

Engajamento médico digital em escala.

Alcance, relevância e credibilidade no canal certo — movendo a sua demanda.

Ecossistema full service omnichannel, que transforma conteúdo e autoridade científica em engajamento e demanda incremental.

CONTEXTO

O QUE É DrHub

COMO FUNCIONA



+500 mil médicos

Base própria com opt-in ativo



WhatsApp Business API

Canal oficial, auditável e escalável



Rx, demanda e ROI

Geração de demanda mensurável, com comparadores

Dois desafios: Explosão demográfica e Mudança geracional

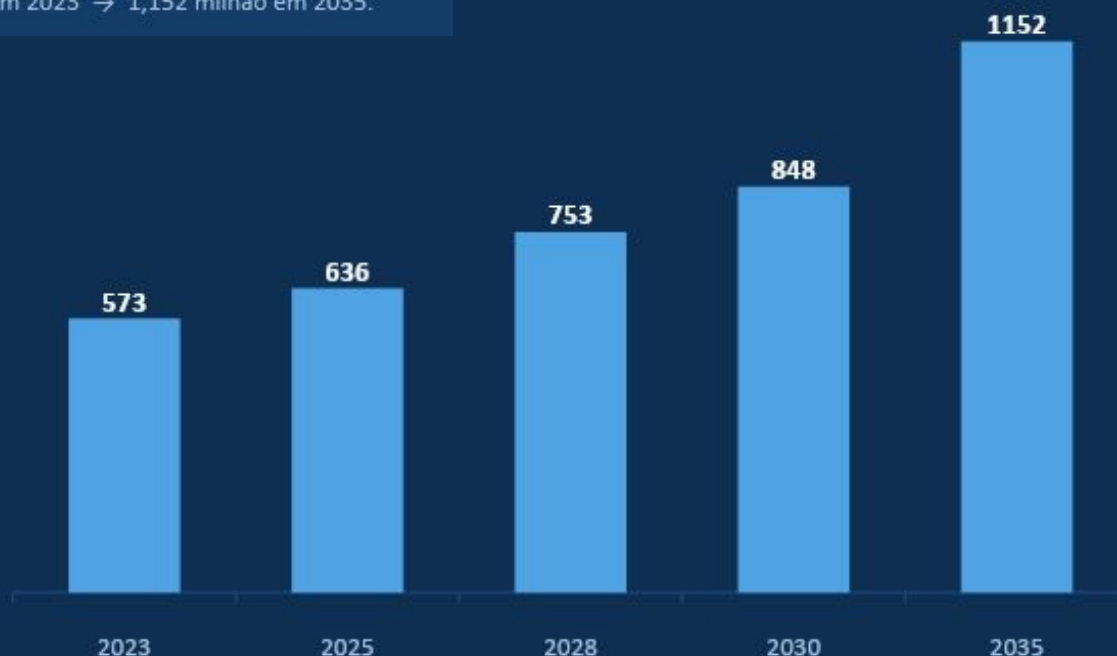
Em 10 anos , a população médica dobra . Seu headcount vai acompanhar? 90% serão nativos digitais

+81%

de crescimento projetado no universo médico entre 2025 e 2035.

573 mil médicos em 2023 → 1,152 milhão em 2035.

Sua cobertura em 2026: 20%
Sua cobertura em 2035: 11%



O acesso piorou , e vai piorar mais

S
MÉDICOS DISPOSTOS A RECEBER VISITA

60%

2022

45%

2024

A janela de acesso presencial encolheu 15 pp em dois anos (dados globais)S

< 50%

das interações presenciais usam conteúdo

≈ 80%

do conteúdo aprovado nunca é usado

Dois produtos base. Um serviço complementar.

Cada oferta resolve um problema distinto, sem diluir a categoria de nenhuma delas.

PRODUTO 1



Engajamento médico que gera demanda onde a visita não chega.

Expansão digital de cobertura sobre médicos não visitados, com base própria de +500 mil CRMs, relevância e credibilidade no canal certo.

Produto proprietário DrHub

PRODUTO 2



Engajamento médico que se mantém entre as visitas.

Solução omnichannel WhatsApp-first para a população visitada: complementa a visita e gera demanda com relevância e credibilidade.

