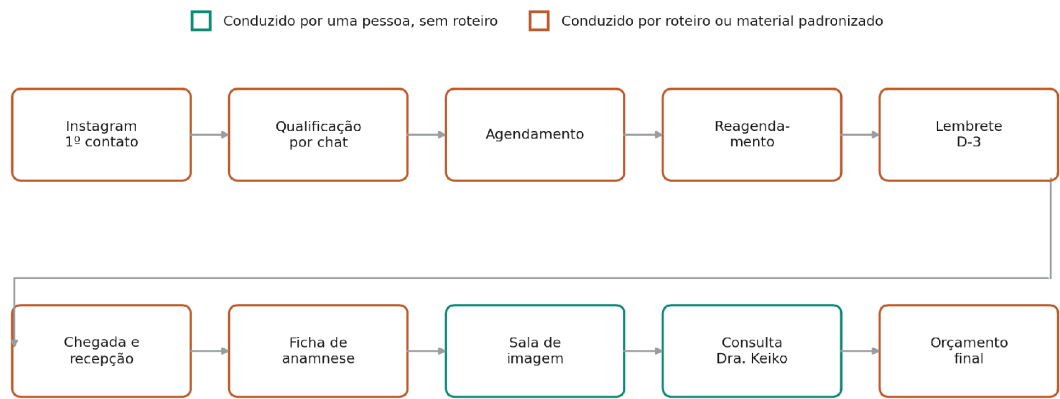


stoot®

RELATÓRIO DE CLIENTE OCULTO

NEUE KLINIK, ODONTOLOGIA E MEDICINA ESTÉTICA

Estudo de cliente oculto conduzido pela Stoot Digital



Fluxo da jornada percorrida pelo cliente oculto, do primeiro contato ao orçamento final. As cores indicam se o momento foi conduzido por uma pessoa ou por roteiro e material padronizado.

PADRÃO OBSERVADO	MAIOR RISCO FINANCEIRO	ONDE ATUAR
Quando uma pessoa conduz a interação sem depender de roteiro, como na sala de imagem e na consulta com a Dra. Keiko, o atendimento é de ponta. Quando depende de texto padronizado, entrega o mínimo.	R\$ 8.940,00 são decididos com base no material mais frágil de toda a jornada: um papel avulso escrito à mão, entregue minutos depois do ponto mais alto da consulta.	As correções apontadas aqui se concentram na estrutura de comunicação e no desenho da jornada do paciente: roteiro de atendimento, protocolo de recepção e o material entregue no fechamento.

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Este relatório reconstrói a experiência de um cliente oculto na jornada de descoberta, agendamento e consulta na Neue Klinik, do primeiro contato no Instagram à entrega do orçamento final.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Ao longo dos oito dias observados (03/08 a 10/08), aparece um padrão claro: quando o atendimento depende de um roteiro fixo (mensagens padronizadas de WhatsApp, automação do Instagram, ficha de papel, protocolo de recepção), a experiência esbarra em atrito.

As respostas chegam e os agendamentos acontecem, mas o roteiro não se adapta ao que o próprio paciente diz.

Já nos dois momentos conduzidos por uma pessoa, sem depender de roteiro (a sala de imagem e a consulta com a Dra. Keiko Kiguti), esse atrito desaparece e a experiência sobe de patamar, a ponto de o paciente descrever a consulta como "primoroso" e capaz de gerar uma "sensação de escolha".

Esse padrão não termina na consulta.

Ele se repete, de forma inversa, na etapa seguinte, quando o paciente passa para o financeiro: o atrito volta, justamente no momento em que a decisão de investir no tratamento é tomada.

A clínica está, sem perceber, concentrando o maior atrito da jornada no ponto de maior peso para a conversão, e os dois momentos mais frágeis (recepção e fechamento financeiro) coincidem com os dois pontos em que mais precisaria demonstrar cuidado com informação sensível do paciente.

PONTOS FORTES

- Sala de imagem e consulta com a Dra. Keiko: nível de excelência, capaz de gerar confiança real.
- Consulta inicial gratuita e completa (radiografia, fotos, diagnóstico e planejamento), um diferencial concreto hoje pouco explorado.
- Continuidade total de canal no WhatsApp: mesma atendente e mesmo número do primeiro contato ao lembrete.
- O lembrete de 3 dias antes funciona bem, e nenhuma mensagem do cliente ficou sem resposta.

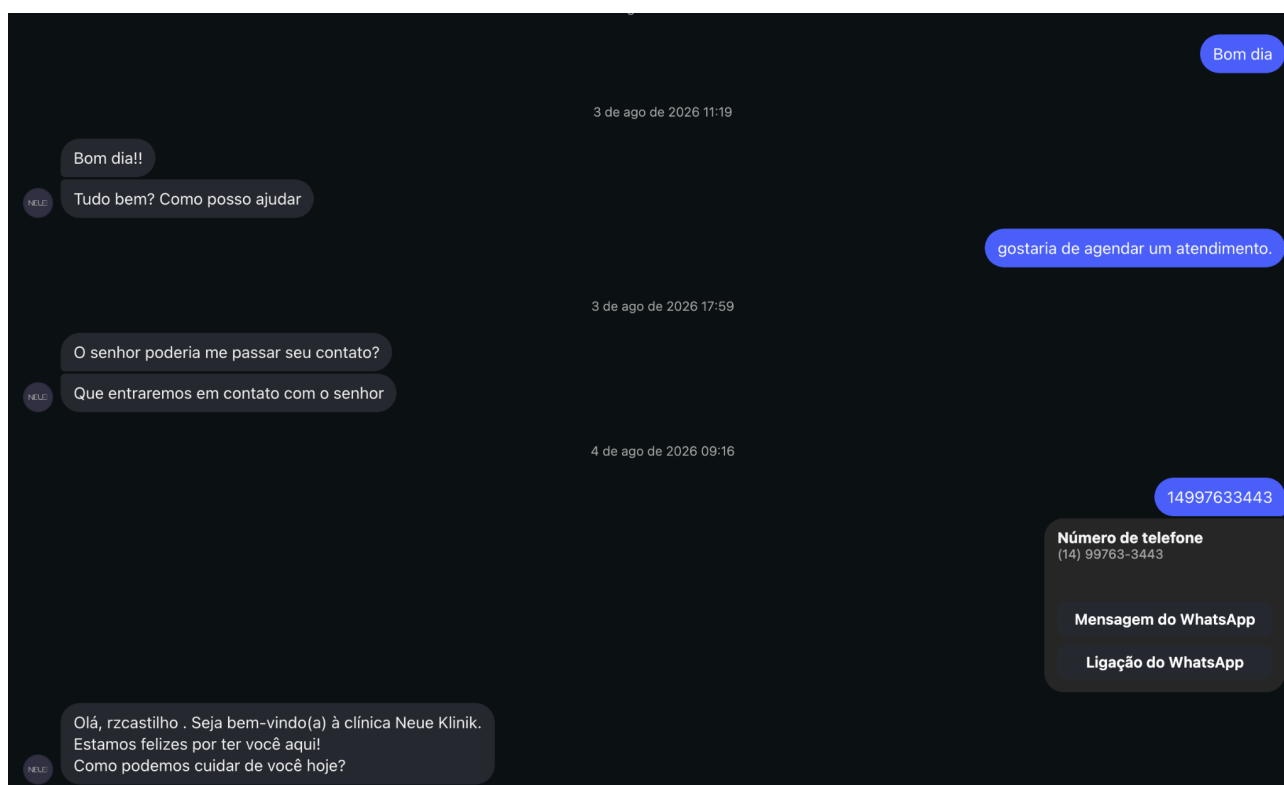
PONTOS DE ATENÇÃO

- Um padrão recorrente de atrito no atendimento por roteiro: correções, perguntas abertas e hesitações do cliente não mudam a resposta seguinte.

