

Comunicação Interna Eficiente em Clínicas Estéticas

Inclui Plano de Ação de 30 Dias

Dra. Daniela Leal

Material de apoio para a aula no
AMWC Brazil 2025

 **DL MEDICAL**
ACADEMY

E-book

Comunicação Interna Eficiente em Clínicas Estéticas

Um guia prático para alinhar equipes, otimizar processos
e encantar pacientes. Inclui um Plano de Ação para ter uma
Comunicação Interna Eficiente em 30 Dias

Autora: Dra. Daniela Leal

Evento: AMWC Brazil 2025

Ano da Publicação: 2025

Sobre a Autora

Dra. Daniela Leal é dermatologista, proprietária da Clínica Leal, em Campinas, SP. Sua abordagem de gestão combina experiência prática com insights sobre a dinâmica organizacional, visando melhorar o alinhamento e o engajamento das equipes e, acima de tudo, o bem-estar e satisfação dos pacientes.

Introdução

Este e-book foi desenvolvido para complementar a aula ministrada no AMWC Brazil 2025 sobre comunicação interna eficiente, com foco em clínicas de dermatologia estética. Baseado em práticas contemporâneas e na experiência de especialistas, o conteúdo oferece insights aplicáveis e ferramentas práticas para melhorar o alinhamento, o engajamento e a clareza da comunicação com as equipes multidisciplinares que atuam nessas clínicas.

A comunicação interna eficiente é crucial não apenas para a eficiência operacional, mas também para a retenção de funcionários. De acordo com um relatório da ProofHub, a comunicação eficaz da equipe aumenta a retenção de funcionários em 4,5 vezes em comparação com empresas que carecem de comunicação eficaz¹. Além disso, a comunicação interna impacta diretamente a satisfação do cliente. Quando a equipe está bem-informada e alinhada, pode fornecer um melhor serviço aos pacientes, levando a taxas mais altas de satisfação².

O que é Comunicação Interna Estratégica?

É o conjunto de práticas planejadas que garantem que as mensagens-chave da organização sejam compreendidas, internalizadas e colocadas em prática pelas equipes. Ela vai além da simples transmissão de informações, alinhando cultura, comportamentos e objetivos.

Planejamento de Comunicação Interna

O planejamento eficaz parte de três bases: diagnóstico da realidade atual, alinhamento de expectativas com a liderança e definição do papel estratégico da comunicação. O plano (5W2H) deve ser consequência direta do planejamento, com ações que reflitam os valores e cultura organizacional.

O que é 5W2H?

5W2H é uma ferramenta de planejamento que responde a sete perguntas fundamentais:

- **O que:** O que precisa ser feito?
- **Por quê:** Por que é necessário?
- **Quem:** Quem fará?
- **Quando:** Quando será feito?
- **Onde:** Onde será feito?
- **Como:** Como será feito?
- **Quanto:** Quanto custará?

Essa estrutura ajuda a criar ações claras e objetivas.

Jornada do Colaborador como Estrutura do Planejamento

Desde o recrutamento até o desligamento, cada etapa da jornada representa um ponto de contato. Exemplos incluem:

- **Recrutamento:** Descrições claras de cargos e comunicação transparente sobre expectativas.
- **Onboarding:** Programas de treinamento estruturados, introdução à cultura da empresa e atribuição de um mentor.
- **Feedback:** Revisões regulares de desempenho e políticas de portas abertas para discussões.

- **Reconhecimento:** Programas como “funcionário do mês” ou bônus por desempenho excepcional.
- **Desligamento:** Comunicação clara sobre os motivos e apoio na transição.

Esses pontos de contato devem ser planejados para reforçar a comunicação e o engajamento.

Ferramentas e Processos

A comunicação eficiente exige arquitetura de informação, clareza nos fluxos e gestão de conhecimento. Em uma clínica estética, exemplos de processos que se beneficiam de comunicação bem estruturada incluem:

- Entrega de protocolos-padrão para novos procedimentos.
- Briefings semanais sobre pacientes VIP ou casos especiais.
- Checklists e fluxogramas digitais para cada tipo de atendimento (toxina, bioestimulador, tecnologias).
- Manual de conduta em situações de intercorrência.
- Acesso organizado a POPs, vídeos de treinamento e instruções internas.

Ferramentas como intranets, aplicativos de comunicação (por exemplo, Slack ou Microsoft Teams) ou softwares de gestão de clínicas com módulos de comunicação podem facilitar esses processos.

