

Workshop  
Jornada do Usuário  
We design healthcare experiences

24-27 ABR  
TAJÁ RESORT & CONVENTION ATIBAIA



32º  
CONGRESSO  
FEHOSP

SAÚDE  
FILANTRÓPICA:

ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS





## André Lorenz Filho

**Construo estratégias de experiência** para que **instituições da área da saúde entreguem valor percebido** para seus **clientes** (pacientes, familiares, equipe assistencial e não assistencial) e **cumpram o que suas marcas estão prometendo a eles.**

**Diretor de Estratégias** da **Zeps Strategy Agency**

MBA em Marketing Digital pela ESPM, Bacharel e Licenciado em Letras pela FFLCH-USP.

NÓS SOMOS A  
**ZEPS STRATEGY AGENCY**  
Agência de Estratégias de CX para Healthcare

**Transformamos a experiência** de seu público-alvo com a sua marca e seus serviços.

Uma **abordagem única**, com base nos conceitos mais avançados de **customer experience, branding e marketing**.

**Cuidamos integralmente** do seu projeto, como parceiros, construindo juntos **soluções de impacto** e alto valor agregado.



WORKSHOP – JORNADA DO USUÁRIO

# PREPARANDO A DECOLAGEM

1. Brand *promisers* x Brand *keepers*
2. Como compreender o usuário?
3. Mapa de *Jornada do Cliente*
4. *Atividade* de construção de Jornada do Cliente
5. *Conclusões*

Brand Promisers x Brand Keepers  
A relação entre posicionamento e entrega

## Brand Promisers

### Estendendo o **Ministério de Cura de Cristo.**

Nossa missão é baseada em fé e é a base para tudo o que fazemos. Acreditamos que a saúde deve ser aplicada para a pessoa como um todo – corpo, mente e espírito. E é a nossa promessa ajudá-lo a se sentir completo. Com uma expertise de primeira classe e uma compaixão rara, estamos aqui em todas as fases da sua vida.

#### Geralmente feito por:

Área de marketing  
+ Diretoria  
+ Agência / Consultoria de Marketing



## Brand Keepers



#### Geralmente feito por:

Todos os funcionários da empresa, quando ela está alinhada com os seus propósitos.

Fonte: Site Advent Health. Tradução livre

## Dissecando a experiência do paciente na visão de cliente...



Na prática

## Seaside Imaging Center

Ambiente de diagnóstico de imagem construído como um ambiente de praia.

- Máquina de ressonância como Castelo de Areia.
- Trocadores como banheiros de praia.
- Som de gaivotas
- Cheiro de praia e aromas cítricos.





## Compreender seus valores

O que defendemos?  
Como tratamos nossos  
pacientes e seus familiares,  
colegas?

## Compreender seu usuário

O que esses valores  
significam na prática para  
esses usuários?

**Sem entender o usuário, não há  
como entregar o que importa  
para ele.**

## Viver os valores

Segurança e qualidade  
sempre são (e devem ser)  
prioridade.  
Como conseguimos colocar  
nossos valores ao  
desempenhar nossas tarefas?



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# Como compreender o seu usuário?

## Personas x Público-alvo

# Persona

Perfil de cliente por desejos, motivações e dores em comum.

Exemplos:

- Mãe de adolescente em busca de pronto-atendimento que seja rápido e de qualidade para seu filho.
- Colaborador assistencial que deseja trabalhar em um ambiente seguro psicologicamente e com um plano de carreira definido.

# Público-alvo

Clientes com características em comum, demográficas e comportamentais.