Produto proprietário DrHub

SERVIÇO



Managed Service

A tecnologia é do cliente. A operação é DrHub.

Conteúdo, jornadas e operação dentro do módulo de mensageria do CRM do cliente (SFMC, Veeva Vault).

Serviço DrHub

Campanhas omnichannel, WhatsappFirst. Você escolhe o canal.

Três eixos que vêm juntos em toda campanha DrHub.

01 CANAIS DE ALCANCE



WhatsApp

Fluxos de comunicação via WABA · canal principal



E-mail

Disparo segmentado sobre a base



SMS

Alcance direto, sem app



RCS

Mensagem rica, marca verificada



Tráfego pago

Audiência médica segmentada, via parceiro

Todos os canais alcançam os dois públicos:

MÉDICOS VISITADOS

MÉDICOS NÃO VISITADOS

a mesma base própria por trás de todos eles

02 CONTEÚDOS QUE PRODUZIMOS



Editorial recorrente

- NewsFlash: notícias da semana da especialidade
- Resumos de congressos (AHA, ESPE e outros)
- Publicações e estudos recém-divulgados



Formatos produzidos

- Vídeos, imagens e documentos em PDF
- Landing pages e videoaulas com KOL
- Quiz, caso clínico e peças interativas



Adaptação para o digital

- Materiais do laboratório convertidos para o canal
- Estudos e diretrizes transformados em peça digital
- Curadoria médica e endosso de KOLs

03 SERVIÇOS QUE SUSTENTAM A OPERAÇÃO



Cadastro fácil

- Autopreenchimento pelo banco proprietário DrHub
- Opt-in para o laboratório: portal ou comunicação



Solicitação de amostras

- Poucos campos, com dados já pré-preenchidos
- API oficial dos Correios confirma o endereço



Pesquisa

- Pesquisa com médicos aplicada sobre a base própria
- Coleta no mesmo canal da campanha



Mensageria do cliente

- Operação do sistema proprietário do laboratório
- A tecnologia é dele; a operação é DrHub

FULL SERVICE

Ao contratar uma campanha DrHub, o laboratório contrata um canal já com todos os conteúdos e serviços incluídos — sem valor adicional.

Tráfego pago com precisão — sem expor a base médica

A DrHub define o público; o parceiro ativa a campanha no Instagram com identificadores criptografados.

01

Definir target

Especialidade, região e demais critérios da campanha.

02

Criptografar

E-mails convertidos em identificadores criptografados.

03

Encontrar perfis

A plataforma faz o matching sem revelar os endereços.

04

Ativar campanha

O parceiro executa o tráfego pago no Instagram.

05

Medir

Alcance, frequência, cliques e conversões.

PRIVACIDADE E SEGURANÇA DA BASE

O parceiro nunca visualiza os e-mails nem recebe a base em formato aberto; os resultados são reportados de forma agregada.

Engajamento com geração de demanda comprovada

Casos DrHub medidos contra população controle, com indicadores operacionais de campanha.



Obesidade — Lançamento GLP-1

+11% vs. controle

Evolução de Rx/demanda nos médicos
trabalhados · Médicos visitados e não visitados

ROI 680%



Antidepressivos — Mercado
maduro

+14% vs. controle

Evolução de Rx/demanda nos médicos
trabalhados · Médicos não visitados

ROI 566%



Mesalazina — Lançamento similar

+59% vs. controle

Evolução de Rx/demanda nos médicos
trabalhados · Médicos visitados e não visitados

