



CAPÍTULO 4

COMO CRIAR UM PROTOCOLO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE EFICIENTE NO CONSULTÓRIO

“Os clientes se lembram de um bom atendimento durante muito mais tempo do que se lembram do preço.”

Kate Zabriskie, consultora e palestrante.

No consultório, há duas possibilidades de atrair a atenção do cliente novo através do atendimento. A primeira é quando o cliente vai ao consultório, que já foi discutido nos capítulos anteriores.

A segunda é através do atendimento telefônico. Pode parecer algo lógico, mas muitas empresas perdem diversos clientes justamente por não possuir um protocolo de atendimento eficiente, resultando na diminuição da receita que, fatalmente, prejudicará o consultório em médio prazo.

Um contato telefônico poderá decidir se o cliente vai ao consultório ou vai se debruçar nos braços da concorrência.

Vamos citar algumas situações que praticamente todo mundo já passou:

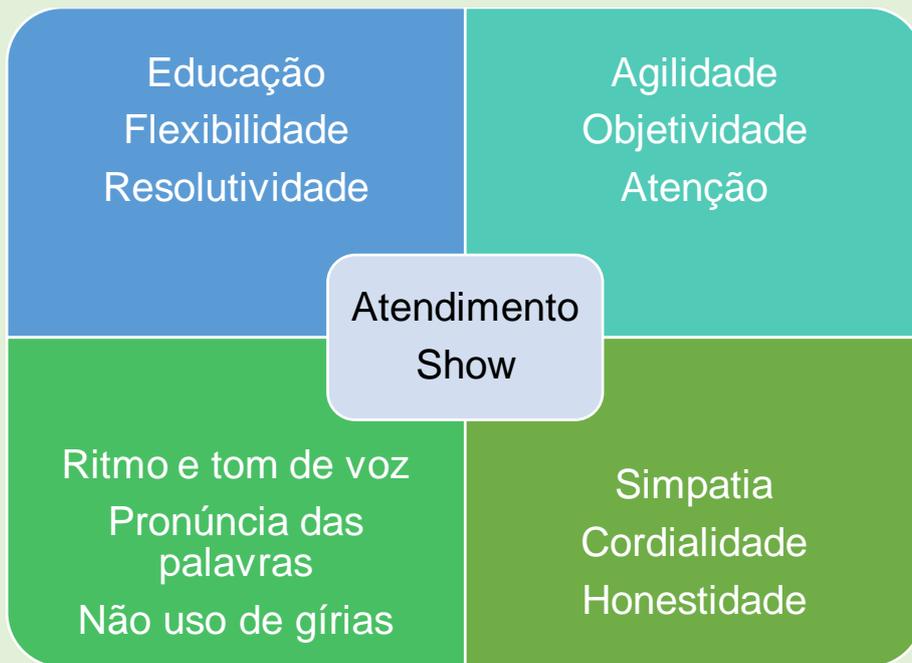
- Você já tentou resolver algo simples, mas passou horas no telefone?
- Já ligou para um estabelecimento, ouviu um “alô” e achou que tinha ligado para o lugar errado?

- Já teve algum compromisso marcado e a secretária sequer pegou seu nome ou número de contato?
- Já esqueceu algum compromisso porque ninguém ligou para confirmar?
- Já deu viagem perdida porque ninguém te ligou para adiar ou cancelar o compromisso?

Rapidamente levantei alguns pontos que qualquer ser humano vai passar por isso um dia. Como já mencionei aqui, são poucas as empresas que possuem uma excelência em atendimento, e isto inclui os consultórios de saúde.

A criação de um protocolo eficaz de atendimento fará com que essas falhas no atendimento se reduzam consideravelmente ou até mesmo se eliminem. E, no fim, todos ganharão com isso!

Concomitante a isso, é importante que a secretária tenha as qualidades abaixo para oferecer um atendimento *show* na ligação:



Vamos então aprender o passo a passo de um protocolo de atendimento que gere resultados:

3.1. Lei dos três toques

O mundo está cada vez mais veloz e prático. Isso criou cidadãos cada vez menos pacientes e tolerantes com a espera. Isso principalmente no atendimento telefônico.