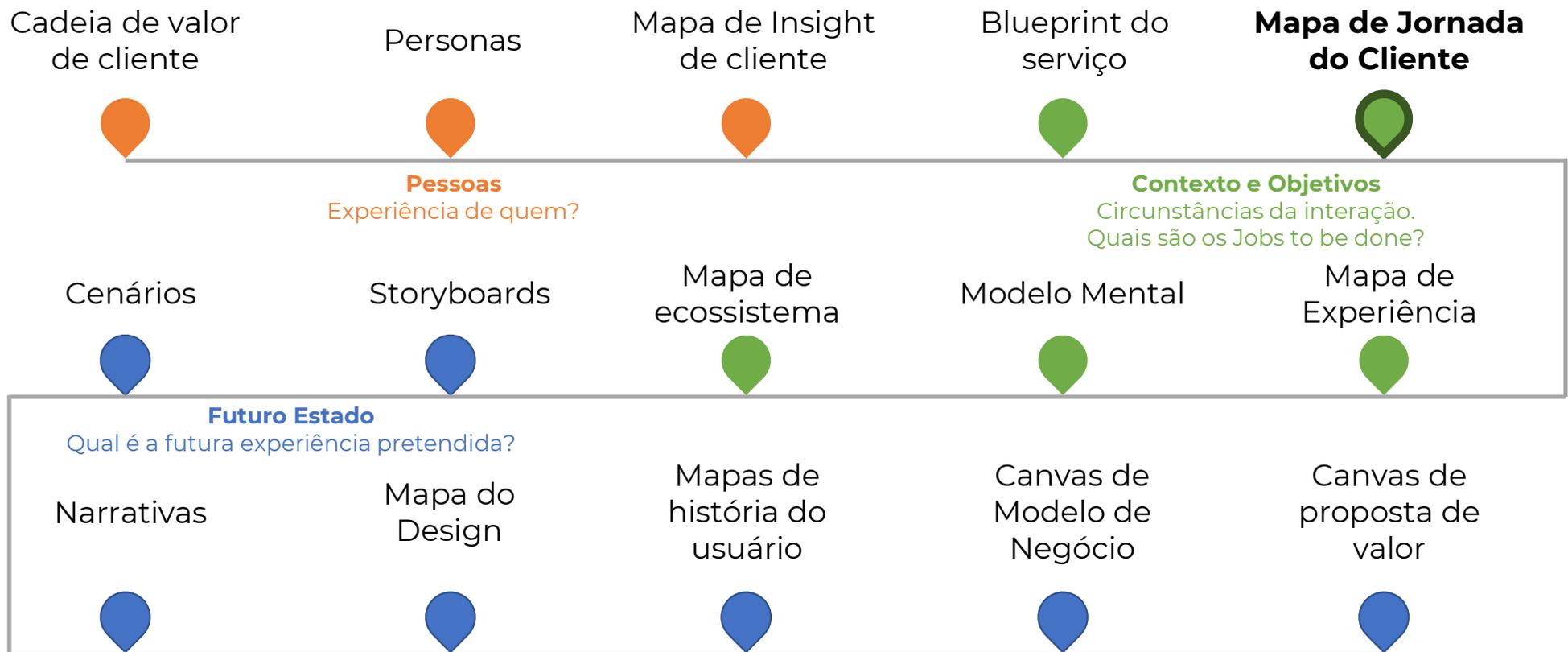
Exemplo:

- Homem
- Nascido em 1948
- Vive na Inglaterra
- Dois casamentos
- Duas crianças
- Bem-sucedido em negócios
- Rico
- Passa férias de inverno nos Alpes
- Gosta de cachorros.



# Mapa de Jornada do Cliente

# Uma abordagem dentro de uma sequência de técnicas.



Fonte: Mapeamento de Experiências, Jim Kalbach (2022).



# Mapa de Jornada do Cliente (MCJ)

	Descoberta	Consideração	Selecionar	Atendimento	Pós-atendimento
 <b>Ações</b> O que a persona deve realizar a cada etapa.		Etapas a serem completadas para cumprir a jornada.			
 <b>Pensamentos</b> O que a persona pensa durante a etapa.		São definidas de acordo com o escopo de análise, visualizando o ciclo cronológico de uma persona.			
 <b>Sentimentos</b> O que a persona sente na etapa.					
					

## Exemplo (MCJ)

**Escopo MCJ de uma empresa de atendimento de consultas online.**

	<b>Descoberta</b>	<b>Consideração</b>	<b>Selecionar</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pós-atendimento</b>
 <b>Ações</b> O que a persona deve realizar a cada etapa.	Vê anúncio no Instagram	Compreende o serviço	Marca uma consulta	Passa na consulta	Recebe mensagens de acompanhamento e retorno
 <b>Pensamentos</b> O que a persona pensa durante a etapa.	O que é isso?	Posso passar em uma consulta sem sair de casa?	Talvez seja uma ideia boa.	Achei complicado de usar	Estão interessados no meu bem-estar.
 <b>Sentimentos</b> O que a persona sente na etapa.	Inconsciente 	 Curioso	 Confiante	Frustrado 	 Surpreendido.





## Atividade

# Mapa de Jornada do Cliente

Objetivo: entender o mindset de MCJ

Definir etapas da jornada.  
Identificar as ações, pensamentos e sentimentos.

