SBPC · ML

Sociedade Brasileira de Patologia Clínica
Medicina Laboratorial

Podcast “Papo de Laboratório”

advice.
comunicação corporativa

GRAYLING
AFFILIATE

Cenário

- A Sociedade Brasileira de Patologia Clínica/Medicina Laboratorial (SBPC/ML) é uma Sociedade de Especialidade Médica, fundada em 1944 e que atua na área de laboratórios clínicos. Tem como finalidade reunir médicos com Título de Especialista em Patologia Clínica/Medicina Laboratorial e profissionais de outras áreas da saúde, como farmacêuticos-bioquímicos, biomédicos, biólogos e outros profissionais de laboratórios clínicos, além de empresas do setor. A especialidade médica responde por apoio a 70% das decisões clínicas do País, influenciando desfechos e resultados econômicos da assistência à saúde.
- Com o protagonismo que a SBPC/ML teve durante a pandemia, em função de sua participação ativa no desenvolvimento e definição do padrão de qualidade dos testes laboratoriais para a covid-19, e fonte na mídia sobre essa especificidade, tornou-se fundamental ampliar a palavra da entidade para profissionais de outras áreas médicas, demais entidades e estudantes de medicina.
- Além de ser responsável pela assessoria de imprensa e de todas as mídias proprietárias da entidade (notícias no *website*, redes sociais, informativo, revista e *workplace*), a Advice criou o *Podcast* “Papo de Laboratório”.

Objetivos

- Aproveitar o crescimento dos *podcasts* para ampliar o alcance da SBPC/ML, especialmente pensando nos médicos de outras especialidades;

- Lançar o *podcast* em uma linguagem mais acessível, em formato de entrevista, para abordar temas técnicos;

- Aproveitar o protagonismo da SBPC/ML nos testes de covid-19 e trazer o tema para discussão, assim como outros temas de relevância para a entidade;

- Aproximar a SBPC/ML de outras especialidades médicas e estudantes de medicina.

Estratégias

- ***Thought Leadership*** – posicionar os porta-vozes da SBP/ML como referências nos assuntos relacionados aos testes de covid-19 e demais testes laboratoriais;

- **Educação** – investir na educação de médicos de outras especialidades e estudantes de medicina a respeito dos testes laboratoriais;

- **Conteúdo** – posicionamentos sobre cada acontecimento regulatório, mercadológico sobre os testes laboratoriais. Utilizar os canais de comunicação da SBPC/ML para amplificar o conhecimento do novo “Papo de Laboratório”.

Estratégias

- ***Online* e *digital*** – aproveitar o momento de pandemia em que as ferramentas *online* cresceram, especialmente o *podcast*, para remodelar e modernizar a comunicação da entidade;

- **Regionalização** – possibilitar alcance em todo o Brasil e até fora do País pelo formato alcançado.

Ações

- A primeira temporada do “Papo de Laboratório” contou com 24 episódios;
- A Advice discutia as pautas com o cliente e cuidava de toda a produção, agendamento, convite de participantes, gravação e edição do material;
- O material era disponibilizado simultaneamente nas quatro principais plataformas de podcasts do mercado;
- Todas as mídias proprietárias da SBPC/ML falavam sobre o “Papo de Laboratório” a cada episódio disponibilizado.

Case | SBPC/ML

Owned Media **(gerenciadas pela Advice)**

Criação do *Podcast* “Papo de Laboratório”

