

Experiência do Paciente

Conheça as melhores estratégias para aplicar nas instituições de saúde



DATASIGH.
TECNOLOGIA EM SAÚDE

Apresentação

Consumidores, clientes ou futuros clientes buscam empresas nas mais diversas esferas e setores para terem suas necessidades supridas. Muitas vezes buscam um melhor atendimento, a melhor qualidade do produto ou serviço. Todavia, caso eles não encontrem o que esperam ou não tenham um atendimento de qualidade, acabam por se frustrar com a empresa que os atendeu, iniciando um período de reclamações, que acabam por tornar-se uma “dor de cabeça” tanto para o cliente que deseja a solução de algo quanto para a empresa.

Basicamente, esses consumidores querem que o seu problema seja solucionado. Por exemplo, dentro da linguagem do marketing, que busca entender e satisfazer as necessidades dos clientes, esse “problema” é chamado de “dor”. Essa nomeação é dada para identificar os problemas que o cliente tem, para que assim a empresa possa ofertar um melhor produto ou serviço. Porém, qual o motivo dessa abordagem? Assim, como os

demais setores de serviços no Brasil, seja na área da indústria, alimentos ou vestuário, o setor de saúde não é diferente. Diversas instituições relacionadas a área da saúde, como clínicas, hospitais e centros médicos realizam um atendimento ao público e precisam entender quais são as dores que seus clientes, neste caso, pacientes, passam para que possam promover a melhor solução.

E as respostas para muitas questões podem ser encontradas na Experiência do Paciente. Ao entender esse conceito, o que é e como trabalhar-lo, instituições de saúde estarão mais embasadas com dados e informações para que possam melhorar o serviços prestado aos pacientes e até mesmo no desenvolvimento dos seus empreendimentos.

Por isso, esse e-book é a leitura certa para conhecer as melhores estratégias da Experiência do Cliente e como aplica-las no trabalho.

Boa Leitura!

O que é a Experiência do Paciente?

Para ter um entendimento mais claro sobre este conteúdo, vale esclarecer que pode-se colocar como sinônimos, nesta leitura, os conceitos experiência do cliente ou experiência do paciente como sendo a mesma abordagem.

A experiência do paciente é toda interação que pacientes têm com sua empresa durante todo o relacionamento que se estabelece. Relacionamento este que se inicia desde o atendimento, na busca de consultas médicas, até a finalização do atendimento com o médico e o período de pós-consulta.

Por isso, é importante investir em uma boa experiência para o paciente. Assim, a sua marca (empresa) estará mais presente na memória dele. E ao promover uma boa experiência para o

paciente, sua marca ficará posicionada positivamente para ele. Desta maneira, ele estará sendo um paciente fiel para a instituição de saúde que melhor o atendeu, e até indicando o serviço dela para outras pessoas. Ele transforma-se em promotor da marca espontaneamente, ou seja, por ter tido uma boa experiência com o centro médico, ele passará a divulgar a empresa para outras pessoas de forma espontânea.

Mas, para chegar até a esse nível é importante que as instituições de saúde considerem muitas variáveis, como intenção do paciente, complexidade do problema, qualidade do profissional, nível de preocupação da pessoa com o seu estado de saúde, facilidade de agendamento, entre outros pontos.

Assim, considerando todos esses pontos, será possível identificar pontos de melhorias para o desenvolver e aprimorar no processo de atendimento e serviços prestados na empresa.



Por que oferecer uma boa Experiência ao Paciente?

As vantagens para a empresa quando o paciente tem a percepção de que sua experiência foi excelente, não inúmeras. Elas atingem um patamar de satisfação do paciente, beneficiando resultados para empresas tanto no atendimento com o público, fidelização de novos pacientes, até mesmo aumentando a receita da instituição. Segundo a 2020 Digital Marketing Trends da Adobe, os melhores negócios são fechados a partir de experiências qualificados dos clientes que a empresa já tem.

A vantagem para a empresa se relaciona ao fato de que um cliente plenamente satisfeito nunca se torna um detrator da marca. E sim um promotor da marca.

Por isso, é neste ponto é importante saber o a experiência do paciente está diretamente aos serviços tanto em espaços

físicos (consultórios, hospitais) quanto no digital (redes sociais, atendimentos on-line, sites). É necessário ficar atento para todos os meios e canais de comunicação e relacionamento com o paciente.

Imagine, um paciente com redes sociais alcançar milhares de pessoas e se tornar uma crise sem precedentes para a visibilidade da marca e/ou a credibilidade da empresa.

Outras vantagens:

- Fidelização dos pacientes;
- Menos faltas nas consultas ou nos retornos;
- Os pacientes passam a indicar o seu serviço a outras pessoas, gerando uma mídia espontânea e positiva;
- Melhora na comunicação com os pacientes e na confiança entre as partes;
- Experiência positiva com a sua instituição de saúde.

Experiência extraordinária para o paciente



1

Cada paciente constrói um relacionamento único, o que agrega valor ao seu crescimento com a instituição. As pessoas querem se sentir únicas, tendo um atendimento personalizado

2

O paciente passa a confiar na instituição de saúde, tem suas expectativas plenamente atendidas, ou até mesmo superadas.

3

As empresas de saúde devem ter como centro das operações de trabalho, o foco principal, a satisfação paciente.

Tipos de jornada

Como explicado anteriormente, cada paciente constrói o seu relacionamento único com as instituições de saúde. Por isso, cada um passa por ter uma experiência única com a instituição, assim ele passa por muitas jornadas neste relacionamento.

