

**24-27 ABR**

TAUÁ RESORT & CONVENTION ATIBAIA



**32º**  
CONGRESSO  
FEHOSP

**SAÚDE  
FILANTRÓPICA:**

ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS



**São  
Cristóvão**  
saúde



**Comunicação como ferramenta para  
impulsionar a captação de recursos.**



 **São  
Cristóvão**  
saúde

## São Cristóvão Saúde

Empresa Privada, Beneficente e Filantrópica, com mais de 111 anos de existência, atuando principalmente na cidade de São Paulo.

Conta atualmente com uma carteira de 160 mil vidas Saúde e 18 mil vidas Odonto.

### Unidades de Negócio:

- ✓ Hospital e Maternidade
- ✓ Plano de Saúde
- ✓ Centros Ambulatoriais
- ✓ Centro Laboratorial
- ✓ Centro Endogástrico
- ✓ Centro de Atenção Integral à Saúde
- ✓ Instituto de Ensino e Pesquisa
- ✓ Filantropia





## Filantropia

- ✓ **Provedores da Santa Casa de Francisco Morato. O CEO/Presidente do Grupo São Cristóvão Saúde, Sr. Valdir Pereira Ventura, também é Presidente da Santa Casa e Diretor Financeiro da FEHOSP.**
- ✓ **Promovemos assistência por meio de diferentes programas de saúde, tais como: Maternidade, Ultrassonografia, Programa de Prevenção e Atendimento do Câncer de Mama. Temos parceria com os municípios de Embu-Guaçú, Taboão da Serra, Osasco e Campos do Jordão.**
- ✓ **Realizamos diversas ações com foco na comunidade, que contemplam: campanhas de vacinação, campanhas de prevenção e promoção à saúde, obras sociais, entre outras.**



## Principais diferenciais do São Cristóvão Saúde

- ✓ Certificações nacionais e internacionais.
- ✓ Processo de modernização e expansão.
- ✓ Revitalização e criação de novos centros de atendimentos especializados.
- ✓ Tecnologia da informação e equipamentos de ponta.

### Certificação – Hospital e Maternidade



### Certificação – Plano de Saúde



24-27 ABR

SAÚDE E CONVIVÊNCIA



32<sup>o</sup>

CONGRESSO

FEHOSP

SAÚDE  
FILANTRÓPICA:  
ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS



## MARKETING EM SAÚDE:

O que diferencia  
de outros  
segmentos?

24-27 ABR

SAÚDE FILANTRÓPICA



32<sup>o</sup>

CONGRESSO

FEHOSP

SAÚDE  
FILANTRÓPICA:  
ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS

 **São  
Cristóvão**  
saúde

- ✓ **“Vendemos algo intangível” lidando principalmente com as emoções e o bem-estar das pessoas.**
- ✓ **Alta competitividade de oferta e opções de produtos, serviços e coberturas.**
- ✓ **Forte interferência de órgãos reguladores no cumprimento de regras.**





# Como construir uma Comunicação para fortalecer sua Marca e sua Imagem?



- ✓ Ter um plano de comunicação muito bem definido, dividido em Ações, Estratégias e Meios, integrando todos os processos para gerar valor agregado.
- ✓ Utilização das Redes Sociais para divulgação das notícias Institucionais.
- ✓ Campanhas Ads para captação e geração de leads para o setor Comercial.
- ✓ Geração de conteúdos que mostrem evoluções estruturais, parcerias, dicas de saúde, serviços oferecidos, entre outros.





- ✓ **Interação com clientes externos através de comunicações permanentes, utilizando os serviços da Assessoria de Imprensa para difundir as notícias da Instituição.**
- ✓ **Manter os canais de comunicação operantes.**
- ✓ **Endomarketing ativo no qual todos os colaboradores tenham acesso as informações da empresa.**



Quais os benefícios de um  
**plano de Comunicação** bem  
estruturado?

- ✓ Reconhecimento da marca.
- ✓ Proximidade com seu cliente, criando uma relação de parceria e transparência.
- ✓ Desejo de compra por aquilo que se propõe a entregar.
- ✓ Manutenção daqueles que já fazem parte da sua carteira, motivando-os em continuar a relação de parceria
- ✓ Aumento de receita.