A sensação de perda de tempo é algo que potencializa muitas coisas, inclusive a sensação de tempo. Um exemplo clássico disso é quando você vai tentar cancelar algum serviço contratado pelo fone.

A pessoa passa um bom tempo esperando, mas a sensação de que se tem é que esperou durante horas.

Isso ocorre porque a sensação de perder tempo faz com que aquela **espera seja multiplicada por 10**. E isso poderá ser decisivo na hora de avaliar se uma empresa é boa ou não.

Há algum tempo, fiz uma ligação para uma padaria perto do meu apartamento para saber se eles trabalham com coffee break para eventos.

Além de não se identificarem, esperei quase 3 minutos para obter apenas um email de contato que já enviei e, até o presente momento, não obtive resposta. O telefone tocou mais de 7x até atendimento. O que me fez NÃO desligar o fone é que eu já conheço a padaria.

Do outro lado, se não conhecesse, **provavelmente ligaria para outra padaria**.

A **lei dos três toques** une a agilidade no atendimento x percepção de qualidade e prontidão na hora de atender às ligações telefônicas.

Segundo ela, **27% das ligações telefônicas são perdidas a partir do terceiro toque sem atendimento**, com aumento gradual deste percentual à medida que não há atendimento.

Logo, o interessante é que haja o atendimento à ligação até o terceiro toque, mesmo que seja solicitado ao cliente que aguarde um momento. Por falar neste “*Aguarde um momento*”, o tempo de espera não deve exceder os 30 segundos.

Um artifício que é utilizado por diversos consultórios é a chamada espera ou chamada em espera, que nada mais do que, quando a secretária está em uma ligação e recebe outra. Ao invés de soar como ligação ocupada, há a emissão de um *bip*, que avisa a secretária que há uma ligação na espera.

Este recurso é bastante útil quando se é possível atender esta ligação. Para se entender melhor, veja as figuras a seguir:



Contextualizando as figuras, se eu ligo para um local e dá ocupado, penso logo que há uma ligação em andamento e retornarei em alguns minutos.

Do outro lado, se eu ligo para um local, chama e ninguém atende, penso que está fechado. Adaptando isso à marcação de consultas, o cliente pensaria que

o número está errado, que o consultório fechou ou que não há ninguém lá.

Se for um cliente de primeira vez, existe uma chance considerável de ligar para seu concorrente.

3.2. Identificação do local + identificação do colaborador (opcional) + cumprimento.

Lembra das falhas de atendimento que coloquei no início do capítulo? Uma delas é a não identificação do local. Por exemplo, ligo para um consultório médico e a secretária diz: alô?

Quando eu ligo para um lugar e não escuto uma apresentação, já penso logo que liguei errado e quero desligar. Existe uma tendência da pessoa em fazer isso, inclusive corroborada na literatura. Logo, há uma chance da pessoa ligar para o concorrente.

Além disso, é importante lembrar que estamos em um país no qual há um problema grave de segurança pública, o que faz com que haja uma desconfiança natural do brasileiro.

Há alguns meses, realizei uma viagem ao exterior e estávamos andando pelas ruas as 2 da

manhã, algo que é bem arriscado de se fazer. Demorou alguns minutos para perceber que era seguro!

Se eu ligo para um local, não há apresentação, eu pergunto se é do local X e ela diz que sim, é possível perceber que soa um pouco “inseguro”.

Logo, perder clientes porque não apresentou o consultório é um erro extremamente amador. E se o gestor não percebe isso, só tenho a dizer que, muito em breve, seu consultório fará parte da estatística do fracasso na área de saúde.

Diante disso, recomenda-se que faça, nesta sequência:

- Apresentação do consultório;
- Identificação do colaborador (opcional);
- Cumprimento ao cliente.

Vamos aos exemplos abaixo:

“Clínica Odontológica, Ana, Bom dia...”

“Clínica de Dermatologia, Márcia, Bom dia...”

“Consultório de Fisioterapia, Bom dia...”

