

Fidelização através de pacotes de serviços diferenciados durante a internação hospitalar em um Hospital Privado de Porto Alegre.



HOSPITAL
MOINHOS DE VENTO
Instituto de Educação
e Pesquisa

Afiliação a
JOHNS HOPKINS
MEDICINE INTERNATIONAL

BELISA MARIN ALVES¹; LETÍCIA BEDUHN MACIEL²; CINTIA LUIZA ANTON³

1. Enfermeira Assistencial II – Hospital Moinhos de Vento, Porto Alegre – RS – Brasil
2. Analista Comercial IV – Hospital Moinhos de Vento, Porto Alegre – RS – Brasil
3. Analista III – Hospital Moinhos de Vento, Porto Alegre – RS – Brasil

Introdução

A fidelização de clientes através da oferta de pacotes de serviços e acomodações diferenciadas, além da busca pelo reconhecimento por sua excelência em boas práticas assistenciais é um desafio no segmento saúde. Neste contexto, o Hospital Moinhos de Vento neste ano, através da inteligência de mercado, passou a oferecer o pacote *Unique* destinado ao público que deseja exclusividade e conveniência, sendo este um serviço inovador no sul do país.

Objetivos: Descrever a estratégia utilizada para criação do pacote *Unique* e apresentar o resultado de satisfação obtido no primeiro trimestre de trabalho.

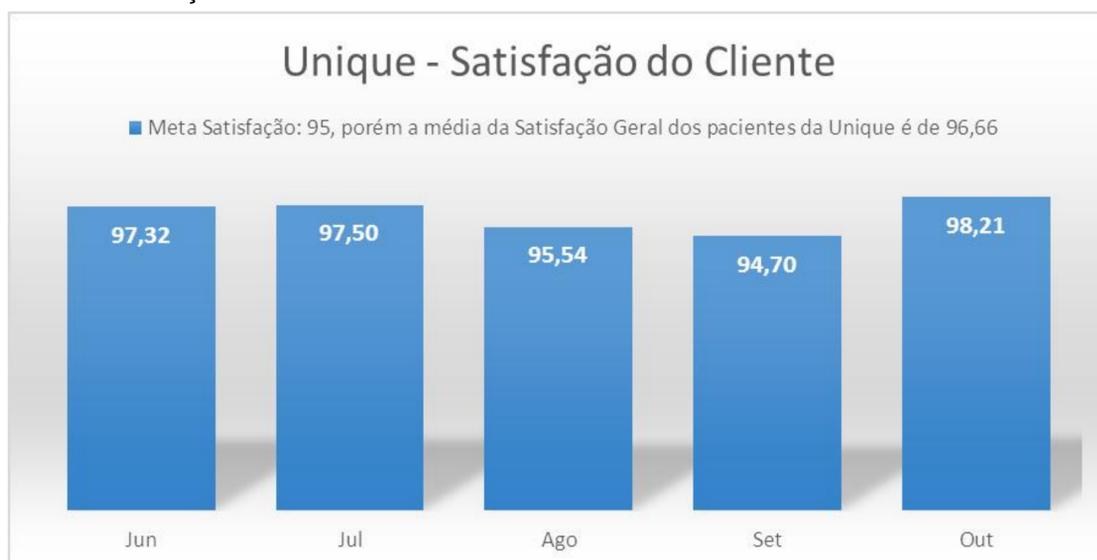
Método

Reuniões estratégicas foram realizadas com foco na definição do modelo, selecionadas a área e desenvolvido o projeto arquitetônico. Após adequação da área, foram definidas equipes e modelo de atendimento. Para avaliar o nível de satisfação dos pacientes em relação a qualidade dos serviços prestados, foram aplicadas pesquisas de satisfação pelo enfermeiro, após 48h de permanência do paciente na unidade.

Resultados

O planejamento iniciou em abril de 2014 e o pacote foi lançado em junho de 2015. O projeto arquitetônico previu a implantação de cinco leitos privativos e uma suíte, com direito a acompanhante e serviços adicionais. Foi definida a setorização dos ambientes, a qual proporciona privacidade e tranquilidade durante a internação, além da disponibilidade de um *conciierge*. A equipe multiprofissional foi definida selecionando-se profissionais diferenciados de acordo com sua *performance*, postura, envolvimento e pertencimento. No primeiro trimestre 90 pacientes preencheram a pesquisa de satisfação, tendo a satisfação geral acumulada apresentado o resultado de 96,79 pontos comparada a meta institucional de satisfação, a qual é de 95 pontos.

Gráfico 1. Satisfação do Cliente UNIQUE



Fotos da unidade UNIQUE



Gravura 1. Instrumento da Pesquisa de Satisfação

PESQUISA DE SATISFAÇÃO:

- Itens avaliados:
 - Equipe de recepção
 - Infraestrutura e Hotelaria
 - Equipe Médica
 - Equipe de Enfermagem
 - Equipe de Fisioterapia
 - Cuidados com o paciente
 - Alimentação do paciente
 - Satisfação Geral

Conclusão

O planejamento e foco no novo modelo garantiram o lançamento de uma nova estrutura que consolida a excelência do atendimento através da prestação de serviços exclusivos. O nível de satisfação e a necessidade de agendamento para internações futuras, refletem a consolidação do modelo para fidelização. Pessoas motivadas entregam resultados que garantem a qualidade e segurança nos processos assistenciais.