- Dois riscos concretos de privacidade no mesmo dia: exposição verbal na recepção e ficha sem cláusula de consentimento.
- Um orçamento de R\$ 8.940,00 entregue sem lastro técnico no dia da consulta, mesmo a clínica tendo um sistema capaz de gerar esse documento corretamente (só usado no dia seguinte).
- Um portfólio de serviços amplo (implantodontia, harmonização, tratamento de DTM, sedação para pacientes ansiosos) que não é mencionado em nenhum ponto de contato da jornada.

JORNADA DO CLIENTE, ETAPA POR ETAPA

DESCOBERTA E PRIMEIRO CONTATO



O primeiro contato leva mais de um dia para avançar.

No Instagram, o cliente inicia contato às 08:48 com um "Bom dia". A clínica responde 2h31 depois, às 11:19: "Bom dia!! Tudo bem? Como posso ajudar".

A resposta não identifica quem está atendendo, e a última frase não é fechada como pergunta.

O cliente responde na sequência, informando exatamente o que quer: "gostaria de agendar um atendimento".

A próxima resposta só chega 6h40 depois, às 17:59, quase no fim do expediente. E ela não avança o agendamento: pede o contato do cliente, informando que a clínica "entrará em contato".

Mesmo já sabendo o que o cliente quer, a clínica devolve a ele a responsabilidade de manter o atendimento em andamento.

A mensagem automática que chega no dia seguinte, quando o cliente finalmente informa o telefone, trata-o pelo nome de usuário do Instagram, não pelo nome.

É o primeiro sinal de um padrão que aparece ao longo de toda a jornada: nos momentos conduzidos por roteiro, é o cliente quem sustenta o andamento da conversa.

A confiança numa marca não depende só do resultado final. Depende também de quanto esforço o cliente precisa empregar para chegar lá.

Esperar horas sem explicação, ou ter que retomar a conversa sozinho depois de já ter dito o que queria, é esforço que se acumula contra a experiência, mesmo que o agendamento aconteça no fim.

"O senhor poderia me passar seu contato? Que entraremos em contato com o senhor"

resposta da clínica, 6h40 depois de o cliente informar o que queria

PONTOS FORTES

- O canal nunca foi abandonado: as duas respostas do dia mantiveram um tom cordial.
- Existe uma automação de boas-vindas assim que o telefone é informado, o que evita deixar o contato sem retorno.

PONTOS DE ATENÇÃO

- Um intervalo de 6h40 entre o cliente informar o que queria e a clínica responder, sem avançar o agendamento nessa resposta.
- O nome do cliente nunca é perguntado nesta etapa, só o telefone.

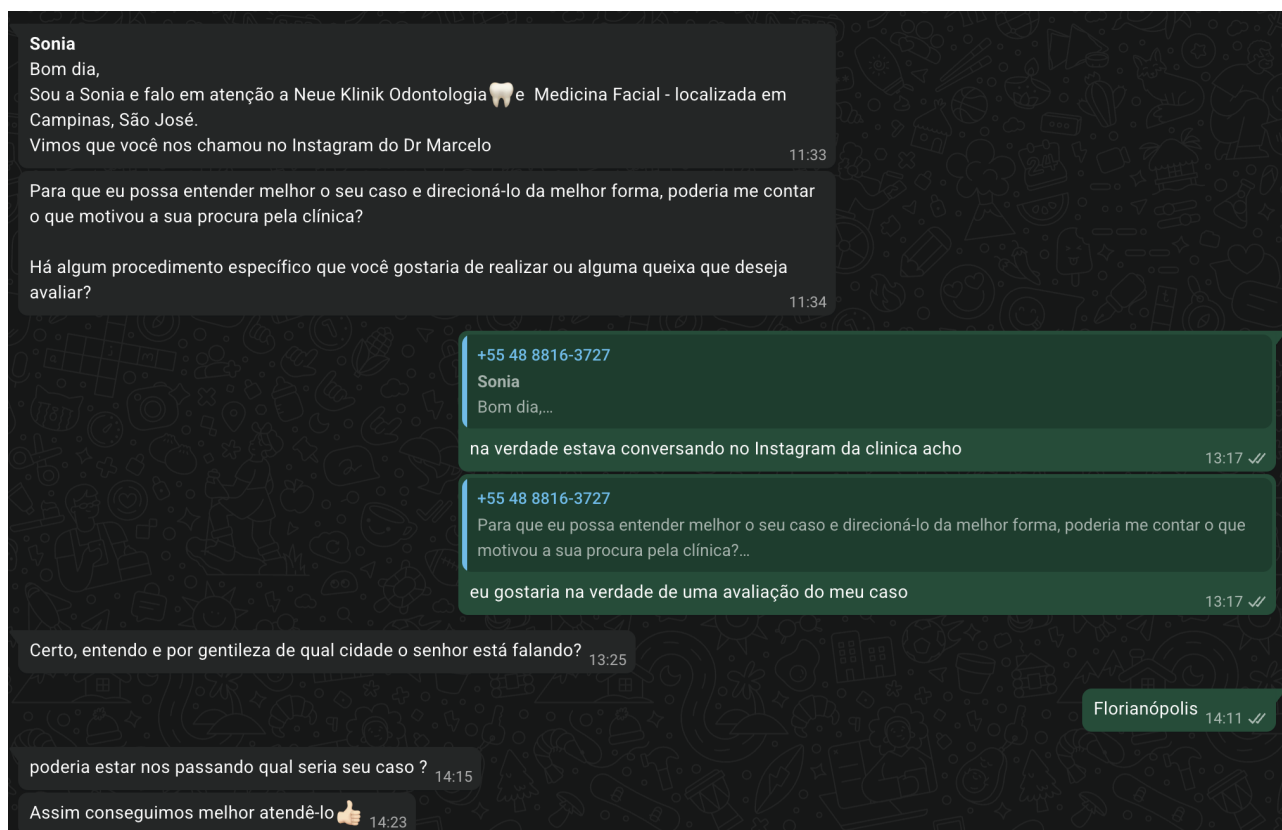
SOLUÇÃO INDICADA

- Quando o cliente já disser o que quer, como "gostaria de agendar", avançar o agendamento na mesma resposta, em vez de pedir apenas o contato.
- Definir um prazo máximo de resposta no Instagram, de preferência abaixo de 1 hora em horário comercial.

