

## INTRODUÇÃO

Há algumas décadas, a humanização no trabalho tem sido objeto de discussões entre administradores e estudiosos que a vêem como recurso capaz de produzir e/ou melhorar a satisfação dos trabalhadores. Não obstante a humanização dos empregados ser um importante fator para a obtenção de melhores resultados, hoje o seu enfoque está sendo direcionado aos clientes.

Nesse âmbito, a conscientização dos fornecedores de bens e/ou de serviços no sentido de que o cliente é a razão principal da empresa e que todo esforço deve ser direcionado à satisfação das suas necessidades e expectativas, deve ser o princípio fundamental de qualquer atividade.

Na atenção à saúde, as ações voltadas à humanização do cliente devem ser manifestadas nos âmbitos organizacional, ambiental e tecnológico. Aqui os conceitos cliente, paciente e usuário do sistema de saúde serão utilizados como sinônimos.

O conceito de Excelência no Atendimento é a organização intencional e pró-ativa do relacionamento com todos os clientes da empresa, com o objetivo de conhecê-los melhor, de modo a tornar possível a implantação de ações para satisfazê-los e fidelizá-los.

A Excelência no Atendimento tem como objetivo obter um padrão elevado de relacionamento nos diferentes pontos e formas de contato, através da instituição de protocolos de atendimento, da internalização da postura (perfil), atitude e desempenhos desejados pelo profissional de atendimento, além de indicadores que meçam continuamente a satisfação dos clientes (Pesquisas de Satisfação).

Os colaboradores da empresa são os fatores-chave de sucesso para a Excelência no Atendimento. Todos na organização estão diretamente envolvidos com as atividades para a excelência no relacionamento com os clientes.

Neste curso serão abordados os seguintes assuntos: Marketing Interno, Cliente Interno, Motivação, Fidelização, Atendimento Telefônico, A Excelência no Atendimento ao Cliente, O perfil do Profissional de Atendimento, Relacionamento Interpessoal, Inteligência Emocional, Trabalho em Equipe, Resiliência, Técnicas de Atendimento, Perfil do Cliente, Tipos de Clientes, Comunicação Eficaz, Feedback e Gerenciamento de Crises e Conflitos. Além de dicas e conceitos para um melhor desenvolvimento da prática do atendimento à clientes / pacientes.

Um atendimento humanizado e consciente, onde todos os atendentes entendem o seu papel como macro nesse processo de acolhimento e fidelização é imprescindível, pois é a partir desse ponto de bom atendimento,



satisfação, superação de expectativa dos clientes, acolhimento e empatia é que todas as análises, conceitos e ações descritos neste material terão o seu efeito alcançado e até mesmo potencializado.

Uma das grandes preocupações dos gestores de negócios médicos é encontrar formas de aumentar o faturamento das suas organizações. Muitos destes profissionais vivem debruçados sobre livros, estudos e cases tentando encontrar esses mecanismos de incrementos de receitas financeiras dos seus negócios.

Vamos descrever algumas idéias básicas para se aumentar o faturamento médico de consultórios e clínicas médicas. Antes, porém, vamos ressaltar alguns detalhes interessantes para o sucesso de sua jornada:

**Qualificação da mão de obra** – Não adianta implantar mecanismos de excelência no atendimento e marketing em uma clínica médica, se a mão de obra é deficiente e falha. Sabe-se que o atendimento telefônico no primeiro contato é determinante para o cliente novo decidir se vai ser cliente efetivo daquela empresa. Portanto, invista em conhecimentos de técnicas de atendimento. A mesma coisa se valida para o atendimento presencial.

**Assiduidade e pontualidade do atendimento** – Já se sabe que médico que atrasa perde clientes. Portanto, evite que o cliente fique esperando o “doutor” que vai chegar atrasado devido aos problemas pessoais, de trânsitos, etc. Já foi o tempo em que atrasar a consulta era sinal de importância do médico. Hoje, o cliente quer chegar e já encontrar o médico lá e, principalmente, ser atendido no horário previsto. Obviamente que existem outros itens que devem ser observados, como: presteza das atendentes, locais de acomodações, preços etc. Todavia, vamos nos concentrar nas idéias para incrementar as receitas das empresas médicas. Vejamos:

**Marketing ativo por telefone** – Você sabia que pode aumentar a receita do seu consultório em mais de 30% apenas com a utilização do telefone como ferramenta de marketing? Se você fizer ligações telefônicas para os seus clientes que não comparecem aos seus consultórios há mais de 120 dias, por certo muitos destes marcarão consultas para os próximos dias, simplesmente pelo fato de se sentirem ‘protegidos’ e ‘lembrados’ por seus médicos atenciosos. Se fizer ligações telefônicas para avisar que os resultados dos exames estão com os prazos vencidos ou lembrar o aniversário do cliente, pode ter certeza que isso lhe trará bons resultados no incremento de receita da sua empresa.

Além dessas idéias existem várias outras.

**COMPRE AGORA MESMO a APOSTILA DE EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO NA ÁREA DA SAÚDE** da FATURMEDICA e saiba mais sobre estas idéias e entenda melhor: Marketing Interno, Cliente Interno, Motivação,



Fidelização, Atendimento Telefônico, A Excelência no Atendimento ao Cliente, O perfil do Profissional de Atendimento, Relacionamento Interpessoal, Inteligência Emocional, Trabalho em Equipe, Resiliência, Técnicas de Atendimento, Perfil do Cliente, Tipos de Clientes, Comunicação Eficaz, Feedback e Gerenciamento de Crises e Conflitos. Além de dicas e conceitos para um melhor desenvolvimento da prática do atendimento à clientes / pacientes.

