

Por Kleber Santos (*)

Vou relatar neste artigo, brevemente, uma experiência que registrei por meio de anotações e sentimentos desde a marcação até o encerramento de um exame dentro de um hospital. O contexto desse relato é o seguinte: em uma conversa para a criação de estratégia para um novo cliente da área hospitalar com o time de User Xperience na [FCamara](#), tive a ideia de registrar minha própria experiência em um exame médico para entender melhor tanto os pontos em que há acertos quanto aqueles que ainda podem melhorar.

Por coincidência de agenda, na época (antes da pandemia) eu estava com um exame marcado em um grande hospital em São Paulo com que estávamos iniciando um trabalho ligado à experiência do usuário e à transformação digital. Dessa forma, pude perceber alguns detalhes que fazem toda a diferença e chegar a algumas conclusões. Veja a seguir quais foram.

Marcação: um caminho de altos e baixos

No primeiro momento, eu precisava marcar o exame, e aqui veio o primeiro ponto positivo: havia a possibilidade de marcação on-line. Para quem tem pouco tempo e a agenda cheia, a possibilidade de fazer isso a qualquer hora, inclusive fora do horário comercial, é excelente, por isso minha experiência não poderia ter começado melhor.

Encontrei meu exame no site e prossegui para escolher o horário. Aqui veio a primeira frustração. Como não achei horário disponível para agendar, precisei ligar para o hospital – ou seja, só perdi meu tempo no site. Do céu ao inferno! O maior problema foi o contraste com minha primeira boa experiência, o que me deixou com a expectativa alta, então a frustração ficou acentuada. Pelo telefone, consegui marcar.

Atendimento presencial: momento em que é preciso superar expectativas

Era hora de perceber como seria o atendimento no local. A experiência foi muito boa: não peguei fila, a pessoa responsável me orientou a ir diretamente ao setor de exames de imagem. Tudo muito simples e sem demora.

O preparatório para o exame correu bem, sem muita espera, mas ninguém me lembrou de que poderia tomar um copo de água antes. A sala também estava um pouco abafada, por isso já no início me senti bem desconfortável por causa da sede e do calor.

A hora de ir embora – a última impressão é a que fica?

Como últimos passos da minha pequena jornada dentro de um hospital analisando o atendimento antes, durante e depois de um exame, recebi instruções suficientes sobre a retirada dos resultados, mas a experiência de retirada do carro não foi boa, porque no local já havia pessoas num clima tenso pela demora na chegada das suas conduções – o que também aconteceu comigo.

A excelência está nos mínimos detalhes

Registrar toda essa jornada por meio de sentimentos e percepções me ajudou a notar como o diferencial está nos menores detalhes, como oferecer um copo de água, até a tecnologia, como no caso da agenda on-line sem horários disponíveis.

De ponta a ponta, cada ação importa, e muito. Se o primeiro contato é ruim, desde o início o cliente vai esperar coisas ruins do seu serviço, e fica difícil reverter a situação. Se o último ponto de contato é falho, então pouco adianta todo o esforço nas outras etapas, porque a última impressão fica marcada.

Por isso, quando pensamos na experiência do cliente, precisamos vestir os sapatos deles e percorrer os caminhos que eles percorrem para chegar até nós. Só assim conseguimos entender melhor as necessidades e anseios de quem nos procura.

(*) **Kleber Santos** é sócio e vice-presidente de Transformação Digital e Inovação na FCamara.

Fonte: Medicina S/A, em 21.05.2021