

Transformación centrada en el paciente: Un caso de éxito en el aseguramiento voluntario de la salud.

Hoy día, mucho se habla del constante cambio que vive el mundo, de los grandes retos de las organizaciones para adaptarse a ellos y de las muchas formas de innovar y transformarse. Pero ¿a qué se debe todo esto? no es más que a las necesidades, deseos y expectativas de las personas. Ya no basta con tener tecnología de vanguardia, una ubicación estratégica o una sólida estrategia de marketing... Hoy día, es indispensable tener al cliente en el centro de la organización, conocer sus gustos, deseos y expectativas, hasta llegar a un punto en donde se construye una relación basada en confianza, satisfacción y atención, llena de múltiples experiencias memorables.

Lograr esto, no solo genera que las personas (clientes, pacientes, afiliados...) se sientan escuchados y hablen positivamente de la marca, sino que también fomentan la recomendación y la recompra, lo que se traduce en una mejora rentable y sostenible para toda organización. Pero entonces, ¿cómo lograr colocar al cliente en el centro de la organización? ¿Cómo saber qué quiere realmente? Y, sobre todo, ¿Qué acciones, cambios o mejoras deben implementarse internamente para lograrlo? Es aquí, donde Opinat se presenta como una solución tecnológica, consultiva y formativa, que, en calidad de aliado estratégico, ayuda a las organizaciones a dar respuestas a estos interrogantes.

Si bien la importancia de la experiencia del cliente es relevante en todos los sectores industriales, en este caso particular, nos enfocaremos en una compañía del sector salud con más de 50 años dedicada al aseguramiento voluntario en salud que ofrece un modelo integral de cuidado y atención, hace parte de un holding de empresas líderes en la región y cuenta con un volumen de 250.000 usuarios afiliados a corte de inicios del 2024. Posterior a la Pandemia del Covid-19, esta compañía, presentó el desafío de establecer una nueva gerencia nacional enfocada en la experiencia del cliente, situar al cliente en el centro de su organización y crear un modelo de servicio que garantizara una experiencia diferenciada. Este modelo debía impulsar la satisfacción, retención y recomendación de los pacientes actuales, al tiempo que atraía a nuevos. El gran desafío era transformar la manera en que la empresa se relacionaba con sus clientes, brindando una escucha más efectiva y proactiva y en tiempo real.

Para abordar este desafío, se propuso implementar una metodología evolutiva de 4 pilares, llevada a cabo por las funcionalidades de Opinat (Solución SaaS), bajo el modelo de implementación del NPS como sistema. Básicamente consistió en:

1

Establecer una estrategia sólida de escucha del paciente:

Se realizó un diagnóstico exhaustivo del 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. Además, se evaluó cómo se estaba escuchando al paciente en la actualidad y qué aspectos impactaban en la monetización desde el punto de vista de la experiencia del cliente (CX). Una vez diagnosticado, se estableció una línea base que 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 a los pacientes.



2

Escuchar activamente y en tiempo real:

Mediante Opinat, se accedió a la retroalimentación del paciente en tiempo real, tanto en forma detallada como a través de paneles de control completamente personalizados según el área de gestión, proceso, función o persona a la que se entregaban los resultados. Además, esta retroalimentación se llevaba de manera sistemática a los diferentes foros internos de la organización para identificar los principales problemas del paciente, actuar de manera inmediata y mejorar con el tiempo en cada uno de estos aspectos.

3

Recuperar y accionar de manera ágil:

La información no solo llegaba en tiempo real, sino que también permitía actuar casi de inmediato. Opinat facilitó la generación de notificaciones/alertas ante los motivos críticos de detracción, lo que posibilitó una acción inmediata para recuperar la experiencia del paciente y tomar acciones en pro de mejorar continuamente. Asimismo, Opinat permitió responder automáticamente a ciertos problemas y dio la posibilidad de poder documentar toda la gestión realizada en cada caso.

4

Transformar, innovar y mejorar continuamente a partir de la voz del paciente:

Con todo el proceso recorrido, la voz del paciente se fue integrando de manera sistemática dentro de la organización para impulsar mejoras continuas.

Una vez implementado el modelo utilizando la solución de Opinat, junto con consultoría y capacitación. Se logró establecer un sistema efectivo para escuchar a los pacientes, recibir alertas para la atención inmediata, integrar la voz del paciente en toda la organización y analizarla en todas sus dimensiones.

Como parte de la mejora obtenida, se puede ver como el indicador de NPS (Net Promoter Score) Relacional, el cual mide la lealtad y recomendación del cliente con la marca, estaba a inicios del 2023 en 45 y una vez implementados el proceso de escucha, recuperación y acción a partir de los comentarios obtenidos, se logró mejorar a un NPS de 53 para finales del mismo año, el cual se muestra en aumento a lo largo del primer trimestre de 2024, con un NPS de 60 para el mes de marzo. Esto no solo evidencia que hubo un incremento en la proporción de clientes que están dispuestos a recomendar la compañía a otras personas, sino que también, evidencia el éxito de los diversos planes de acción implementados como mejora en la calidad del servicio a partir de la escucha activa y en tiempo real de los pacientes por medio de Opinat.

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.**