# Briefing

Mapear jornada do paciente em consulta em instituição de saúde (Saúde 123) cujo principal valor é acolhimento.

[Zeps.com.br/exercicio-fehosp](https://zeps.com.br/exercicio-fehosp)

Passo 1: Definir etapas da jornada.

Passo 2: Definir ações para cumprir etapas.

Passo 3: Identificar Pensamentos

Passo 4: Identificar sentimentos por escala (feliz, neutro, triste) e sensação (adjetivo)

Informações coletadas por relatório de observação.  
Paciente Telma (mãe), acompanhante Jonas (filho).

- Telma encontra a Saúde 123 no guia do convênio. É a que tem a data mais próxima disponível e marca a consulta por telefone com dificuldade de comunicação.
- Jonas para o carro no valet, sua mãe tem dificuldade de mobilidade. Ele pega a cadeira de rodas da Saúde 123 para tirar a mãe do carro, sem receber ajuda do funcionário que estava ali, percebeu a situação, mas o ignorou.
- Telma se identifica por totem digital, seus dados já são reconhecidos e ela é encaminhada prontamente a sala de espera mais próxima do consultório.
- O médico recebe bem a Telma, faz uma excelente anamnese e se mostra interessado em tudo o que ela e o filho compartilham sobre seu quadro, passando a conduta ao final.
- Telma recebe a conduta por celular, incluindo sua receita.
- No dia seguinte Telma recebe por celular: uma avaliação do hospital e um canal de dúvidas e orientações da sua conduta.



# Atividade

## Sugestão de resposta (consolidado)

Jornada de consulta em instituição de saúde (Saúde 123) cujo principal valor é acolhimento.

	<b>Descoberta</b>	<b>Consideração</b>	<b>Selecionar</b>	<b>Transporte</b>	<b>Recepção</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pós-atendimento</b>
 Ações	Identificar opções disponíveis no guia do convênio	Entrar em contato com as opções do convênio	Marcar consulta por telefone	Parar no valet	Identificação no totem	Passa na consulta	Recebe mensagens de acompanhamento e retorno
 Pensamentos	Quais são as minhas opções?	Qual tem a consulta mais próxima?	Garanti meu atendimento, mas foi difícil.	Não me trouxeram nem a cadeira de rodas.	Que prático!	Consulta excelente.	Como são atenciosos
 Sentimentos	Ansiosa 	Ansiosa 	Estressada 	Frustrada 	Confiante 	Satisfeita 	Conquistada 

# Atividade

## Sugestão de resposta (parte 1)

Jornada de consulta em instituição de saúde (Saúde 123) cujo principal valor é acolhimento.



Ações



Pensamentos



Sentimentos

	<b>Descoberta</b>	<b>Consideração</b>	<b>Selecionar</b>	<b>Transporte</b>
Ações	Identificar opções disponíveis no guia do convênio	Entrar em contato com as opções do convênio	Marcar consulta por telefone	Parar no valet
Pensamentos	Quais são as minhas opções?	Qual tem a consulta mais próxima?	Garanti meu atendimento, mas foi difícil.	Não me trouxeram nem a cadeira de rodas.
Sentimentos	Ansiosa 	Ansiosa 	Estressada 	Frustrada 



# Atividade

## Sugestão de resposta (parte 2)

Jornada de consulta em instituição de saúde (Saúde 123) cujo principal valor é acolhimento.

	<b>Recepção</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pós-atendimento</b>
 Ações	Identificação no totem	Passa na consulta	Recebe mensagens de acompanhamento e retorno
 Pensamentos	Que prático!	Consulta excelente.	Como são atenciosos
 Sentimentos	 Confiante	 Satisfeita	 Conquistada



24-27 ABR  
TALA RESORT & CONVENTION ATIBAIA

32º  
CONGRESSO  
FEHOSP

**SAÚDE  
FILANTRÓPICA:**  
ASSUMINDO PAPEL DE PROTAGONISTA,  
CONSTRUINDO NOVAS POLÍTICAS

**fehosp**  
Federação dos Serviços de  
Saúde de São Paulo

# ANDRÉ LORENZ FILHO

DIRETOR DE ESTRATÉGIAS

[Z@ZEPS.COM.BR](mailto:Z@ZEPS.COM.BR)

<https://www.linkedin.com/in/andrelorenzfilho/>