Diagnóstico e Escuta Ativa

Antes de planejar, é essencial escutar. Rodas de conversa, entrevistas 1:1 e metodologias como World Café permitem compreender a comunicação informal e as reais necessidades do time.

O que é World Café?

World Café é uma metodologia de diálogo em grupo que promove a troca de ideias e a construção coletiva de conhecimento por meio de conversas em pequenos grupos.

Motivação e Engajamento: o Modelo CHAMFROGS

Este modelo identifica 10 gatilhos de motivação: Curiosidade, Honra, Aceitação, Maestria, Previsibilidade, Liberdade, Recompensa, Ordem Social, Metas e Status. Utilizá-lo ajuda a conectar as ações de comunicação com as motivações da equipe.

Tabela: Modelo CHAMPFROGS

Gatilho	Descrição	Exemplo na Clínica Estética
Curiosidade	Desejo de aprender e explorar	Oferecer treinamentos sobre novas técnicas estéticas
Honra	Necessidade de reconhecimento	Reconhecer funcionários com feedback positivo de pacientes
Aceitação	Necessidade de ser incluído e valorizado	Atividades de team-building
Maestria	Desejo de melhorar habilidades	Oportunidades para certificações avançadas
Previsibilidade	Necessidade de estabilidade	Horários e protocolos claros
Liberdade	Desejo de autonomia	Permitir decisões dentro da expertise da equipe
Recompensa	Necessidade de incentivos	Bônus por atingir metas
Ordem Social	Necessidade de estrutura social	Reuniões regulares da equipe
Metas	Desejo de alcançar objetivos	Definir metas de desempenho claras
Status	Necessidade de reconhecimento e respeito	Promover funcionários a posições de liderança

Exemplo Aplicado: Ao comunicar um novo protocolo de preenchimento facial:

- Use **Maestria** para destacar treinamentos exclusivos.
- Use **Previsibilidade** ao apresentar o passo a passo com fluxograma.
- Use **Recompensa** ao atrelar o uso correto ao feedback positivo dos pacientes.

Considerações Finais

Comunicação interna eficiente não nasce do improviso. Ela exige intencionalidade, escuta, adaptação cultural e alinhamento constante com a realidade do time. Ao integrar planejamento estruturado com práticas de

escuta e conexão emocional, clínicas estéticas conseguem elevar seu padrão de gestão e resultados.

Este material é um convite à ação consciente, baseada na confiança e no protagonismo coletivo.

Fontes para Aprofundamento

- Miller, R. (2024). *Internal Communication Strategy: Design, Develop and Transform Your Organizational Communication*. Kogan Page.
- Field, J. (2021). *Influential Internal Communication: Streamline Your Corporate Communication to Drive Efficiency and Engagement*. Kogan Page.
- “How to improve internal communication in healthcare” - [PowerDMS](#).
- “Internal Comms for Healthcare – The Ultimate Guide” - [Workvivo](#).

Citações

1. ProofHub. (2023). Role of Internal Communication in Employee Retention. [Disponível aqui](#).
2. Skeepers. (2018). How Internal Communications Contributes to Customer Satisfaction. [Disponível aqui](#).

Plano de Ação

Comunicação Interna Eficiente em 30 Dias

Introdução

Este plano busca melhorar a comunicação interna da clínica em 30 dias, reduzindo ruídos, padronizando processos e promovendo engajamento da equipe. Com ações práticas, metas semanais e checklists, o objetivo é estabelecer um fluxo claro de informações e fortalecer a colaboração.

Semana 1 – Diagnóstico e Escolha de Canal Oficial

Meta: Identificar os principais ruídos e definir o canal único de comunicação.

Ações:

- Enviar pesquisa com 2 perguntas à equipe (via formulário online):
 - Em que momento do dia você se sente mais perdida(o) ou sobrecarregada(o)?
 - Se você pudesse mudar uma coisa na comunicação da clínica, o que seria?
- Consolidar respostas em até 48h, priorizando os 3 principais problemas citados
- Escolher canal oficial (WhatsApp Business, Slack) com base em: facilidade de uso, acesso universal, integração com ferramentas existentes e segurança de dados.
- Criar grupo/canal com nome claro (ex: "Clínica - Comunicação Oficial") e descrição com regras de uso.
- **Treinamento básico:** 15 minutos com a equipe sobre o uso do canal escolhido.

Resultado esperado: Ruídos mapeados, canal definido e configurado.

Validação: Check rápido no 3º dia - todos conseguem acessar o canal?