Agora, algumas jornadas que os pacientes passam. Assim, o profissional de saúde estará apto para conhecer o seu público e desenvolver melhores estratégias no serviço.

Jornada de agendamento simples

Jornada mais “curta”. O paciente identifica um sintoma ou um problema de saúde, busca por atendimento médico por canais de comunicação e toma a decisão de agendar a consulta.

Jornada de agendamento complexo

Jornada mais longa e influenciada por variáveis. O paciente precisa tomar uma decisão de saúde mais complexa e necessita de uma investigação mais detalhada do profissional.

Os agendamentos complexos podem envolver: cirurgias, terapias alternativas, uso de novos procedimentos, entre outros.

Melhores práticas para desenvolver e entender uma boa experiência do paciente

Conhecer o perfil do paciente

Por meio da análise de dados, é possível definir um perfil e conhecer os seus pacientes. Conhecendo detalhadamente o seu paciente, será possível oferecer um melhor atendimento.

Exemplo, esse perfil é criado a partir do histórico de transações e dados pessoais obtidos no CRM (Customer Relationship Management). A partir desse dados, ficam mais fácil de elaborar e construir ações para melhorias internas e externas das empresas de saúde.

Também existem muitos outros pontos possíveis de serem analisados para traçar o perfil dos seus pacientes, como nível de segurança para a tomada de decisões, importância da pontualidade e da facilidade de agendamento e referência do profissional (desejam saber mais sobre o responsável pelo tratamento/atendimento).

Atendimento Humanizado e Facilidade de Interação

As equipes ligadas devem ter certas atitudes para atenderem os pacientes:

- Seja proativo e cordial;
- Interaja com a mesma qualidade em múltiplos canais;
- Seja disponível.

O autoatendimento pode ser interessante em um primeiro momento, mas a humanização desse contato é essencial para índices mais altos de satisfação do paciente. As pessoas não querem ficar interagindo sempre com robôs, elas querem atenção ao serem atendidas, elas querem ser cuidadas.

Transformação digital

A transformação digital é a inclusão de soluções inovadoras para gerenciar e otimizar processos, melhorar a prestação de atendimento e agilizar a rotina tanto de pacientes quanto dos profissionais da saúde.

A tecnologia facilita a relação, o mapeamento dos processos, entre outros. Por exemplo:



- 1 Oferecer mais possibilidades de agendamento, via WhatsApp ou pelo site;
- 2 Monitorar o tempo de espera de cada paciente e também de cada consulta que acontece;
- 3 Reduzir a burocracia interna;
- 4 Utilize chats internos e evitando que os ruídos atrapalhem o atendimento;
- 5 Oferecer uma pós-consulta mais adequada, analisando quais pacientes não retornaram na data marcada.

Engaje a sua equipe

A satisfação dos colaboradores está ligada à satisfação dos pacientes. Por isso, é importante avaliar como está o ambiente de trabalho e conhecer as dificuldades que a sua equipe enfrenta. Executando melhorias e boas práticas para os colaboradores, eles estarão mais felizes e aptos para realizarem as atividades diárias.

Lembre-se, a cultura da empresa deve ser voltada para o paciente. Todos os colaboradores são responsáveis pela boa experiência do paciente, por isso todo o corpo administrativo ou operacional das empresas de saúde devem estar engajados para realizados e satisfazer o paciente em suas necessidades e dores.



Ouçá o paciente

Os pacientes querem que as empresas de saúde saibam quem eles são e o que eles desejam. Abra espaço para ouvi-los antes e depois da realização dos atendimentos médicos. Seja com uma conversa ou por avaliação NPS.

Dica valiosa: é importante ter empatia nessa fase ao comunicar com o paciente.

Gerencie processos

Utilize ferramentas que possibilitam melhor controle e direcionamento das demandas que chegam à empresa, evite atrasos no atendimentos tanto em ligações ou filas de espera ou nos atendimentos médicos.

Os processos da empresa precisam estar alinhados às expectativas dos pacientes.

Mapeie a jornada

Neste e-book já foi mostrado exemplos de jornadas que os pacientes passam durante os seus processos de busca e atendimento em empresas de saúde. Por isso, uma ação a ser realizada é para um tempo com sua equipe e começar a identificar, desenhar e mapear como é a jornada de experiência que pacientes estão tendo na sua empresa.

Após isso, a empresa estará com mais informações que poderão nortear em pontos de melhorias para o trabalho.

Utilize as redes sociais

As redes sociais são um canal que aproxima as marcas do seu público. Por isso, é fundamental utilizá-las para proporcionar uma experiência positiva que os seus pacientes tem com sua empresa.



DATASIGH.
TECNOLOGIA EM SAÚDE

A DATASIGH surgiu em 1999 com intuito de oferecer serviços de excelência na área de Tecnologia da Informação, desenvolvendo e comercializando softwares de alta qualidade para empresas da área de saúde.

Nesses 20 anos de mercado, a empresa evoluiu acompanhando as tendências e inovações tecnológicas, os comportamentos e as preferências dos clientes, sempre apoiados por uma equipe de profissionais talentosos e altamente capacitados.

Com um portfólio completo de soluções inteligentes, combinado com o conhecimento e experiência em gestão de saúde, buscamos adequar processos para aumentar controles, aprimorar o relacionamento com o paciente e assim acelerar a expansão e resultado dos negócios de nossos clientes.

