

# FÉRIAS NA PRAIA E AS CLÍNICAS OFTALMOLÓGICAS



## JEANETE HERZBERG

Administradora de empresas graduada e pós-graduada pela EAESP/FGV. Autora do livro “Sociedade e Sucessão em Clínicas Médicas”

**F**ui de férias numa praia lindíssima em Alagoas e lá tinham muitas piscinas naturais e bancos de areia que podiam ser visitados em pequenos barcos com explicações dos barqueiros, fornecimento de máscaras de mergulho e outras facilidades.

A contratação desses barqueiros podia ser feita pelas próprias pousadas ou podíamos abordá-los na praia ou em centros de informações.

Diariamente eu pude observar que eles ficavam aguardando seus passageiros na beira da praia e da mesma forma os passageiros os esperavam. Uns sabiam apenas os nomes dos outros, mas não tinham noção de quem seriam, se seriam pontuais ou se estariam preparados para aquela jornada de umas 2 horas de duração, em média. E os encontros sempre davam certo – os

barqueiros achavam seus passageiros e vice-versa...

Na pousada, os hóspedes comentavam entre si sobre o barqueiro que os atendeu, sua vivência, se o local estava cheio de outros barcos, se tinham muitos peixes por perto e assim por diante. Mas, o que mais me chamou a atenção era a forma como cada um defendia ou criticava o seu barqueiro, de acordo com sua experiência. Uns defendiam com afinco dizendo que o barco era ótimo, que tinham visto muitos cardumes, que o barqueiro colocou uma rede na água e lá puderam tomar sol e que ele teria explicado inúmeras coisas sobre toda região, peixes e muito mais.

Já outros comentavam que haviam contratado uma peixada no próprio barco, mas que estranhamente não aconteceu, que o barqueiro não contou nenhuma curiosidade da região e ainda que foi tudo muito desconfortável.





**“SE VOCÊ ESTÁ PENSANDO EM AUMENTAR SEUS RENDIMENTOS E A RENTABILIDADE DE SUA CLÍNICA, ATRAIR SEUS PACIENTES COM QUALIDADE DE ATENDIMENTO, PROFISSIONALISMO E PROCESSOS ESTRUTURADOS, ENTÃO DEVE CONSIDERAR AVALIAR OS QUESITOS QUE SÃO IMPORTANTES PARA SEUS CLIENTES, CRIAR INDICADORES DE DESEMPENHO E ACOMPANHÁ-LOS DE MANEIRA A PODER DIRECIONAR SEUS MELHORES ESFORÇOS PARA O SUCESSO”**

O interessante era que os nomes dos barqueiros eram mencionados - uns para recomendá-los veementemente e outros, para que os hóspedes que ainda não tinham feito o passeio, não os contratassem de forma alguma.

Na essência, será que, da mesma forma, seus pacientes não se tornam advogados de defesa de sua clínica ou, se não gostarem da experiência, se tornem promotores, advogados de acusação?

Minha experiência foi a de um barqueiro que tinha pensado em todas as comodidades: desde material de limpeza das máscaras para *snorkel*, alimentos (sustentáveis) para atração de cardumes, água para bebermos durante o passeio, rede aberta para descansar na água e quando outro barco com música extremamente alta chegou perto, imediatamente ele sugeriu que nos deslocássemos dali, para outro pon-

to de interesse. Cada vez mais ele me surpreendia com alguma novidade, sempre muito pertinente e diferente.

Será que sua clínica está preparada para proporcionar a experiência que encante seus pacientes e os traga de volta ou até os estimule a indicar para sua família e seus amigos?

Se você está pensando em aumentar seus rendimentos e a rentabilidade de sua clínica, atrair seus pacientes com qualidade de atendimento, profissionalismo e processos estruturados, então deve considerar avaliar os quesitos que são importantes para seus clientes, criar indicadores de desempenho e acompanhá-los de maneira a poder direcionar seus melhores esforços para o sucesso.

Ou será que você quer ser considerado um “barqueiro desinteressado”? ●