QUALIFICAÇÃO POR CHAT E AGENDAMENTO**Uma correção do cliente não muda a próxima etapa do roteiro.**

O mesmo padrão aparece na qualificação por WhatsApp. A atendente inicia a conversa atribuindo o contato ao "Instagram do Dr Marcelo", quando na verdade era a conta da própria clínica.

O cliente corrige a informação, e a resposta, minutos depois, segue direto para a próxima pergunta do roteiro, sem reconhecer a correção.



O mesmo acontece quando o cliente pergunta, de forma direta, como funciona a consulta, e quando verbaliza hesitação em prosseguir.

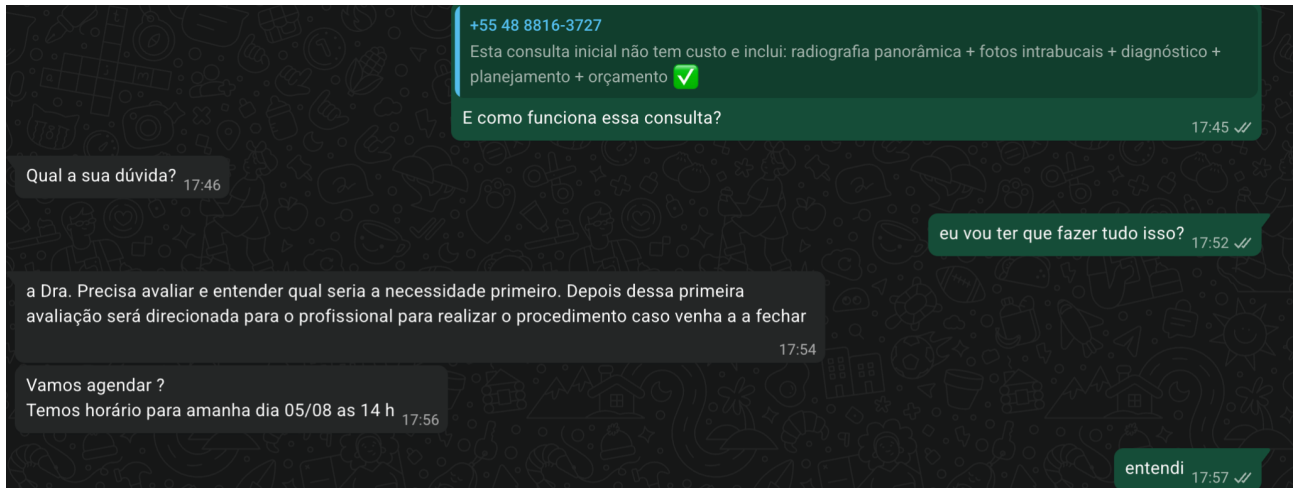
Nos dois casos, a resposta explica o funcionamento interno da clínica, não o que interessa ao cliente.

O argumento mais forte disponível, a de que a consulta é gratuita e completa, é mencionado uma única vez, e não é retomado no momento em que ajudaria a resolver a dúvida.

Escutar de verdade significa usar o que a pessoa acabou de dizer para ajustar a resposta seguinte.

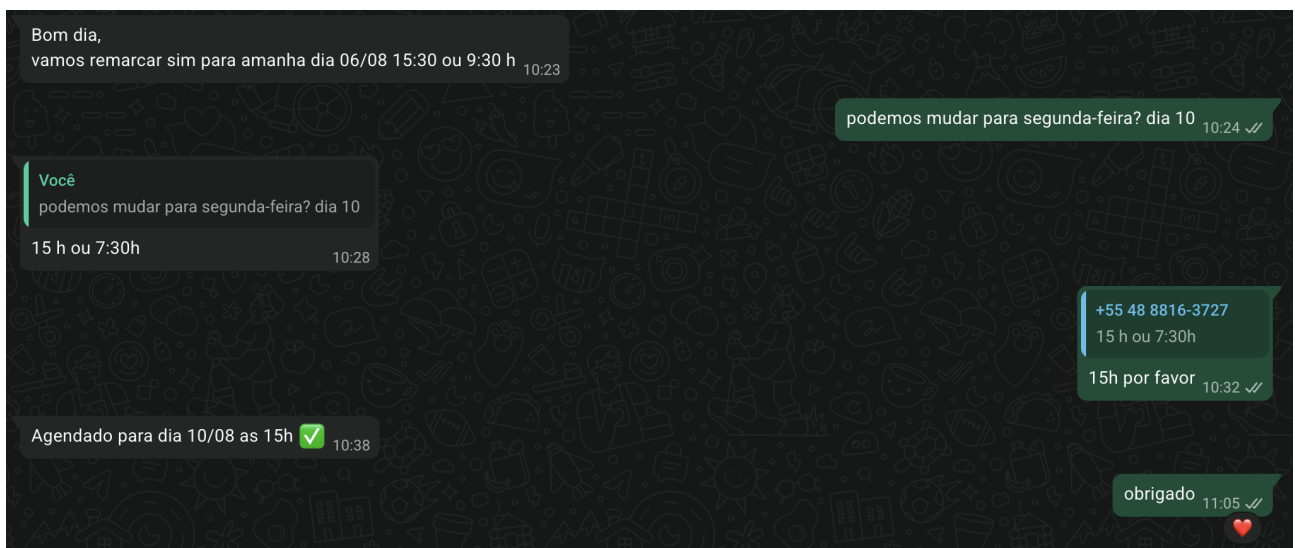
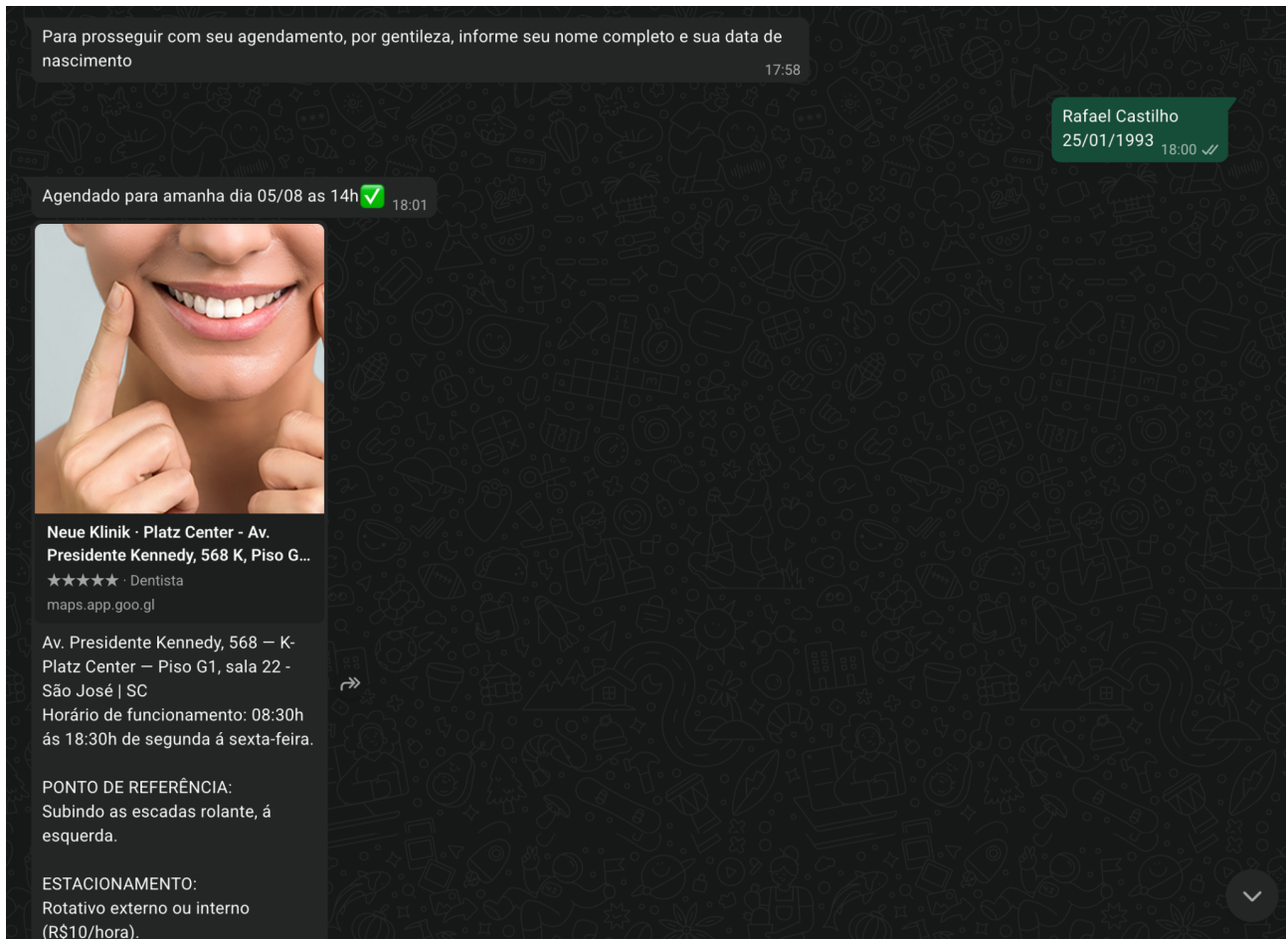
Quando isso não acontece, a conversa continua funcionando (as perguntas são respondidas, o agendamento acontece), mas o cliente sente que está preenchendo um formulário, não conversando com alguém.