# Ações integradas realizadas pelo Grupo São Cristóvão Saúde.

## ORGANOGRAMA SETORIAL





## Comunicação Institucional:

- ✓ 95 boletins produzidos internamente em 2022 (Média de 8 matérias/mês), divulgados nos canais de comunicação internos e de parceiros.
- ✓ 103 Releases divulgados pela Assessoria de Imprensa.
  - + de 1.750 matérias publicadas na mídia.
  - + de 299,2 milhões visualizações.
  - + 14,8 milhões de equivalência publicitária.
- ✓ 81 Entrevistas, realizadas com Especialistas e Diretorias.
- ✓ 4 edições anuais – Revista Institucional – São Cristóvão Notícias/Auto Paulista.



## Publicidade e Propaganda:

Distribuído nas seguintes plataformas/meios de comunicação:

- ✓ Revistas / Jornais – mais de 22 títulos anunciados
- ✓ Rádios – 6 emissoras anunciando nossos spots
- ✓ Merchandising TV – 6 programas em 2 emissoras
- ✓ Parcerias com foco na divulgação da Marca
- ✓ Displays de Elevadores / Abrigos de Ônibus
- ✓ Waze

PRIORIDADES  
2022  
(inclui PME  
até 3 vidas)

PERSONAS  
SEGMENTAÇÃO  
DE PLANOS

**GESTANTES**  
Mulheres  
24 a 35  
anos



SOLANGE - 30 ANOS  
mãe de primeira viagem

**INFANTO  
-JUVENIL**  
0 a 15 anos



ESTELA - 35 ANOS  
mãe do Rafael, 4

**JOVEM  
-ADULTO**  
16 a 30  
anos



BETO - 20 ANOS  
Estudante universitário

**ADULTOS**  
31 a 58  
anos



MANOEL  
- 45 ANOS  
Autônomo

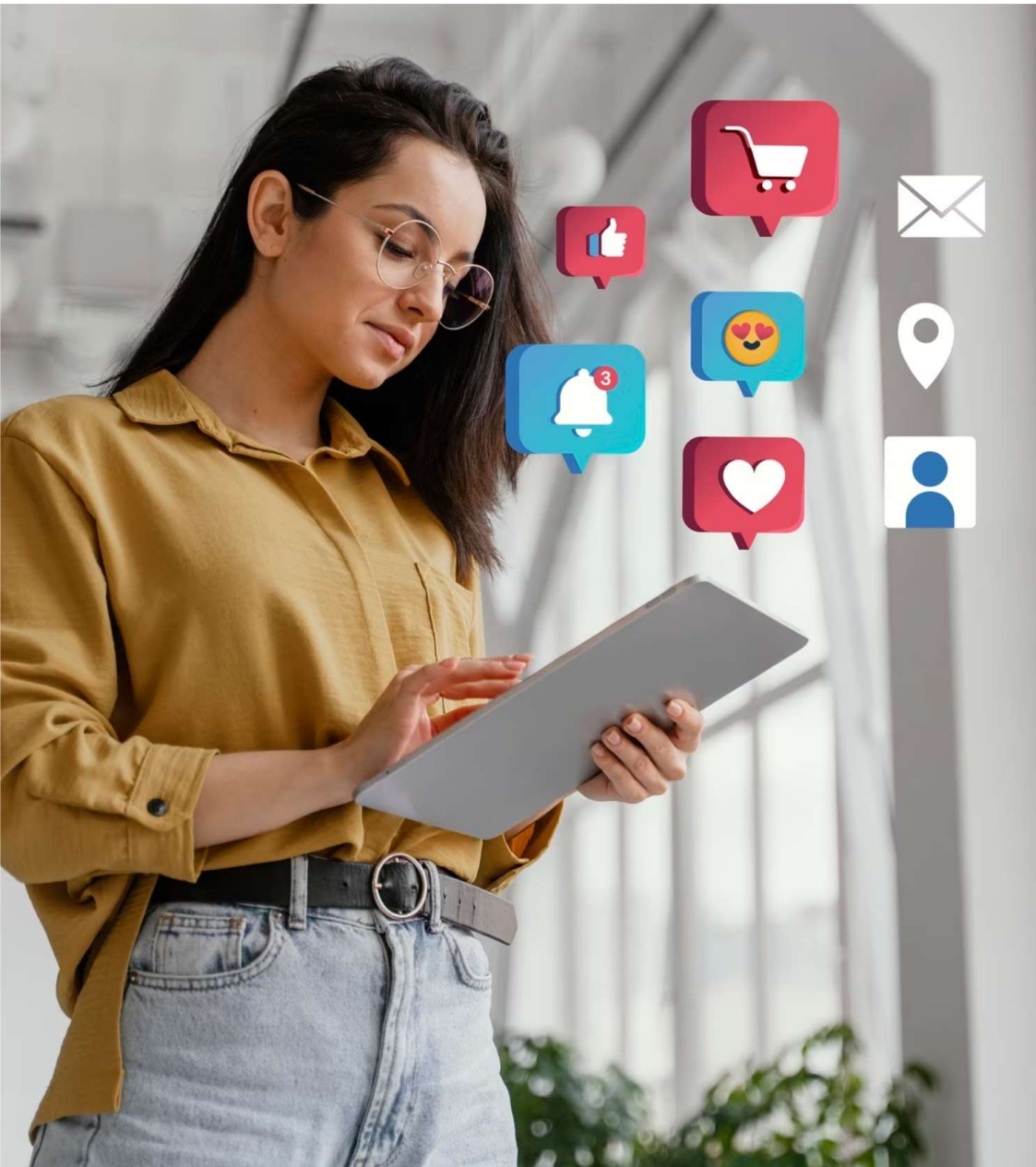
CÂNDIDA - 42 ANOS  
Autônoma

**ADULTOS +**  
59 anos +



JUDITE - 65 ANOS  
Aposentada





## Redes Sociais: Instagram e Facebook

248 postagens realizadas (feed e stories)  
Divulgando dicas de saúde, cursos e palestras,  
vagas e diversos assuntos Institucionais e de  
serviços.