ROI 352%

93%

leitura

14–45%

engajamento

40–60%

engajamento acumulado em campanhas 6+ meses

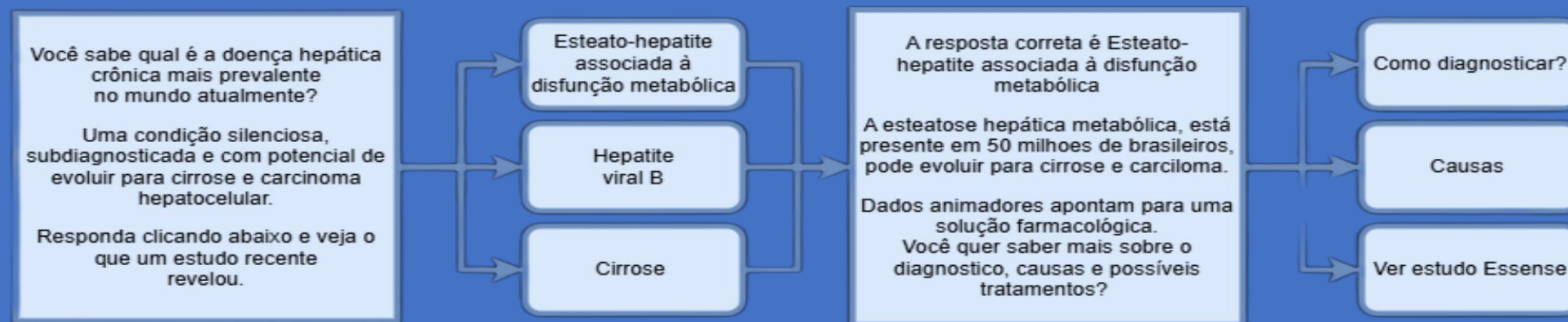
Ecossistema

O diferencial é a combinação de ativos — e o aprendizado acumulado a cada campanha.



Conteúdo e copy interativo que estimula o médico a interagir

Relevância, credibilidade e adaptação substituem volume e repetição.



FLUXO REAL DRHUB com as seguintes alterações
nome do produto suprimido na M0 e M1
botão obrigatório opt out na M0 suprimido
botão bula na M0 suprimido

Full Service

Da estratégia à comprovação de resultado, sem transferir complexidade operacional para o cliente.

1



Setup

- Seleção do público: cruzamento com o seu painel
- Identificação de não visitados na base DrHub
- Configuração técnica da WABA
- Definição de KPIs e estratégia
- Programação do cadastro fácil

2



Criação

- Fluxos e conteúdos de alta conversão
- Endosso científico de KOL de alta relevância
- IA proprietária (Message Writer)
- Aprovação interna do cliente + aprovação Meta
- Opcional: teste A/B

3



Execução

- Codificação dos fluxos
- Disparos automatizados
- Monitoramento da qualidade da linha
- Chat aberto opcional, monitorado e gravado

4



Métricas

- Resultados em 24h após o disparo
- Análise de KPIs e recomendações
- Confirmação de ganho de Rx e market share

O cliente aprova a estratégia e o conteúdo. A DrHub assume a complexidade da execução.

Clientes DrHub — Brasil & Global



Multinacionais membros da IFPMA (ifpma.org) — que adota código de ética de marketing comum — utilizam as soluções DrHub via WhatsApp. Alguns clientes, por normas globais, solicitaram não compartilhamento de logo.

Fontes e notas metodológicas

Referências externas usadas para sustentar o diagnóstico de mercado.

01	Demografia Médica no Brasil 2025	FMUSP, AMB e Ministério da Saúde. Projeções de 635.706 médicos em 2025 e 1.152.230 em 2035.	bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/demografia_medica_brasil_2025.pdf
02	Veeva Pulse Field Trends 1Q24	Acesso a HCPs de 60% para 45%; metade dos HCPs acessíveis limita interação a três ou menos companhias. Dados globais/U.S.	veeva.com/resources/veeva-pulse-field-trends-report-1q24/
03	Veeva Pulse Field Trends 1Q25	Conteúdo usado em menos de 50% das interações; quase 80% do conteúdo aprovado é pouco ou nunca utilizado.	veeva.com/resources/veeva-pulse-field-trends-report-1q25/
04	Deloitte — Biopharma 2030	56% dos líderes afirmam que a função comercial precisa de mudança significativa ou transformação; apenas 30% se dizem bem preparados.	deloitte.com/us/en/insights/industry/health-care/future-of-commercial-in-pharma.html
05	Anvisa — RDC nº 96/2008	Regulamenta propaganda, publicidade, informação e promoção comercial de medicamentos.	gov.br/anvisa/.../propaganda/legislacao

Dados de resultados, base, taxas de leitura e engajamento são indicadores internos DrHub. Devem ser usados com documentação de cálculo, escopo e aprovação do cliente correspondente.