O tom da conversa também varia sem critério: emoji informal e o tratamento formal "Sr. Castilho" aparecem na mesma sequência de mensagens.



"como funciona essa consulta?" resposta: "Qual a sua dúvida?"

pergunta do cliente e resposta da atendente, na mesma troca



PONTOS FORTES

- Mesma atendente e mesmo número do início ao fim desta etapa.
- A consulta inicial é de fato gratuita e completa, um diferencial real ainda que mal comunicado.

PONTOS DE ATENÇÃO

- A correção do cliente sobre a origem do contato não é reconhecida.
- Uma pergunta aberta é devolvida em vez de respondida, e uma hesitação é tratada em termos operacionais.

SOLUÇÃO INDICADA

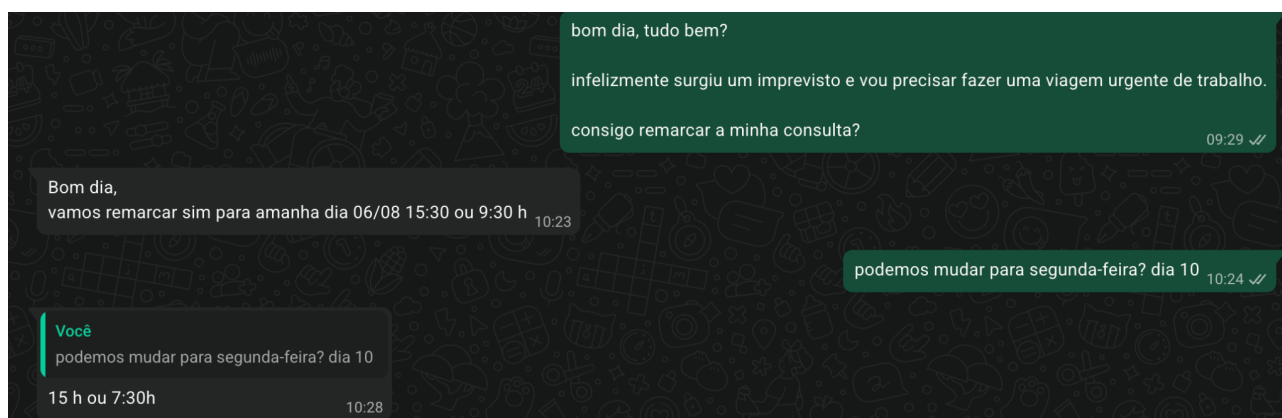
- Criar uma resposta padrão para "como funciona a consulta?" e para sinais de hesitação, retomando o argumento da consulta gratuita.
- Ajustar o roteiro para confirmar o entendimento quando o cliente corrigir uma informação, antes de seguir para a próxima pergunta.