A apresentação do colaborador é opcional, principalmente se o nome da clínica é muito grande, o que pode ocorrer principalmente quando não há um nome fantasia (Consultório Médico...). E você não vai deixar de perder clientes por causa disso.

É importante SEMPRE cumprimentar os clientes, pois passará educação e cordialidade no atendimento. O cumprimento deverá ocorrer no INÍCIO e FINAL da ligação.

3.2.1. **Primeira vez do cliente no consultório**

No agendamento da consulta, faz-se necessário que a secretária indague ao cliente se ele já foi atendido pelo consultório ou se é a primeira vez no local, como mostra o exemplo abaixo:

1. *Atendente: Clínica Médica, Tereza, Bom dia.*
2. *Cliente: Gostaria de marcar uma consulta.*
3. *Com quem estou falando, por gentileza?*
4. *Maria!*
5. *É sua primeira vez na clínica, Maria?*

Neste ponto, informações importantes guiarão a secretária, tais como:

Origem do cliente, isto é, se ele é um cliente particular ou oriundo de convênios.

Se for um cliente de convênio, alguns pontos devem ser levantados:

- Identificação do convênio (para saber se a clínica atende);
- Identificar qual a especialidade desejada (caso ele saiba);
- Identificar se há preferência por algum profissional;
- Identificar se o profissional atende aquele convênio.

Alguns estudiosos no assunto sugerem perguntar ao cliente se ele está em carência, que é algo que pode ocorrer. Só que quase sempre o cliente não sabe. Logo solicitar esta informação, sob meu ponto de vista, não acho interessante perguntar isso.

Se for um cliente particular, o trajeto é menos burocrático:

- Identificar qual a especialidade desejada (caso ele saiba);
- Identificar se há preferência por algum profissional.

Nas duas situações, obtenção de dados como nome do cliente e fone de contato são fundamentais para a confirmação da consulta.

Veamos alguns exemplos abaixo:

Atendente: Clínica Odontológica, Tereza, Bom dia.

Cliente: Gostaria de marcar uma consulta.

Atendente: Com quem estou falando, por gentileza?

Cliente: Maria!

Atendente: É sua primeira vez na clínica, Maria?

Cliente: É sim!

Atendente: A consulta será particular ou por convênios?

Cliente: Eu tenho um convênio XX. Aceita? É para fazer um canal.

Atendente: Aceitamos sim o convênio XX. Tem preferência por algum profissional?

Cliente: Me indicaram Dr. Pereira.

Atendente: Ok. Sra. Prefere pela manhã ou à tarde?

Cliente: À tarde é melhor para mim!

Atendente: Para Dr. Pereira, tenho disponível na próxima segunda as 14:30. Fica bom para a Sra.?

Cliente: Fica sim!

Atendente: Por gentileza, me dê um número de contato.

Cliente: Meu fone é XXXX-XXXX.

Atendente: Ok., Maria. Está agendada sua consulta para a próxima segunda às 14:30 para Dr. Pereira. Posso te ajudar em mais algo?

Cliente: Não! Muito obrigada!

Atendente: Ok, Maria. Muito obrigado e tenha um bom dia!

Atendente: Clínica Odontológica, Tereza, Bom dia.

Cliente: Gostaria de marcar uma consulta.

Atendente: Com quem estou falando, por gentileza?

Cliente: José!

Atendente: É sua primeira vez na clínica, José?

Cliente: É sim!

Atendente: A consulta será particular ou por convênios?

Cliente: Eu tenho um convênio XX. Aceita?

Atendente: Aceitamos sim o convênio XX. Para realizar que tipo de procedimento? Tem preferência por algum profissional?

Cliente: É para realizar uma extração. Me indicaram Dr. Pereira.

Atendente: Sr., infelizmente Dr. Pereira não faz extração. Mas posso encaminhar para o sócio dele, Dr. Tiago. É um excelente profissional.

Cliente: Pode ser! Sem problemas! Tem como marcar pela manhã e numa sexta, para não perder tantos dias de trabalho?

Atendente: A agenda para Dr. Tiago na sexta está preenchida. Mas posso tentar encaixar o Sr.

