

Curso de marketing para especialistas en salud.

Módulo 3. Parte 1/3



Gestión de negocio

1. Procesos y gestiones de la consulta

1.1 Canales para reservar cita

1.2 Cómo afecta el ausentismo a las ganancias de la consulta



Gestión de negocio

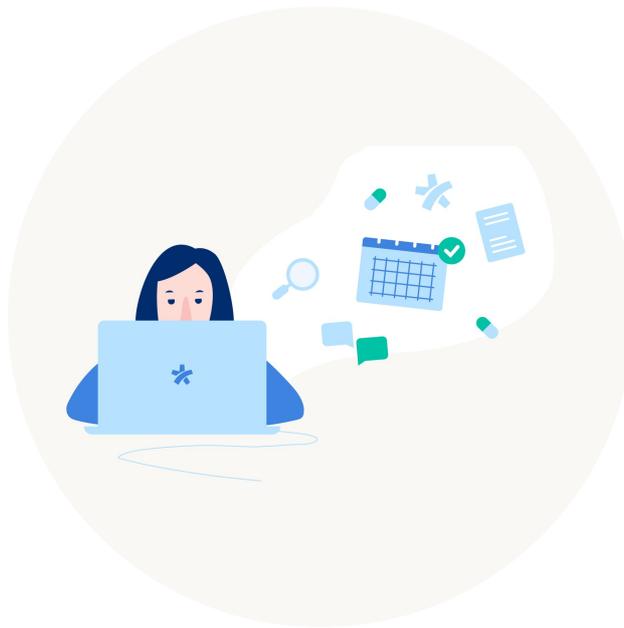
¿A qué nos referimos cuando hablamos sobre la gestión del negocio? Pues básicamente, a todas aquellas acciones de planificación, dirección y control que podemos llevar a cabo para optimizar los beneficios y resultados de la consulta médica.

Durante este módulo, conoceremos:

- Los canales más demandados para que los pacientes puedan reservar cita a través de Internet.
- Cómo afecta el ausentismo a las consultas médicas.
- Cómo podemos reducir el absentismo para generar más beneficios.
- Formas de optimizar el trabajo de nuestro equipo médico.

La gestión de negocio hace referencia a la planificación, dirección y control para optimizar los resultados de la consulta.

1. Procesos y gestiones de la consulta

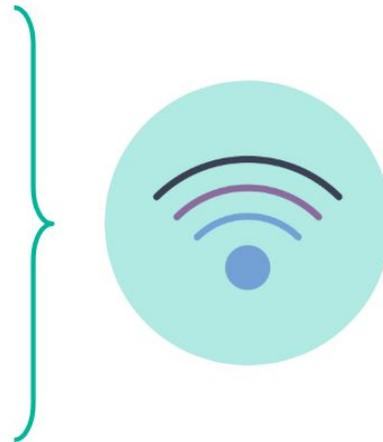


1.1 Canales para reservar cita

Para decidir qué canales vamos a ofrecer a los pacientes para reservar cita en nuestra consulta, vamos a hacer el ejercicio de pensar cómo realizamos las gestiones del día a día. Por ejemplo, si tenemos que renovar el pasaporte... pedimos cita por Internet. Lo mismo ocurre a la hora de reservar un hotel, ¿cuánto hace que no llama a un hotel para reservar habitación? ¿Y para alquilar un coche? Este tipo de gestiones han pasado a realizarse a través de Internet.

Incluso el hecho de coger un taxi. Aunque salir a la calle y levantar la mano es sencillo y efectivo, las nuevas generaciones prefieren reservar un taxi a través de una aplicación móvil. Aunque parezca una locura, es algo muy frecuente y, de hecho, es una tendencia creciente en los últimos años.

- Renovar pasaporte
- Reservar un hotel
- Alquilar un coche
- Pedir un taxi
- Comprar tickets para un evento
- Hacer la compra



A Hoy en día queremos todo “ya” y con el mínimo esfuerzo. ¿Para qué ir al supermercado si podemos pedir la compra por Internet y que nos lo traigan a casa? ¿Para qué hacer cola en las taquillas del cine si podemos comprar entradas online 5 minutos antes de la sesión?

Ante todas estas situaciones, se evidencia una necesidad en su negocio: que es ofrecer a sus pacientes la opción de reservar cita online.