REAGENDAMENTO E COMUNICAÇÃO PRÉ-CONSULTA**A remarcação ignora o motivo que o cliente acabou de informar.**

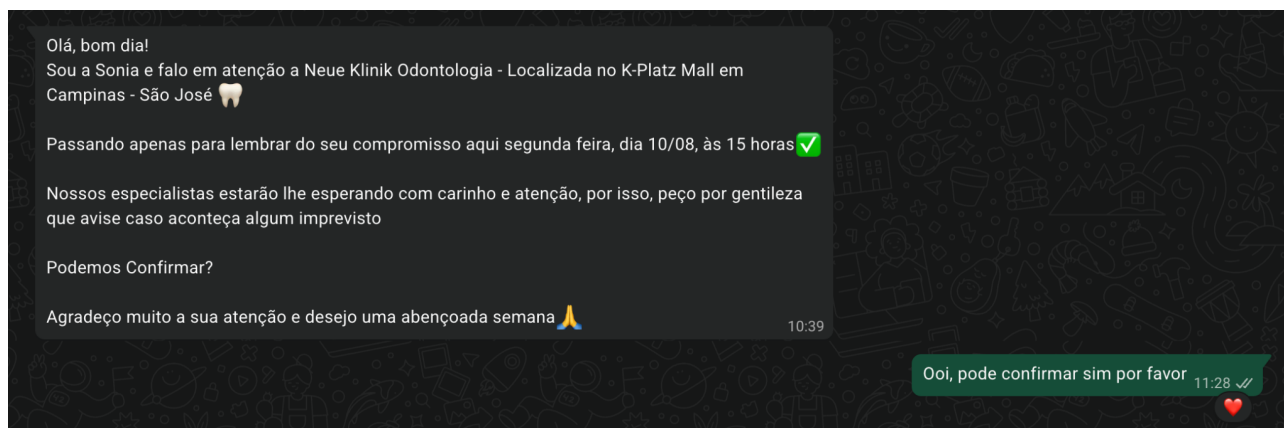
É o mesmo problema de escuta ativa da etapa anterior, agora aplicado a uma mudança de agenda.

Ao avisar que precisa remarcar por causa de uma viagem de trabalho, o cliente recebe, 53 minutos depois, uma oferta de horário para o dia seguinte, dentro do próprio período da viagem que ele tinha acabado de citar.

É o cliente quem precisa corrigir a data.



Esta é, ao mesmo tempo, a etapa de maior continuidade de toda a jornada: mesma atendente e mesmo número, do primeiro contato ao lembrete de confirmação três dias antes. Uma lacuna clara da régua de mensagens também está aqui: existe lembrete três dias antes da consulta, mas nenhum no próprio dia.



"vou precisar fazer uma viagem urgente de trabalho" resposta: "vamos remarcar sim para amanhã"

pedido de remarcação do cliente e resposta da clínica, 53 minutos depois

PONTOS FORTES

- Continuidade total de canal e interlocutor: a única etapa sem nenhuma troca.
- Lembrete de 3 dias antes, cordial, com confirmação explícita.

PONTOS DE ATENÇÃO

- A nova data oferecida colide com o motivo (viagem) que o cliente acabou de informar.
- Nenhum lembrete no próprio dia da consulta.

SOLUÇÃO INDICADA

- Implementar lembrete automático no dia da consulta, complementando o de 3 dias antes.
- Incluir uma checagem de contexto no roteiro de remarcação quando o motivo envolver viagem ou compromisso.

CHEGADA, RECEPÇÃO E FICHA DE ANAMNESE

Um risco de privacidade antes mesmo de a ficha ser preenchida.

Na chegada à clínica, o atrito deixa de ser digital e passa a ser físico. O cliente só é chamado pelo nome depois de se identificar sozinho, e espera cerca de 20 minutos sem nenhuma explicação sobre o atraso.

É nesse intervalo que ele ouve a própria recepcionista dizer, ao telefone e ao alcance de outras pessoas, seu nome e o motivo da consulta.

É logo depois desse episódio que ele é convidado a preencher uma ficha que mistura triagem clínica de risco (alergias, doenças sistêmicas, medicações) com perguntas de rapport sem contexto, como sabor de sorvete e gênero musical preferido, sem nenhuma linha explicando o que será feito com essas respostas.

Um sinal de descuido como esse não fica isolado.

Toda vez que alguém decide o que contar sobre si, avalia, mesmo sem perceber, se aquele ambiente merece essa confiança, e ouvir o próprio nome e motivo da consulta ditos em voz alta desloca essa avaliação: deixa a pessoa mais atenta a qualquer outro sinal parecido, inclusive numa ficha que pede informações bem mais sensíveis.

“Rafael, ele está aqui na recepção, não sei, é um dente lascado mas é primeira consulta”

reconstrução aproximada do cliente, ouvida da recepcionista ao telefone, ao alcance de outras pessoas

ANAMNESE PESSOAL
As informações de comportamento, preferências e necessidades ajudarão no seu perfeito atendimento na clínica.

Nome completo _____ Data ____/____/____

Data de nascimento ____/____/____ Qual a sua profissão? _____

Tem algum animal de estimação? Como se chama? _____

Tem filhos? Quantos? Como eles chamam? _____

Qual tratamento você está buscando? _____

Você está satisfeito com a estética do seu sorriso? ☐ Sim ☐ Não

Qual a última vez que você foi ao dentista? _____

Como nos conheceu? _____ Tem medo de dentista? ☐ Sim ☐ Não

Alguém nos indicou? ☐ Sim ☐ Não Qual nome? _____

Tem algum período de preferência ou alguma restrição de horário para seus agendamentos?
☐ Manhã ☐ Tarde Mais alguma referência? _____

Você tem Facebook? Qual? _____ Você tem Instagram? Qual? _____

Qual seu sabor preferido de sorvete? ☐ Chocolate ☐ Morango ☐ Baunilha

Música ambiente - qual ritmo/gênero? _____ Fuma? ☐ Sim ☐ Não

Toma medicações de uso regular? _____

Faz ou já fez uso de remédios "para os ossos" - para osteoporose ou osteopenia (como alendronato, prolia, em uso semanal, semestral, ou outros)? Informar caso seja vitamina para ossos? ☐ Sim ☐ Não

Se sim, qual medicamento? _____ Quanto tempo? _____

Tem ou teve alguma alergia? ☐ Sim ☐ Não Se sim, qual medicamento ou componente? _____

Já apresentou alguma dificuldade de cicatrização, distúrbio de coagulação ou hemorragia? ☐ Sim ☐ Não

Apresenta alguma doença sistêmica: ☐ Hipertensão Arterial ☐ Cardiopatia ☐ Diabetes ☐ Asma ☐ Sinusite
☐ Alguma deficiência Imunológica ☐ D. Infecciosas ☐ Asma ☐ Insuf. Renal ☐ Hepatite ☐ Anemia ☐ Herpes
☐ Enxaqueca ☐ Glaucoma ☐ Tumor/Neoplasia ☐ Epilepsia ☐ Úlcera gástrica ☐ Outros? _____

Pressão arterial: _____ (será realizado por nossa técnica) Assinatura _____

@neueclinic ☎ 48 3065.1200 📞 48 98816 3727
K-PLATZ CENTER | Av. Presidente Kennedy, 56B, São José, SC
RTE: Dr. Marcelo V. Schütz - CRO/SC 6639/EPAO 2143

CLÍNICA
NEUE
KUNITE
ODONTOLOGIA E MEDICINA FACIAL

A mesma ficha que pede doenças sistêmicas e medicações também pergunta sabor de sorvete e gênero musical, sem uma linha explicando o porquê e sem cláusula de consentimento para o uso dos dados de saúde.