Cliente: Eu agradeço!!

Atendente: Por gentileza, me dê um número de contato.

Cliente: Meu fone é XXXX-XXXX.

Atendente: Ok., José. Está agendada sua consulta para a próxima sexta pela manhã para Dr. Tiago. Peço para chegar entre 10 e 11 horas. Posso te ajudar em mais algo?

Cliente: Não! Muito obrigado!

Atendente: Ok, Tiago. Muito obrigado e tenha um bom dia!

3.2.2. **Retorno do cliente ao consultório (já é da casa)**

A abordagem do cliente que já é da casa tende a ser um pouco diferente, não em nível de protocolo, mas no fato de que já um cliente da casa, isto é, é natural que haja um tratamento um pouco mais “frio”.

Vamos pensar que você tem dois amigos: um que vê toda semana e outro que vê a cada seis meses. O nível de amizade é o mesmo, mas você tende a fazer uma “festa” maior quando encontra aquele amigo que não vê há muito tempo, concordas?

Um exemplo disso na Odontologia é a Ortodontia (Aparelho Dentário). Todo mês (pelo menos na teoria) o cliente está lá. Logo, é natural que ocorra um tratamento um pouco mais frio, embora não deva ocorrer.

É importante ter cuidado com isso porque o cliente poderá achar que o consultório só foi legal com ele no começo. Quando pagou o tratamento, virou um cliente que não requer tanta atenção assim.

O protocolo de atendimento é bastante parecido.
Veja o exemplo a seguir:

Atendente: Clínica Médica, Natália, Bom dia.

Cliente: Gostaria de marcar uma consulta.

Atendente: Com quem estou falando, por gentileza?

Cliente: Maria!

Atendente: É sua primeira vez na clínica, Maria?

Cliente: Não! Fiz meu tratamento aí há alguns meses

Atendente: A consulta será particular ou por convênios?

Cliente: Eu tenho um convênio XX. Ainda aceita? É para fazer um check up das minhas taxas de açúcar..

Atendente: Aceitamos sim o convênio XX. Sua consulta foi realizada por Dr. Pereira.

Cliente: Sim. Gostaria de marcar para ele mais breve possível.

Atendente: Ok. Sra. Prefere pela manhã ou à tarde?

Cliente: À tarde é melhor para mim!

Atendente: Para Dr. Pereira, poderei te conseguir um horário amanhã, agora no final da tarde.

Cliente: Ótimo!

Atendente: Por gentileza, me dê um número de contato.

Cliente: Meu fone é XXXX-XXXX.

Atendente: Ok., Maria. Está agendada sua consulta para a amanhã às 17:30 para Dr. Pereira. Posso te ajudar em mais algo?

Cliente: Não! Muito obrigada!

Atendente: Ok, Maria. Muito obrigado e tenha um bom dia!

Para este tipo de cliente, alguns aspectos devem ser levados em consideração:

- São clientes valiosos, porque já provaram do serviço, aprovaram e estão voltando;

- É uma fonte potencial e gratuita de divulgação do nome da clínica;
- São muito influenciadores entre amigos e colegas na hora de escolher o consultório;
- São clientes mais tolerantes e flexíveis com possíveis falhas que possam ocorrer no atendimento;
- São defensores gratuitos da marca.

Não obstante, como este cliente já tem um grau maior de intimidade com o consultório, possa ser que ele comece a ter uma certa liberdade, como por exemplo marcar a consulta quando quiser ou simplesmente aparecer do nada e querer ser atendido.

A secretária tem que ser flexível se isso ocorrer, mas somente uma vez. Assim que ocorrer, a secretária deverá explicar que vai ceder, mas que há regras de horário e agendamento que devem ser cumpridas por todos os clientes.

Se não fizer isso, pode ter certeza de que ele tornará aquilo um hábito e, por tabela, terminará

contaminando os outros clientes com este tipo de comportamento.

Dicas importantes na hora de agendar o cliente

1. Agenda vazia = profissional incompetente

Eu sei que você provavelmente torceu o nariz quando leu esta frase, mas é exatamente assim que o cliente pensa. Temos uma tendência a acompanhar o comportamento dos outros.

