



Si hay algo que caracteriza esta era moderna, es la rapidez. Cada vez más, las personas esperan recibir un servicio y una atención más ágil, desencadenando una alta competencia entre las organizaciones que deben responder a esos tiempos y además de manera tal que en la experiencia sea excepcional. Aquellas que no logran cumplir con esta premisa básica de servicio, no solo incumplen su promesa misional, sino que también corren el riesgo de dañar la reputación de la marca, puesto que las opiniones negativas generadas por experiencias insatisfactorias pueden tener un impacto devastador en la percepción del público sobre la marca. Ante este desafío, resulta crucial que las organizaciones tomen decisiones informadas y bien fundamentadas en el momento adecuado, como una estrategia fundamental para sobresalir en este entorno competitivo y en constante evolución.

Tal es el caso de una clínica reconocida en la región por su experiencia y calidad en la prestación de servicios médicos de urgencia, consulta externa, hospitalización y ayudas diagnósticas que lleva 72 años al servicio de la comunidad y que solo en el primer trimestre del 2024 atendió a más de 20.000 pacientes. Esta institución de salud presentaba 3 desafíos principales:

1. Dificultad para conocer en tiempo real la experiencia de sus pacientes y sus familias: La medición de la satisfacción se realizaba a través de encuestas manuales, lo que aumentaba la carga operativa del personal responsable y provocaba retrasos en el procesamiento de la información. Los resultados tardaban hasta tres meses en estar disponibles después de la medición. Lo cual claramente imposibilitaba tomar decisiones informadas.
2. Dificultad para generar análisis y seguimiento: La metodología de recopilación de información no permitía generar un análisis y seguimiento efectivos de mejoras. Esto resultaba en numerosos vacíos de información por explorar para abordar las causas subyacentes de la insatisfacción.
3. Falta de credibilidad en las métricas: A pesar de contar con un mecanismo para conocer la experiencia del paciente, este no solo carecía de eficiencia, sino que tampoco cumplía con las tasas mínimas de muestreo necesarias para garantizar la suficiencia estadística de los datos.





Para abordar estos desafíos y poder brindar un entorno seguro y oportuno para la toma de decisiones, se propuso implementar una metodología evolutiva respaldada por las funcionalidades de Opinat (Solución SaaS).

Inicialmente, se estableció una estrategia sólida de escucha del paciente, que permitió conocer el estado actual de la organización en cuanto a la importancia de la experiencia del paciente para la toma de decisiones, la mejora continua, la generación de recomendaciones y la retención. Así mismo, se logró identificar la forma en como escuchaban al paciente y qué aspectos impactaban la experiencia actual del paciente. Una vez diagnosticado, se estableció un nuevo diseño de escucha, el cual se parametrizó en Opinat, definiendo la arquitectura y el diseño de la escucha (momentos críticos, cuestionarios, canales de comunicación, activadores, etc.), y se comenzaron a realizar las primeras encuestas digitales y automáticas a los pacientes.

Una vez lanzadas las campañas de escucha, se empezaron a recibir en tiempo real, las verbalizaciones de los pacientes, las cuales se pudieron ver en cuadros de control actualizados y completamente personalizados según el área de gestión, proceso y función.

Hasta este momento, se ha llevado a cabo el 30% de ejecución del proyecto y ya se ha logrado cumplir y superar los 3 principales desafíos de la institución:

1. Se logró cambiar de una medición manual a una automática, determinada por gatillos en cada momento de verdad y parametrizado vía Web Services. Se pasó de tener 14 encuestas manuales, a 6 encuestas digitales automatizadas.
2. Se crearon tableros de control automatizados y personalizados que permitió pasar de 3 meses a 1 hora para ver resultados y análisis de las mediciones.
3. Se pasó de tener un volumen promedio de respuestas mensual de 960 en 2023 a tener en 1430 en el primer mes de medición de 2024.

Como retos a seguir, se encuentra el llevar al interior de la institución, de manera viva y activa, la voz del paciente, esto es, tomar acciones a partir de los análisis que hoy día se tienen, por medio de Opinat, procederemos a la parametrización de alertas inmediatas cuando se identifique un cliente insatisfecho, se asignaran responsables para abordar la situación y se dará seguimiento a las acciones tomadas, con el fin de recuperar el servicio y en última instancia, una vez se el proceso sea recorrido en todas las fases metodológicas, la voz del paciente debe verse integrada dentro de la institución de manera sistemática.

En Opinat, nuestra propuesta de valor se focaliza en consultoría especializada, Opinat como SaaS, centro de escucha, análisis sectoriales y capacitaciones en Customer Experience, siendo la primera empresa enfocada en metodología NPS certificada por Amazon Web Services. Hacemos parte de la red pública de AWS, la cual cuenta con más de 100.000 Socios en 150 países diferentes. Al ser Partner de AWS (APN) y contar con el requisito de revisión de fundamentos técnicos AWS (FTR), garantizamos la implementación de las mejores prácticas de AWS (Well-Architected) recomendadas para construir cargas de trabajo seguras, confiables y de alto rendimiento de cara a la consecución de objetivos con cada uno de nuestros clientes.

Nuestra experiencia de más de 15 años, en industrias B2B y B2C en entornos de cadena de valor y modelos comerciales diversos, tales como empresas del sector Salud, Funerarios, Financiero, Seguros, Construcción, Turismo, junto con las mejores prácticas empresariales, la metodología de CX que ha venido evolucionando y la experiencia de los CEOS más relevantes de LATAM, son la base de nuestro conocimiento que compartimos con todos nuestros aliados/clientes.

Haz clic aquí y síguenos:



Trabajamos en todo LATAM y Europa.
Las imágenes de apoyo visual han sido diseñadas usando imágenes de Freepik.

**Sin clientes
satisfechos no hay
negocio.**