PONTOS FORTES

- Ambiente de espera confortável, com café, água e Wi-Fi disponíveis.
- A ficha cobre, de fato, os campos clínicos relevantes para a segurança do paciente.

PONTOS DE ATENÇÃO

- Exposição verbal do nome e motivo da consulta a terceiros: um risco de privacidade concreto.
- Ficha de anamnese sem cláusula de consentimento para dado de saúde sensível.

SOLUÇÃO INDICADA

- Orientar a recepção a nunca verbalizar nome ou motivo de consulta ao alcance de terceiros.

- Incluir cláusula de consentimento (LGPD) na ficha de Anamnese Pessoal.

ATENDIMENTO CLÍNICO E PASSAGEM PARA O FINANCEIRO

O atendimento muda de patamar na consulta, mas não se sustenta no financeiro.

Na sala de imagem e na consulta com a Dra. Keiko Kiguti, o atrito desaparece.

As atendentes são descritas como "incríveis", e a consulta, que o próprio cliente chama de "primoroso", cria uma "sensação de escolha" e reduz a pressão de decisão ao garantir que os exames ficam arquivados mesmo sem fechamento imediato.

Isso não se sustenta na passagem para o financeiro.

Diante de uma objeção de custo explícita, a resposta é perguntar quando o cliente pode voltar.

Diante do pedido de um orçamento para analisar com calma, a resposta é anotar à mão, num pedaço de papel avulso, sem região tratada, sem produto e sem imagem, minutos depois de um exame de radiografia panorâmica completo.

Falta também qualquer referência que ajude o paciente a avaliar o valor: nenhuma comparação, nenhuma justificativa por sessão ou por material. O número fica sozinho, sem nada que sustente se R\$ 8.940 é caro, justo ou barato para o que está sendo proposto.

No dia seguinte, ao retomar contato para avançar com o agendamento, o financeiro confirma essa lacuna.

O cliente responde: "eu acho que acabei perdendo o papel que você me deu... não consegui explicar o que estava incluso nessa primeira etapa". Só depois desse relato o documento é reenviado, agora em formato digital.

O documento que chega é uma estimativa de honorários formal, gerada pelo próprio sistema de gestão da clínica: papel timbrado, validade de um mês, dentista e vendedora identificados, tabela de procedimentos e forma de pagamento com datas específicas.

A estrutura para fazer isso direito já existe. Ela só não foi usada no momento da consulta, na frente do paciente; foi usada no dia seguinte, depois de ele precisar admitir que tinha perdido a única versão que havia recebido.

Isso ajuda a entender por que o papel falha justamente no dia seguinte.

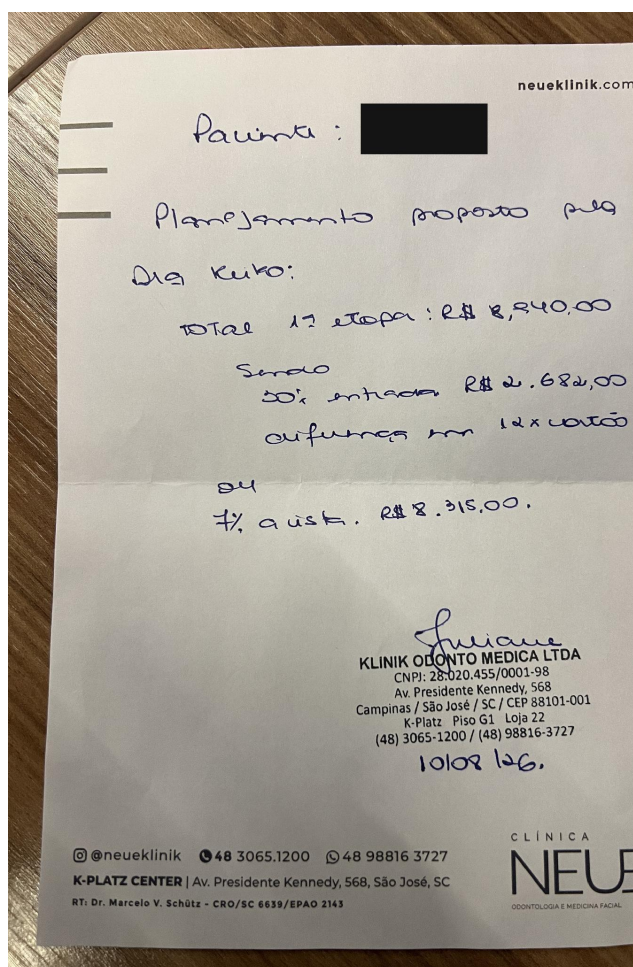
As pessoas decidem de duas formas: uma rápida e intuitiva, guiada pelo que sentem no momento, e outra mais lenta e analítica, usada quando a decisão é cara ou arriscada.

Na consulta, com a Dra. Keiko explicando e mostrando as imagens ao vivo, o modo rápido funciona bem, o paciente confia no que vê e ouve ali.

Fora do consultório, sozinho ou precisando explicar a outra pessoa, entra o modo devagar, e é nesse modo que decidir sobre R\$ 8.940 usando só um papel solto sem nenhuma referência de valor deixa de fazer sentido.

“TOTAL 1ª ETAPA: R\$ 8.940,00”

orçamento inteiro, do jeito que o paciente leva para casa



11/08/2026, 15:47

NEUE KLINIK

Emissão		Validade	
10/08/2026		10/09/2026	
	Nome		
	Apelido	Local de Nascimento	
	CPF	RG	
	E-mail		
	Endereço		
Sexo	Nº Prontuário		
Convênio	Código ANS	Operadora / Dados Adicionais do Convênio	
Estado Civil	Nº Etiqueta	Assinatura do Paciente	

Procedimentos

Total dos Procedimentos		(+) Despesas Adicionais

Forma de Pagamento

1.	11/08/2026	Crédito em Conta;	
2.	11/09/2026	Nota Promissória;	

Observações

Proposta 30% entrada
Diferença em até 12x cartão

O documento que sustenta uma decisão de R\$ 8.940,00 no dia da consulta: sem região tratada, sem procedimento descrito, sem produto, entregue minutos depois do ponto mais alto de toda a consulta.

O mesmo orçamento, agora em formato digital: só chega no dia seguinte, depois de o paciente relatar que tinha perdido o papel e não conseguido explicar o que estava incluso.

PONTOS FORTES

- Sala de imagem e consulta clínica no nível mais alto de toda a jornada.
- Valores introduzidos ainda dentro da consulta, não como surpresa desconectada.
- A plataforma de gestão da clínica, quando usada, produz um documento completo, com validade, profissionais identificados e forma de pagamento detalhada.

PONTOS DE ATENÇÃO

- Nenhuma alternativa de pagamento oferecida ativamente diante de uma objeção explícita.

- Orçamento sem descrição técnica do procedimento nem referência de valor, incompatível com o exame que o precedeu.
- O sistema que gera um orçamento formal e completo só é usado no dia seguinte, depois de o paciente pedir novamente.

