

---

Checklist de **conformidade CFM:**  
diretrizes para marketing  
e comunicação médica

F O R M A Ç Ã O

**MED**  
**10K**



Torne-se um **estrategista** em marketing médico que **fatura 10k por mês!**

# 1. IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL

- O nome completo do médico está visível em todas as postagens e materiais?
- O número do CRM do médico está incluído de forma clara?
- O RQE (Registro de Qualificação de Especialista) está presente, se o médico possui especialidade registrada?

**Instrução:** Certifique-se de que essas informações estejam facilmente visíveis e legíveis, como na bio de redes sociais ou no rodapé de imagens e vídeos.

## 2. PROIBIÇÃO DE PROMESSAS E RESULTADOS

- ✓ A postagem ou campanha evita prometer ou insinuar resultados garantidos?
- ✓ Não existem palavras que sugiram resultados específicos, como "100% de garantia", "resultados imediatos", ou "transformação garantida"?
- ✓ A linguagem usada é descritiva e educativa, e não direcionada a vender resultados específicos?

**Instrução:** Foque em um tom educativo, explicando o procedimento e seus benefícios de forma realista, sempre reforçando que os resultados podem variar conforme cada paciente.

### 3. USO DE IMAGENS DE PACIENTES (ANTES E DEPOIS)

- ✓ As imagens de “antes e depois” têm o consentimento por escrito do paciente para uso com fins educativos?
- ✓ O rosto ou características identificáveis dos pacientes estão ocultos ou anonimizados (mesmo com consentimento)?
- ✓ As imagens são apresentadas de forma educativa, com explicação sobre o procedimento, indicações, e possíveis complicações?

**Instrução:** Utilize essas imagens como ferramenta educativa, sempre mantendo o respeito à privacidade e apresentando o conteúdo com um tom imparcial.

## 4. TOM E LINGUAGEM UTILIZADA

- ✓ O conteúdo evita qualquer forma de sensacionalismo, como adjetivos exagerados ou superlativos?
- ✓ Não há menções de “único”, “o melhor” ou “exclusivo” que possam parecer autopromoção ou exaltação?
- ✓ A linguagem usada é clara, profissional e focada em educar o público sobre o tratamento ou especialidade do médico?

**Instrução:** Fique atento ao tom e escolha palavras que enfatizem a ética e a informação imparcial, mantendo o foco na prática e não em autopromoção.

## 5. DIVULGAÇÃO DE VALORES DE CONSULTAS E MÉTODOS DE PAGAMENTO

- ✓ Se os valores de consultas são divulgados, eles estão apresentados de forma direta e informativa?
- ✓ Evite “ofertas casadas” ou descontos promocionais que possam caracterizar mercantilismo.

**Instrução:** Ao divulgar valores e condições de pagamento, faça de forma transparente e sem utilizar abordagens que possam ser vistas como práticas comerciais agressivas.

## 6. APRESENTAÇÃO VISUAL E CONTEÚDO GRÁFICO

- ✓ O design visual não manipula imagens para “melhorar” resultados estéticos (ex.: filtros exagerados, edições de antes e depois)?
- ✓ Toda a identidade visual é profissional, sem imagens ou ilustrações que pareçam exagerar resultados ou prometer transformações irreais?

**Instrução:** Certifique-se de que a apresentação gráfica das imagens e vídeos está em linha com o tom sóbrio e educacional que as normas requerem.

## 7. ALINHAMENTO COM O CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA

- O conteúdo respeita a ética médica e o sigilo profissional, sem expor informações pessoais ou sensíveis dos pacientes?
- As informações sobre procedimentos ou técnicas são apresentadas com base em evidências científicas e dados confiáveis?

**Instrução:** Sempre garanta que qualquer informação divulgada é fundamentada em ciência e embasada por práticas éticas, evitando informações que possam parecer enganosas.

## 8. REVISÃO FINAL (PARA GARANTIR CONFORMIDADE COMPLETA)

- ✓ A postagem ou campanha passou pelo checklist e atende a todos os pontos de conformidade?
- ✓ A equipe de marketing e o médico revisaram juntos o conteúdo para garantir alinhamento ético e cumprimento das normas?

**Instrução:** Revise todas as etapas e, se possível, conte com uma segunda opinião ou revisão para assegurar que tudo está de acordo com as diretrizes.



F O R M A Ç Ã O

# MED 10K



Torne-se um **estrategista** em marketing médico que **fatura 10k por mês!**