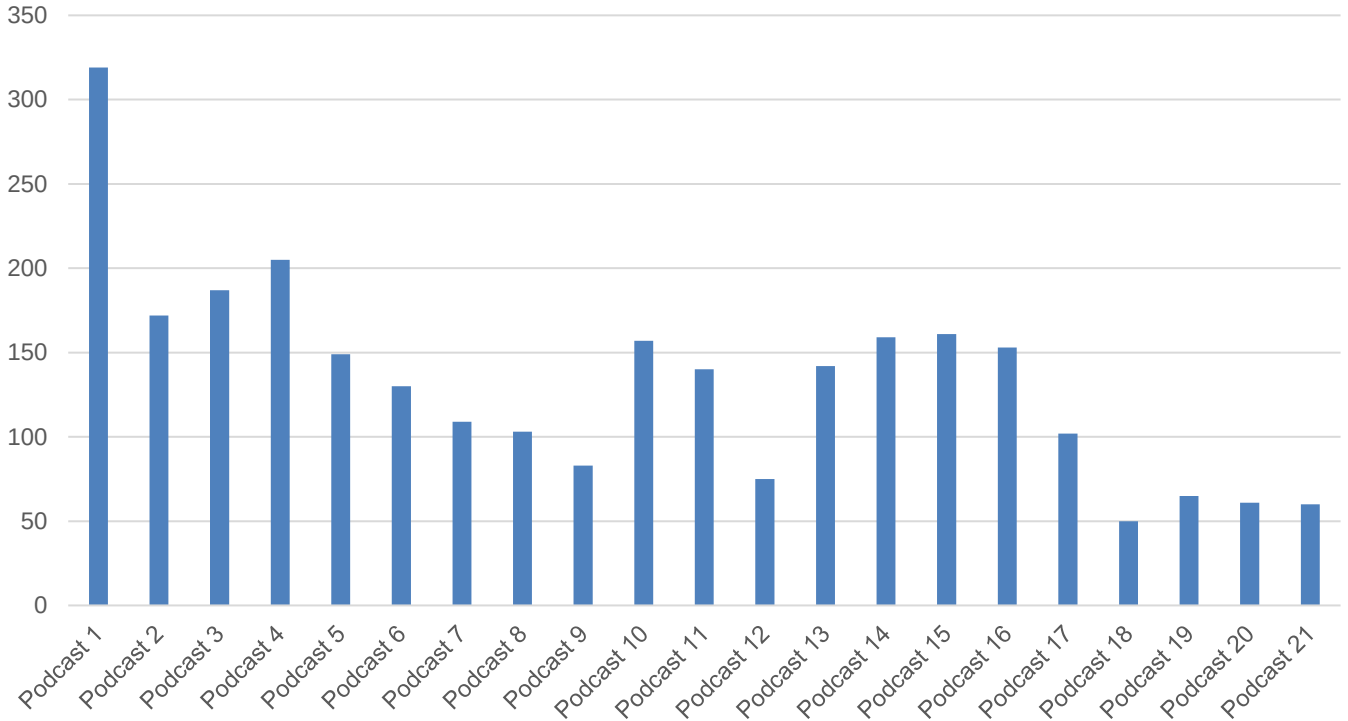
4 Plataformas
+6.000 plays
9 países

Podcast Papo de Laboratório SBPC/ML

- Plays: 6.084
- Média por episódio: 200 ouvintes

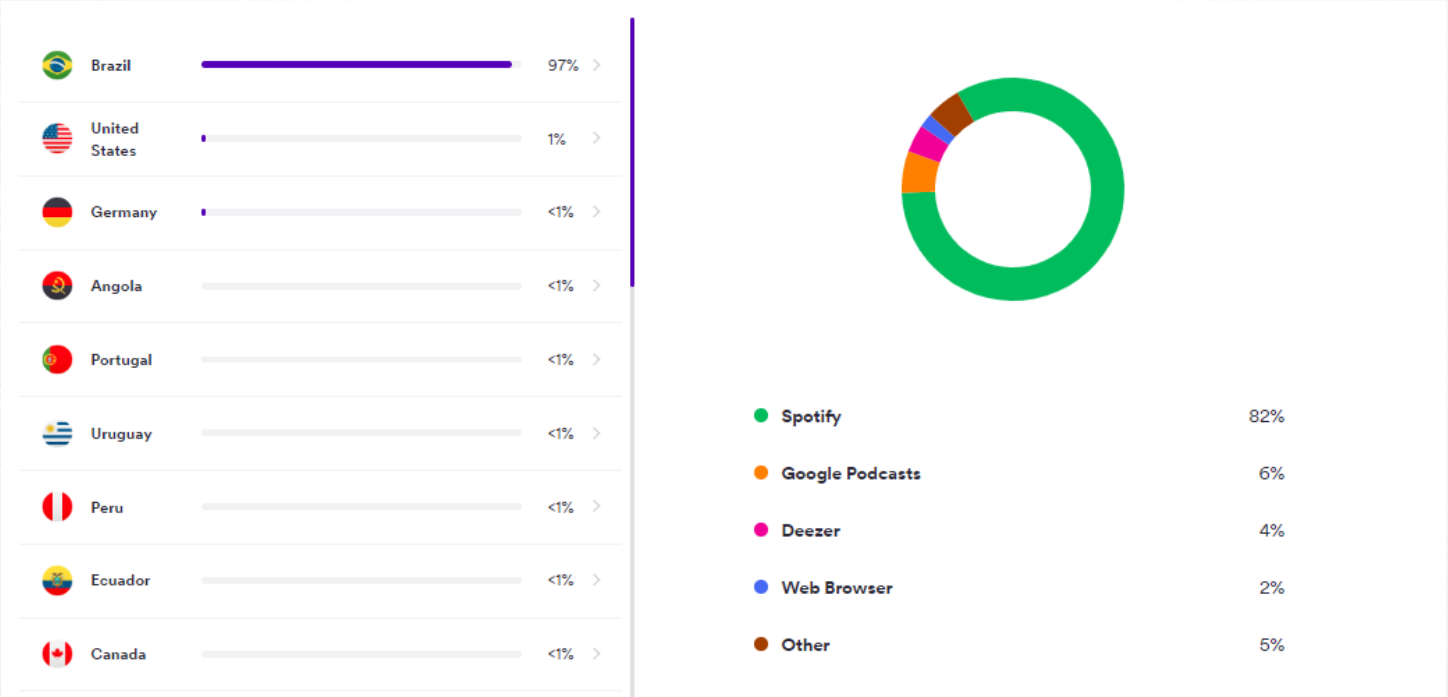
Podcast Papo de Laboratório SBPC/ML

- Top episódios



Podcast Papo de Laboratório SBPC/ML

- Ouvintes



@advicecc
@sbpcml

advice.
comunicação corporativa

GRAYLING
AFFILIATE