

**E N I A X**

Manifesto da empresa

# A Nossa Missão

A **ENIAX** é a forma como os prestadores de cuidados de saúde de todo o mundo comunicam com os seus pacientes.

Hoje em dia, toda a comunicação dos prestadores de cuidados de saúde com os seus pacientes, desde o pedido de confirmação de uma consulta até ao e-mail sobre o «mês do coração», **é intrusiva e trata os pacientes como potenciais clientes.**

Na **ENIAX**, queremos criar uma cultura de comunicação que trate os pacientes como *peçoas*.

Uma *boa experiência* promove uma saúde melhor e faz com que os pacientes se tornem clientes fiéis.

A experiência que proporcionamos aos nossos clientes, aos seus médicos e aos seus pacientes é o que *nos define* enquanto empresa.

A nossa missão é *garantir* um atendimento que crie *relações duradouras*: que reconheça os clientes como pessoas com *desejos e necessidades próprias e que nunca os abandone* até lhes proporcionar uma solução.

Este **Manifesto** é o guia que orienta os valores da nossa empresa e define como deve ser o nosso trabalho.

# 1. Somos **extraordinários.**

Para termos sucesso, as nossas ideias e produtos têm de ser divulgados. Isso não vai acontecer a menos que o *nosso trabalho seja extraordinário.*

A única forma de competir é fazendo a nós próprios a mesma pergunta todos os dias:

” Como podemos melhorar isto em *10 vezes*? ”

## 2. **As mensagens vêm primeiro.**

As mensagens que enviamos são tudo.

São muito mais importantes do que qualquer produto ou serviço.

É por isso que nos concentramos nas *palavras e no tom que usamos.*

O mais importante é que cada mensagem que enviarmos — cada uma delas — *deve ser autêntica e pessoal.*

### 3. A **tecnologia** vem depois.

Adoramos a tecnologia e acreditamos firmemente que a tecnologia *avançada* é a nossa vantagem competitiva.

Para criar tecnologia mais avançada, *ouvimos, compreendemos e aprendemos* todos os dias, com rapidez e entusiasmo.

Mas, enquanto todas as mensagens que enviamos aos pacientes não forem perfeitas, não pensamos na tecnologia, *pensamos no serviço que estamos a prestar.*

**Se tivermos mensagens medíocres  
com aplicações medíocres, vamos  
ficar sem trabalho.**

## 4. Transmitimos **empatia.**

Escrevemos para as pessoas, falamos com as pessoas e criamos ferramentas para as pessoas.

Comunicamos com clareza e empatia, e usamos *palavras positivas.*

*Não usamos gírias*, usamos uma linguagem que todos, tanto jovens como mais velhos, compreendam.

## 5. Somos **simpáticos.**

Hoje em dia, as pessoas aprenderam a ignorar mensagens que parecem ser apenas marketing.

As nossas mensagens têm de parecer *sempre que vêm de um amigo.*

Ninguém gosta de receber ordens.

As mensagens devem ser amigáveis e naturais, *nunca intrusivas.*

As pessoas sabem distinguir mensagens «automáticas» e e-mails de marketing.

A melhor forma de nos personalizarmos é *sermos humanos*.

## 6. Somos concretos.

Os seres humanos precisam de *orientação*.

Não nos esqueçamos de que estamos a falar com doentes, pessoas que estão a passar por algum problema de saúde numa situação vulnerável.

É por isso que as nossas mensagens têm de ser claras e específicas.

Temos de dizer aos doentes exatamente para *onde devem ir e o que devem fazer.*

## 7. **A confiança é tudo.**

*Nunca* podemos perder a confiança dos nossos pacientes nem dos nossos clientes.

Isso significa comunicar o que é bom e *não omitir o que é mau.*

Devemos sempre propor uma solução e, quando necessário, pedir desculpa.

O maior valor que podemos oferecer a um cliente é mantê-lo sempre informado, especialmente se tivermos más notícias ou não conseguirmos cumprir um compromisso.

## 8. Impulsionado pelos **clientes** e não por opiniões.

Fazemos as coisas *para os clientes e não para nós.*

Os vossos comentários são importantes, mesmo que sejam algo que nos resulte um pouco difícil de ouvir ou compreender.

Confiamos mais na experiência comprovada do que nas nossas próprias opiniões e convicções. Damos *mais importância ao feedback dos clientes* do que aos dados.

O feedback dos clientes é o que mais *influencia* o que vamos desenvolver e aquilo a que vamos *dar prioridade*.

Os *dados são fundamentais*, mas representam um olhar para o passado. Não podemos liderar apenas com base nos dados.

As nossas *opiniões* são importantes, mas não podemos tomar decisões baseando-nos apenas nas nossas convicções.

1. Feedback do cliente.
2. Dados.
3. A nossa opinião.

## 9. **Adaptar-se e reiterar.**

O nosso valor é a capacidade de nos *adaptarmos* e de nos reajustarmos, de sermos flexíveis e não rígidos.

Nunca nos preocupemos em seguir planos ao ponto de perder *oportunidades*.

Mas nunca sacrificamos o que é *importante* para resolver o que é urgente.

O nosso foco é resolver o problema do cliente.  
O objetivo não é apenas registrar o pedido, mas sim *compreender* o problema.

As pessoas não querem uma broca,  
querem o buraco na parede.  
Nós vendemos buracos, não brocas.

## 10. **Tudo é marketing.**

O marketing não se resume apenas ao nosso logótipo, site ou brochura.

O marketing não se limita a atrair potenciais clientes e a fechar a venda.

O marketing tem a ver com a *experiência* dos pacientes, o design dos nossos *relatórios*, a usabilidade do nosso *produto* e a *satisfação* dos nossos clientes.

O marketing é a forma como *agimos* e os produtos que desenvolvemos.

**Todos** nós na **ENIAX** somos **responsáveis** pelo marketing.

**Tudo na ENIAX é marketing.**

**E N I A X**

 [eniacare](https://eniacare.com)