Imagine que você está em uma praia, vai almoçar e encontra dois restaurantes: um cheio e um vazio. Inconscientemente você vai pensar que, se tem gente, é porque é bom, concordas?

Ocorre a mesma coisa nos consultórios. Se eu ligo para marcar um médico e a secretária diz: tem vaga hoje, amanhã, depois, etc., eu penso logo que não é bom.

O cliente não vai querer saber se o profissional abriu o consultório ontem e está com a agenda vazia. Uma “dificuldade” na marcação agregará mais valor. Logo, passe para o cliente horários específicos, mesmo que a agenda esteja vazia.

Por exemplo, Dr. João abriu o consultório hoje e não tem nenhum cliente. Aí liga uma pessoa pedindo para marcar para amanhã. Veja abaixo os exemplos:

Abordagem errada:

“Amanhã tem vaga o dia todo...”

Abordagem correta

“Temos uma vaga disponível para as 15:00...”

Perceba que, por mais que a agenda de Dr. João estivesse vazia, **ninguém precisa saber disso**. A cliente teve sua solicitação atendida, mas com um horário específico, que poderia ter sido trocado caso ficasse ruim para ela.

Mas a proposta foi não passar que estava muito fácil a marcação. **Lembre-se que tudo que é fácil não é valorizado.**

2. Técnica do encaixe = consultório amigo

De certa forma, este tópico contempla o anterior. Encaixar o cliente na agenda também é uma excelente forma de ajudá-lo e valorizar o consultório.

Isso pode ser MUITO útil quando o cliente está com dor. É fundamental deixar claro que ele será atendido, porém terá que esperar o atendimento dos clientes marcados.

3. Faça um “drama” na hora que o cliente falta sem avisar e quer marcar novamente

Marcos estava marcado na agenda para atendimento. A secretária ligou, confirmou a consulta e Marcos não veio. Poucas vezes há um motivo justificável que amenize aquela ação.

Do outro lado, com a ausência de Marcos, o consultório perdeu duas vezes, porque nem atendeu Marcos e nem outro cliente que queria realmente ser atendido.

Diante disso, faz-se necessário que a secretária mostre que ficou “comovida” com o fato de Marcos ter “perdido” a consulta, porém mostrando que há, digamos, penalidades para quem faz isso e dá prejuízo ao consultório.

“Que pena que não pode vir, Marcos. Compreendo isso, mas só teremos vaga para Dr. João semana que vem...”

4. Estabeleça um horário de chegada antes do término do expediente

Quando o consultório permite que o cliente chegue em um horário muito próximo ao horário de almoço, pode ter a CERTEZA de que vai ter gente chegando neste horário.

Há 5 anos, minha secretária era orientada a informar que o atendimento (ordem de chegada) ocorria até o meio dia. Uma vez, um cliente chegou às 11:57 e encerrou às 12:40. Ou seja, uma boa parte

do horário de almoço foi comprometido. Hoje o cliente pode chegar até 11:00.

Estabeleça limites de horário para não passar pelo que passei. E seja rígido nisso, salvo exceções. Se você abre para um, terá que abrir para outros.

Outro aspecto importante é que o cliente não entende que as pessoas da clínica também almoçam e descansam, logo ficam chateados ou até irritados quando há uma negativa do atendimento mediante a extrapolação do horário. Uma dica é dizer que o material tem que ser esterilizado e que é necessário ter um tempo para isso:

“Olhe, compreendemos sua situação, mas o material tem que ser limpo para o atendimento no turno da tarde. E para fazer isso requeremos de um tempo de 1h:30.”

De certa forma, não há nenhuma mentira neste argumento. O tempo de preparo do material inclui a lavagem, secagem, embalagem e tempo na autoclave ou estufa. Ou inclusive mesmo a arrumação da sala.

A ideia é mostrar que todo lugar tem regras, e no consultório não seria diferente. Se a secretária ou profissional criam maus hábitos e costumes entre os clientes, isso será comentado e, com grande chance, o número de ocorrências vai aumentar.