospital no mapa, ampliando visualizações do Perfil da Empresa no Google, solicitações de rota e interações diretas.

linkedin ads

Já o LinkedIn será utilizado como um canal complementar de reputação institucional premium, focado em públicos estratégicos como executivos, empresários, profissionais liberais e formadores de opinião.

Embora apresente um CPM mais alto em comparação a outras plataformas, o LinkedIn entrega uma audiência altamente qualificada por reunir vários tomadores de decisão, permitindo posicionar o Hospital Monte Sinai como uma instituição de referência. O objetivo aqui não é volume, mas sim prestígio, autoridade e posicionamento institucional, reforçando a imagem do hospital perante públicos de alta influência social e econômica.

frequênciA

Acreditamos que a frequência de postagens deva compreender, inicialmente, a seguinte sequência:

Instagram:

4 a 5 posts/semana + stories diárias ~3

Facebook:

2 - 3 posts/semana (repost do Instagram)

LinkedIn:

1 - 2 posts/semana (conteúdo diferente do IG e FB, foco institucional)

YouTube:

2 vídeos/semana (O ideal é focar em anúncios e shorts)

criação

Sabemos que não houve demanda pela parte criativa por parte do Marketing, mas ideias são sempre bem-vindas, inclusive para nortear os esforços de tráfego. A seguir, apresentamos uma ideia de webserie e temas de reels para atração e awareness.

webserie

A seguir, algumas ideias apenas para ilustrar o que sugerimos, utilizando como referência séries com ambiente de saúde.



hidratação

Cenário:

Sala de descanso dos profissionais

Personagens:

Médica + Enfermeiro

Ação:

Enfermeiro toma café.

Médica olha a garrafa de água dele, quase vazia, e olha para ele, como que reprovando.

Enfermeiro: "Estou hidratado... de café."

Quebra da quarta parede**Médica olha pra câmera:**

"Café ajuda a acordar, mas água é o que mantém o corpo funcionando. Beba água ao longo do dia, seu organismo vai agradecer."

Final: Enfermeiro pega a garrafa d'água e toma um gole, resignado.

preparo físico

Cenário:

Corredor / escada do hospital

Personagens:

Médico + Visitante

Ação:

A visitante sobe a escada com pressa, parecendo sem fôlego, para no alto e se abaixa, com as mãos no joelho.

Médico está passando, alongando o pescoço com a mão, para e pergunta se ela está bem.
Ela responde: "Estou cansada só de subir dois lances..."

Quebra da quarta parede**Médico olha pra câmera:**

"Você não precisa ir à academia todos os dias. Caminhadas e alongamentos já ajudam seu corpo a funcionar melhor."

Final: a visitante imita o alongamento do médico, meio ressabiada.

vídeos institucionais

A seguir, algumas ideias de temas.

temas de referência

Trazer ao conhecimento do público-alvo os temas em que o Hospital é referência, verticalizando os mesmos para detalhar o porquê do Monte Sinai ser destaque na área.

Temas como:

- Cirurgia Robótica
- Células-tronco
- Ecoendoscopia
- Detecção precoce de câncer

E outros já observados em algumas peças de comunicação do hospital, que podem ser trabalhados de forma mais dinâmica e atrativa.

dúvidas

Explicar ao público o porquê de regras e procedimentos, para que possamos tratar temas que parecem “duros” com suavidade e razão, como:

- Horários de visitas
- Procedimentos de higiene
- Limitação de número de visitantes
- Cadastramento dos mesmos

proposta

A seguir, apresentamos a proposta comercial com o escopo de trabalho da agência, conforme solicitado.

escopo de trabalho

- **Planejamento estratégico mensal de conteúdo**

- **Produção de conteúdo (textos, artes e/ou vídeos)**

Observação: todo o material necessário ao desenvolvimento e gerenciamento do conteúdo para redes sociais, incluindo vídeos e fotos com equipamento profissional e pessoal necessário, está incluído na proposta da agência. Materiais adicionais, como vídeos institucionais elaborados, com drone, atores, produção, assim como webseries, são orçados à parte, conforme descrito na parte de valores.

- **Gestão e monitoramento das redes sociais**

Observação: embora tenha sido solicitado e por nós sugerido uma frequência de postagens (e o consequente número de entregas/mês, a agência não está engessada na quantidade, e sim nos resultados a serem alcançados).

- **Gestão de tráfego pago (Meta Ads, Google Ads)**

- **Relatórios mensais de desempenho com análise de métricas e resultados**

- **Alinhamentos periódicos com a equipe interna de Comunicação e Marketing**

proposta 1

Itens do escopo solicitado:

- Planejamento estratégico mensal
- Produção de conteúdo
- Gestão e monitoramento das redes sociais
- Gestão de tráfego pago (Meta Ads, Google Ads)
- Relatórios mensais de desempenho com análise de métricas e resultados
- Alinhamentos periódicos com a equipe interna de Comunicação e Marketing

R\$ 8.900,00/mês

webseries

Direção, captação edição e finalização de 2 webseries/mensais até 2 minutos

Observação: investimento em elenco e despesas de produção não inclusos, orçados à parte.

R\$ 5.780,00/mês

institucional

Direção, captação edição e finalização de 2 institucionais/mensais até 2 minutos

Observação: investimento em elenco e despesas de produção não inclusos, orçados à parte.

R\$ 4.780,00/mês

proposta 2

Todos os itens do escopo solicitado:

- Planejamento estratégico mensal
- Produção de conteúdo
- Gestão e monitoramento das redes sociais
- Gestão de tráfego pago (Meta Ads, Google Ads)
- Relatórios mensais de desempenho com análise de métricas e resultados
- Alinhamentos periódicos com a equipe interna de Comunicação e Marketing

+ direção, captação e produção das webseries e institucionais

- Equipe de RTV dedicada
- Equipamentos necessários

Observação: investimento em elenco e despesas de produção não inclusos, orçados à parte.

R\$ 17.500,00/mês

encerramento

Agradecemos a oportunidade de entrega dessa proposta comercial, onde apresentamos não só a frieza dos números, mas também um pouco da lógica que utilizamos para nortear cada escolha, e a razão pela qual acreditamos que esta proposta oferece um diferencial real no contexto competitivo atual.

Estamos ansiosos para caminhar juntos nesta jornada e mostrar como a Trópico pode fazer a diferença em sua comunicação.



obrigado.