En un estudio realizado a los usuarios de Doctoralia, el 91% afirmó que el teléfono era un dato indispensable que espera encontrar en el perfil del especialista. Sin embargo, en los últimos años el número de minutos realizados a través de llamadas desde teléfonos fijos y móviles ha disminuido considerablemente. Y es que **las nuevas generaciones son cada vez menos partidarias del uso tradicional del móvil.** Actualmente los smartphones nos ayudan a estar constantemente conectados a Internet y a realizar **gestiones cotidianas con un solo clic, sin necesidad de hacer llamadas ni adaptarse a los horarios comerciales.**

Por tanto, es importante ofrecer **cuantos más canales de contacto mejor con tal de cubrir las necesidades de todos los tipos de paciente**. Por ejemplo:



Teléfono de
contacto



Email o
formulario



Reserva de cita
online

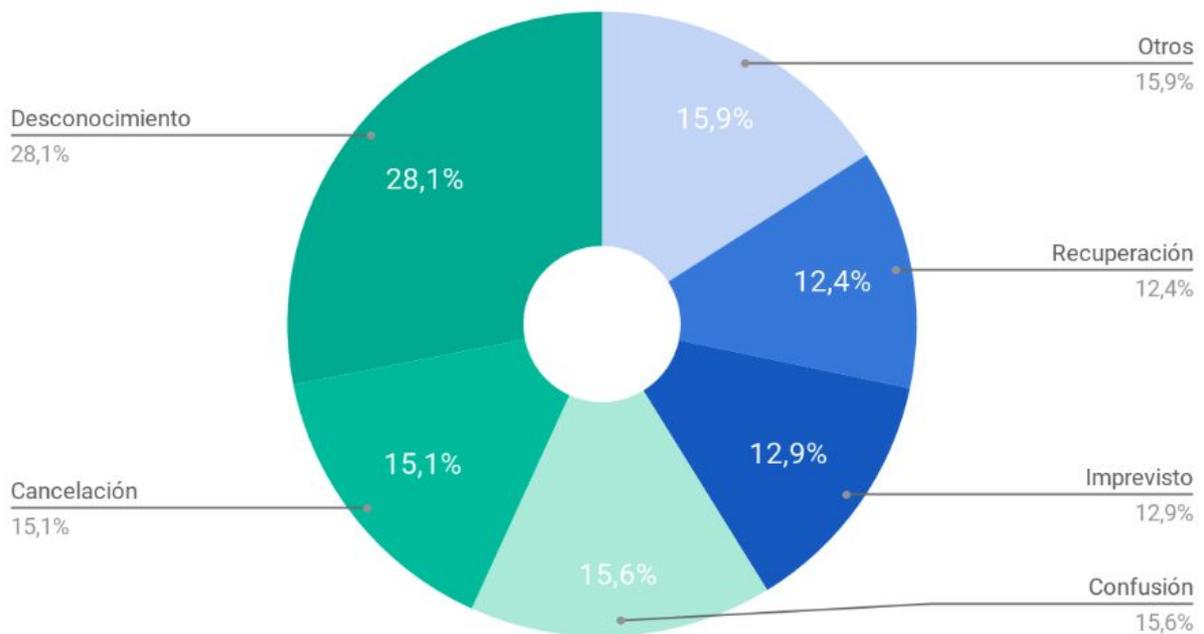
Estos son, actualmente, los tres canales indispensables que debería ofrecer a los usuarios para concertar cita en su consulta. De hecho, es una buena práctica ofrecer el máximo de canales para abarcar las necesidades de todos los usuarios que puedan llegar a su página web, a su perfil de Doctoralia o a sus redes sociales. Si dispone de todos estos medios online, mantenerlos interconectados también ayudará a que los usuarios tengan una mejor experiencia online, algo de lo que hablaremos más adelante.

1.2 Cómo afecta el ausentismo a las ganancias de la consulta

El absentismo en la consulta médica es uno de los principales problemas que hay actualmente y que repercute directamente, y de forma negativa, en la gestión y la economía de las consultas y centros de salud.

Cuando un paciente no se presenta a una visita médica, esto no solo influye negativamente en cuanto al coste de la visita que no se ha llegado a realizar sino que, además, implica una gran cantidad de recursos inadecuadamente utilizados.

Un [estudio](#) realizado por la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia concluyó que las causas más comunes del absentismo son:



Otros estudios también demuestran que **la población menor de 35 años es la que tiene una tasa más alta de ausentismo**. ¿Y cuál es el motivo? Bueno, si nos fijamos en el perfil del paciente 3.0 del que hemos hablado a lo largo de este curso online, vemos que se trata de un tipo de paciente joven, que acude al médico con menos frecuencia, y que no suelen planificar con demasiada antelación sus visitas al médico.

Por todo ello, vemos que el paciente 3.0 encaja con los motivos más comunes de ausentismo que veíamos antes. La poca costumbre de acudir al especialista provoca olvidos y absentismo. Otro aspecto a tener en cuenta sobre el Paciente 3.0 es que Internet es su hábitat natural y que, por tanto, prefieren comunicarse a través de esa vía que mediante otros canales como el teléfono.

Por este motivo, si nos fijamos, la mayor parte de los motivos que indican los absentistas, nos daremos cuenta de que son evitables gracias al uso de tecnologías y sistemas de gestión que dispongan de recordatorios de cita o nuevas formas de comunicación con los pacientes, un tema que abordaremos en el próximo tema.



< 35 años = **mayor tasa ausentismo**

Perfil del Paciente 3.0

- Mujer de 24 a 34 años
- Poca costumbre de acudir al especialista
- Conciertan cita con antelación de 1 a 5 días

Otros canales para especialistas:



Si quiere contactar con nosotros, escríbanos a
marketing@doctoralia.com