SOLUÇÃO INDICADA

- Emitir o orçamento formal, já disponível no sistema da clínica, no mesmo dia da consulta, não apenas no dia seguinte e mediante pedido.
- Criar um roteiro de tratamento de objeções financeiras com 2 ou 3 alternativas concretas.

PORTFÓLIO DE SERVIÇOS NÃO COMUNICADO

Um portfólio de serviços que nunca é mencionado ao paciente.

Um último ponto não aparece em nenhum horário da jornada, porque é uma ausência, não um evento.

A Neue Klinik atua também em implantodontia e reabilitação oral, harmonização orofacial, tratamento de disfunção temporomandibular e bruxismo, e oferece diferentes modalidades de sedação para pacientes com medo de dentista, do óxido nitroso à sedação assistida por anestesiológico. O responsável técnico soma, à formação em odontologia, a atuação como cirurgião bucomaxilofacial.

Nada disso aparece no chat, na anamnese, na consulta ou no orçamento. A ficha de anamnese pergunta, de forma explícita, se o paciente tem medo de dentista, e a resposta não muda o que vem a seguir.

Um cliente que nunca tinha ouvido falar da clínica sai de lá sabendo que ela resolve um dente lascado, e nada além disso.

Ninguém escolhe um serviço que não sabe que existe. A decisão de compra depende de o cliente primeiro tomar conhecimento da opção, antes mesmo de considerá-la.

Uma clínica pode ter o portfólio mais completo da região, mas se isso nunca é dito num contato real, para aquele paciente específico esse portfólio não existe.

O mesmo vale para credenciais: um profissional que também é cirurgião bucomaxilofacial carrega uma autoridade que, quando comunicada, facilita a confiança do paciente. Hoje essa autoridade não é oferecida a ninguém.

PONTOS FORTES

- Um portfólio real e amplo, que já existe e não precisa ser criado: implantodontia, harmonização, tratamento de DTM e sedação para pacientes ansiosos.

PONTOS DE ATENÇÃO

- Nenhum ponto de contato menciona outros serviços ou a formação adicional do responsável técnico.

DO RELATO À VISÃO DE CONJUNTO

O relato detalha a jornada etapa por etapa. O quadro a seguir resume, ponto a ponto, a força percebida em cada uma das doze etapas, e indica se o momento foi conduzido por uma pessoa ou por roteiro e material padronizado, o padrão que se repete ao longo de toda a jornada.

■ Conduzido por uma pessoa ■ Conduzido por roteiro ou material padronizado

1 ROTEIRO

Primeiro contato no Instagram

Resposta em 2h31 e, depois, 6h40 apenas para pedir o contato, sem avançar o agendamento.

frágil

-
- 2 **ROTEIRO**  *confuso*
- Qualificação por chat**
- A correção do cliente não é reconhecida e uma pergunta aberta é devolvida como "Qual a sua dúvida?".
-
- 3 **ROTEIRO**  *funcional*
- Agendamento**
- Fechado no mesmo dia, com data e horário confirmados de forma clara.
-
- 4 **ROTEIRO**  *frágil*
- Reagendamento**
- A nova data oferecida cai dentro do período da viagem que o cliente acabou de informar.
-
- 5 **ROTEIRO**  *forte*
- Lembrete três dias antes**
- Cordial, com pedido explícito de confirmação, respondido pelo cliente no mesmo dia.
-
- 6 **HUMANO**  *frágil*
- Chegada e recepção**
- Reconhecido apenas depois de se identificar, com cerca de 20 minutos de atraso sem aviso.
-
- 7 **HUMANO**  *desconfiança*
- Exposição na recepção**
- Nome e motivo da consulta ditos em voz alta, ao alcance de outras pessoas.
-
- 8 **ROTEIRO**  *sobrecarga*
- Ficha de anamnese**
- Doenças sistêmicas ao lado de sabor de sorvete, sem finalidade explicada nem consentimento.
-

9

HUMANO

Sala de imagem

Atendentes descritas como "incríveis"; exames arquivados mesmo sem fechamento imediato.



10

HUMANO

Consulta com a Dra. Keiko

Explicação passo a passo nas imagens do exame, prioridades claras e "sensação de escolha".



11

HUMANO

Passagem para o financeiro

Objecção de custo respondida com uma pergunta sobre retorno, sem alternativas de pagamento.



12

ROTEIRO

Orçamento final

"R\$ 8.940" à mão, sem região tratada, procedimento descrito, produto ou imagem.



LINHA DO TEMPO CONSOLIDADA

DATA / HORA	EVENTO
03/08 08:48	Cliente inicia contato no Instagram: "Bom dia".
03/08 11:19	Clínica responde após 2h31, sem se identificar; cliente informa o que quer.
03/08 17:59	Clínica responde 6h40 depois pedindo o contato, sem avançar o agendamento.
04/08 09:16	Boas-vindas automática trata o cliente por "@", não pelo nome.

04/08 11:33	Início da conversa no WhatsApp; atribuição incorreta da origem do contato.
04/08 14:37	Consulta inicial gratuita e completa é informada, mas não vendida como diferencial.
04/08 18:01	Agendamento confirmado para 05/08 às 14h.
05/08 09:29	Cliente pede remarcação por viagem de trabalho.
05/08 10:23	Clínica oferece data dentro do próprio período da viagem citada.
05/08 a 10/08	Reagendado para 10/08 às 15h; lembrete de 3 dias antes funciona bem; nenhum lembrete no dia.
10/08, por volta das 15h	Chegada; reconhecimento só após o cliente se identificar; atraso de cerca de 20 min sem aviso.
10/08	Incidente de privacidade na recepção; ficha de anamnese sem cláusula de consentimento.
10/08	Sala de imagem e consulta com a Dra. Keiko: ponto mais alto da jornada.
10/08, 16h20	Orçamento de R\$ 8.940,00 entregue à mão, sem alternativas de pagamento ativas.
11/08, 14h31 às 15h47	Financeiro retoma contato; cliente relata ter perdido o papel e não ter conseguido explicar o orçamento; documento digital formal só é gerado e enviado depois desse relato.

CONSISTÊNCIA ENTRE A PROMESSA DA MARCA E A EXPERIÊNCIA ENTREGUE

O texto do site é usado aqui só como referência da promessa declarada.