Checklist:

- [] Enviar pesquisa à equipe
- [] Consolidar respostas em 48h
- [] Escolher canal oficial
- [] Criar grupo/canal com regras
- [] Realizar treinamento de 15 min
- [] Validar acesso de todos no 3º dia

Semana 2 – Organização de Processos-Chave e Mini POP

Meta: Padronizar 1-2 processos rotineiros.

Ações:

- Identificar os 2 processos com maior retrabalho (ex: agendamento, entrega de orientações) com base na pesquisa da Semana 1.
- Criar um mini POP (máximo 1 página, com fluxograma simples ou lista numerada).
- Compartilhar no canal oficial e pedir feedback rápido (24h).

Resultado esperado: Processos documentados e compartilhados.

Validação: No 5º dia, verificar se o POP está sendo seguido na prática.

Checklist:

- [] Identificar 2 processos com maior retrabalho
- [] Criar mini POP (1 página)
- [] Compartilhar no canal oficial
- [] Coletar feedback em 24h
- [] Validar uso prático no 5º dia

Semana 3 – Reunião Curta + Reconhecimento

Meta: Criar ritual de conexão e valorização.

Ações:

- Realizar reunião de 15–20 minutos (presencial ou virtual), ajustada ao tamanho da equipe (15 min para até 10 pessoas, 20 min para mais).
- Apresentar canal oficial e processos organizados, coletando sugestões.
- Criar quadro de destaque da semana (físico ou digital, ex: "Colaborador Destaque").
- Reconhecer 1–2 membros com base em contribuições específicas.

Resultado esperado: Cultura de escuta e valorização iniciada.

Validação: Pesquisa rápida pós-reunião - a equipe se sentiu ouvida?

Checklist:

Realizar reunião de 15–20 minutos

Apresentar canal e processos, coletar sugestões

Criar quadro de destaque

Reconhecer 1–2 membros

Aplicar pesquisa pós-reunião

Semana 4 – Plano de Continuidade + 1 Indicador

Meta: Medir progresso e planejar continuidade.

Ações:

- Escolher 1 indicador simples (ex: % de mensagens respondidas em até 2h no canal oficial ou nº de retrabalhos em agendamentos).
- Nomear responsável informal para coletar dados semanalmente.
- Definir 3 próximas ações (ex: novo POP, treinamento, mais um indicador).

Resultado esperado: Indicador ativo e plano para o próximo mês.

Validação: Revisar com a equipe se as mudanças foram percebidas

Checklist:

- [] Escolher 1 indicador simples
- [] Nomear responsável para coleta de dados
- [] Definir 3 próximas ações
- [] Revisar percepções da equipe

Considerações Importantes

Cronograma: Os 30 dias são um ponto de partida para resultados iniciais. Mudanças culturais reais levam de 3 a 6 meses para se consolidar, portanto a continuidade é fundamental.

Sustentabilidade após 30 dias:

- Manter reuniões mensais de 15 minutos
- Atualizar o quadro de reconhecimento semanalmente
- Revisar e criar novos POPs conforme necessário
- Acompanhar o indicador mensalmente e celebrar melhorias

Engajamento contínuo:

- Rodar pequenas pesquisas trimestrais (2 perguntas)
- Criar um "dia da sugestão" mensal
- Estabelecer um canal de comunicação direta com a liderança

Retornos Esperados:

A execução deste plano deve resultar em maior clareza na comunicação interna, redução de retrabalho e aumento do engajamento da equipe.

Espera-se uma diminuição de pelo menos 30% nos ruídos de comunicação identificados, processos mais eficientes e o início de uma cultura de colaboração e reconhecimento contínuo.

Um **mini POP** (Procedimento Operacional Padrão) é uma versão simplificada de um documento que descreve, de forma clara e concisa, os passos para executar um processo específico. No contexto do plano, é um guia curto (máximo 1 página, com fluxograma ou lista numerada) que padroniza tarefas rotineiras, como agendamento ou entrega de orientações, para reduzir erros e retrabalho.

Dra. Daniela Leal

Dermatologista

RQE:66973

Dra. Daniela Leal é dermatologista certificada pela AMB e membro titular da SBD, com mais de 20 anos de experiência. Proprietária da conceituada Clínica Leal em Campinas, SP.

Palestrante desde 2008 e mentora de mais de 20 turmas desde 2012.

Reconhecida por sua didática, ética e incessante busca por excelência.

Frequente convidada a palestrar sobre o tema "análise facial e preenchimento".



clinicaleal.com 

dlmedicalacademy.com.br 

contato@dlmedicalacademy.com.br 

[instagram.com/dlmedicalacademy](https://www.instagram.com/dlmedicalacademy) 

 **DL MEDICAL**
ACADEMY