## Campanhas: Google, Face e Insta - Ads

23.174 leads recebidos

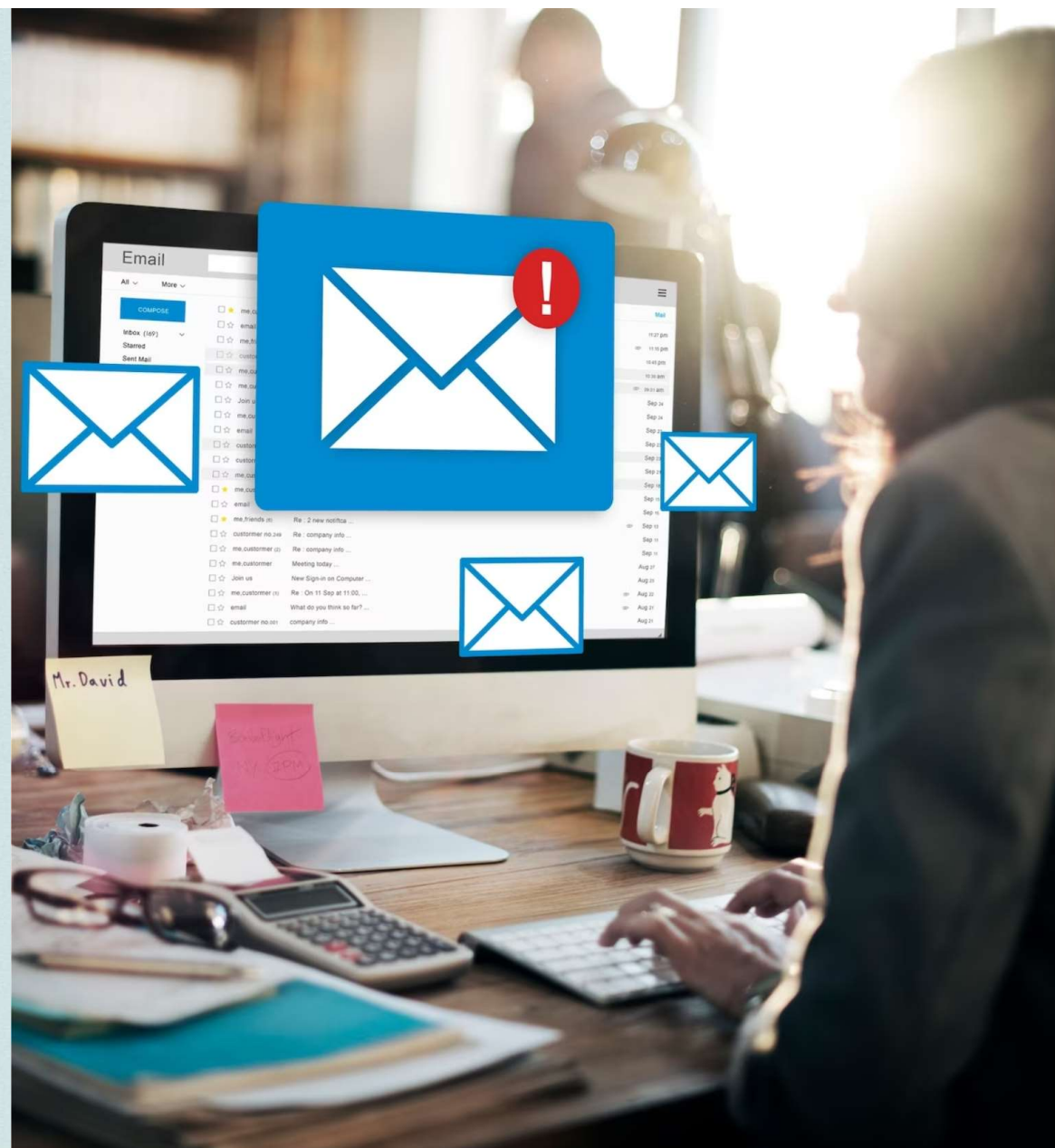
Origem/Distribuição:

- ✓ Google: 60%
- ✓ Facebook e Instagram: 14%
- ✓ Orgânico: 26%

## E-mails MKT

**21 Disparos/ano – para nossa base PF e PJ (dependendo da demanda e assunto).**

**Temos alcançado resultados satisfatórios de aberturas: 48,2% (média anual).**



24-27 ABR

SENA RESORT & CONVENTOS ABRAGA



32<sup>o</sup>

CONGRESSO  
FEHOSP

SAÚDE  
FILANTRÓPICA:  
ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS



<http://www.>



## Site:

**Número de Visualizações Acumulado:  
Janeiro a Dezembro: 5.590.640**

### Dispositivos

- ✓ **62% Mobile**
- ✓ **32% Desktop**
- ✓ **6% Tablet**

### Páginas mais acessadas:

- ✓ **Área do Beneficiário: 15%**
- ✓ **Agendamento Online: 11%**
- ✓ **Fale Conosco: 5%**
- ✓ **Rede Credenciada: 5%**
- ✓ **Resultado de Exames: 2%**

## Eventos Autorais e Patrocinados:

**56 EVENTOS** como organizadores/apoiadores  
junto à comunidade em geral, parceiros e  
entidades de classes.

O foco da participação nesses eventos é de  
fortalecer e expor a marca e captar leads para  
ativação da equipe comercial.





# O que essas ações resultam?

- ✓ Fortalecimento da marca
- ✓ Melhoria da Imagem Institucional
- ✓ Aumento de Receita  
(entrada de novos beneficiários e venda de serviços)



## PRECISAMOS ENTENDER QUE:

O Grupo São Cristóvão Saúde pratica a **COMUNICAÇÃO EM MARKETING** como uma forma de **fortalecer a Marca e aumentar receitas**, através da comercialização de Planos de Saúde e na prestação de Serviços Particulares, fora da cobertura do Rol da ANS.



**Paulo Madarasz Ventura**  
*Gerente de Marketing*  
*Grupo São Cristóvão Saúde*

**Contato:**  
*marketing@saocristovao.com.br*  
*(11) 99425.2945*

**Obrigado!**