PROMESSA (SITE / DEPOIMENTOS)	REALIDADE NESTE ATENDIMENTO
<i>"Nosso carinho, cuidado e dedicação está em todos os detalhes"</i>	Confirmada na sala de imagem e na consulta clínica, e quebrada minutos depois no orçamento entregue à mão.
<i>"Nos faz sentir em casa desde a chegada na recepção até o término do procedimento" (depoimento)</i>	Não confirmada: reconhecimento reativo, atraso sem aviso, nome e motivo da consulta ditos em voz alta na recepção.
<i>"Investimos constantemente em inovação e tecnologia... o melhor tratamento em um só lugar"</i>	Confirmada: a consulta inicial gratuita já inclui radiografia panorâmica e fotos intrabuciais no mesmo dia. O portfólio mais amplo por trás dessa frase, porém, nunca é mencionado ao paciente.
<i>"Atendentes espetaculares, muito atenciosas desde a primeira avaliação" (depoimento)</i>	Parcial: verdadeiro presencialmente; no digital, respostas funcionais que nem sempre incorporam o que o cliente diz.

Fora do escopo deste estudo: as estatísticas divulgadas no site (100% de "atendimento ao ano", 5.970 procedimentos por ano) dizem respeito a volume agregado da clínica, não a este atendimento individual.

RISCOS REPUTACIONAIS E DE SEGURANÇA

Exposição verbal de dados do paciente na recepção

A recepcionista falou em voz alta, ao telefone, o nome e o motivo da consulta do paciente, ao alcance de terceiros. Dado de saúde é sensível por lei, então essa exposição, mesmo pontual, é risco de imagem e conformidade, não só de cordialidade.

Orientar a recepção a nunca verbalizar nome ou motivo de consulta ao alcance de terceiros; deslocar ligações sensíveis para um espaço reservado.

Ficha de anamnese sem cláusula de consentimento

A ficha coleta doenças sistêmicas, medicações e alergias sem nenhuma cláusula explicando o uso desses dados, apesar de terminar com uma assinatura.

Incluir cláusula de consentimento (LGPD) e explicar a finalidade das perguntas de rapport.

Orçamento de alto valor sem descrição técnica

R\$ 8.940,00 anotados à mão, sem região tratada, procedimento ou material, no dia da consulta. O sistema de gestão da clínica é capaz de gerar um documento completo, como mostra o orçamento digital enviado no dia seguinte, mas essa versão só chega depois de o paciente relatar que perdeu a primeira e pedir de novo.

Emitir o orçamento formal, já disponível no sistema da clínica, no mesmo dia da consulta.

PRIORIDADE DAS AÇÕES

ROTEIRO E MENSAGEM	MATERIAL E PROCESSO	ESTRUTURA E SISTEMA
– Reconfigurar as boas-vindas do Instagram para usar o nome do lead. – Avançar o agendamento na mesma resposta quando o cliente já disser o que quer. – Confirmar explicitamente quando o cliente corrigir uma informação. – Reconhecer agradecimentos do paciente na conversa (por exemplo, um emoji de coração). – Cumprimentar o paciente pelo nome ao chegar, sem esperar que se identifique.	– Definir um prazo máximo de resposta no Instagram, abaixo de 1 hora em horário comercial. – Reposicionar o vídeo institucional para antes da confirmação do agendamento. – Criar respostas padrão para dúvidas e hesitações comuns. – Checar o contexto (viagem ou compromisso) antes de oferecer uma nova data. – Implementar um lembrete automático no dia da consulta.	– Registrar o histórico de cada paciente de forma que qualquer atendente retome a conversa sem pedir a mesma informação de novo. – Garantir continuidade de canal e de interlocutor por padrão, e não por esforço individual, à medida que o volume de atendimentos cresce. – Automatizar a régua de mensagens da jornada (confirmação, lembrete no dia, retomada pós-orçamento) em vez de depender de envio manual.

– Nunca verbalizar nome ou motivo de consulta ao alcance de terceiros. – Emitir o orçamento já em formato digital, pelo sistema que a clínica já usa, no mesmo dia da consulta, sem esperar o paciente pedir de novo. – Corrigir erros de digitação e padronizar a formatação dos textos usados no atendimento.	– Revisar a ficha de anamnese com cláusula de consentimento. – Criar um roteiro de objeções financeiras com alternativas concretas. – Usar a resposta de "medo de dentista" para oferecer conforto ou sedação. – Mencionar o portfólio mais amplo e a formação do responsável técnico no fechamento.	– Redesenhar a passagem entre a consulta clínica e o financeiro.
---	--	--

MINI-PLANO: REDESENHO DA PASSAGEM ENTRE A CONSULTA CLÍNICA E O FECHAMENTO FINANCEIRO

1. Mapear o que a etapa financeira deve comunicar de novo, em vez de repetir o que o médico já disse.
2. Adotar um modelo de orçamento padronizado com procedimento, material, valor e formas de pagamento.
3. Criar um roteiro de objeções financeiras com 2 ou 3 alternativas validadas clinicamente.
4. Treinar a equipe financeira no novo roteiro e modelo, com simulações de objeções.
5. Pilotar com um número limitado de pacientes, medir a conversão e ajustar antes de expandir.

SEÇÃO 07

MÉTRICAS DE SUCESSO PÓS-IMPLEMENTAÇÃO

INDICADOR	COMO MEDIR
Tempo médio de primeira resposta no Instagram e WhatsApp	Intervalo entre a mensagem do lead e a primeira resposta humana, comparado ao prazo definido.
Taxa de conversão do orçamento	Orçamentos apresentados versus fechados, antes e depois da mudança no modelo e no roteiro de objeções.
Comparecimento e remarcações de última hora	Taxa de faltas antes e depois da implementação do lembrete no dia da consulta.
Incidentes de exposição de dados na recepção	Auditoria periódica, por observação direta ou cliente oculto; meta de zero incidentes.
Percentual de fichas com consentimento assinado	Auditoria de uma amostra de fichas, antes e depois da revisão do modelo.

CONCLUSÃO

Este atendimento mostra uma clínica que já sabe fazer o que mais importa: a sala de imagem e a consulta com a Dra. Keiko Kiguti demonstram capacidade real de gerar confiança.

O que falta não é técnica nem vontade de bem atender, é reduzir o atrito nos pontos ainda conduzidos por roteiro fixo, com destaque para a passagem ao financeiro, que hoje entrega, no momento da decisão, menos lastro do que a própria clínica já tinha em mãos minutos antes.

Nenhum achado aqui aponta para conduta individual: o padrão se repete o suficiente ao longo dos oito dias observados para ser tratado como uma questão de estrutura de comunicação e de desenho da jornada, não de pessoas.

É nesse nível que as correções deste relatório se concentram: no roteiro que conduz cada ponto de contato, na régua de mensagens ao longo da jornada, e no material que o paciente leva consigo na hora de decidir.

Alinhar o atendimento humano que já funciona bem aos pontos ainda dependentes de roteiro, e comunicar o que hoje fica em silêncio sobre o portfólio da clínica, é o caminho mais direto para elevar essa experiência.

Estudo de cliente oculto conduzido pela Stoot Digital entre 03 e 11 de agosto de 2026, a pedido da própria agência, como exercício de avaliação de experiência do cliente aplicado à Neue Klinik.