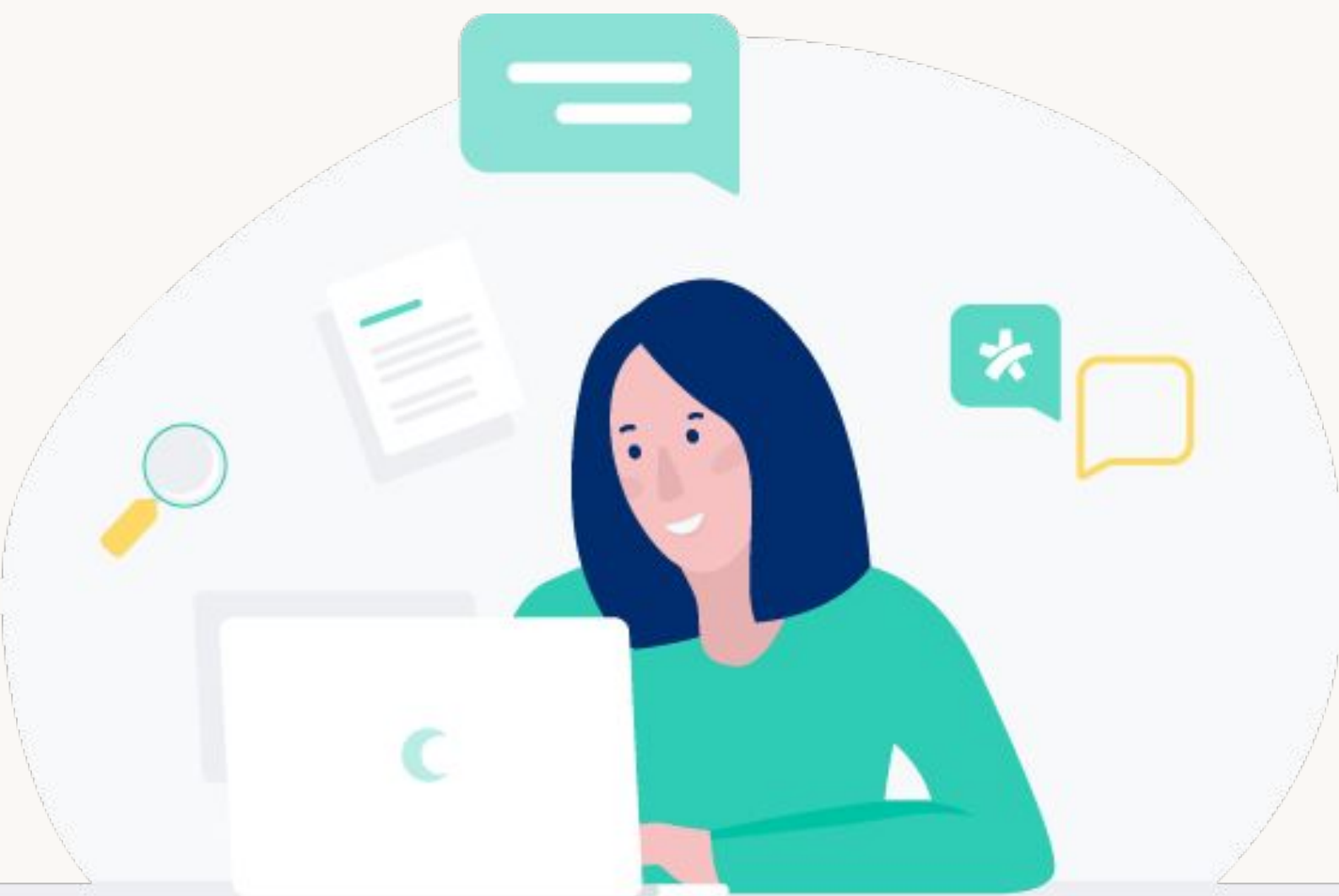


L'Esperienza del Paziente

Cosa è la patient experience e i 10 passi per soddisfare le aspettative del paziente 3.0



Indice

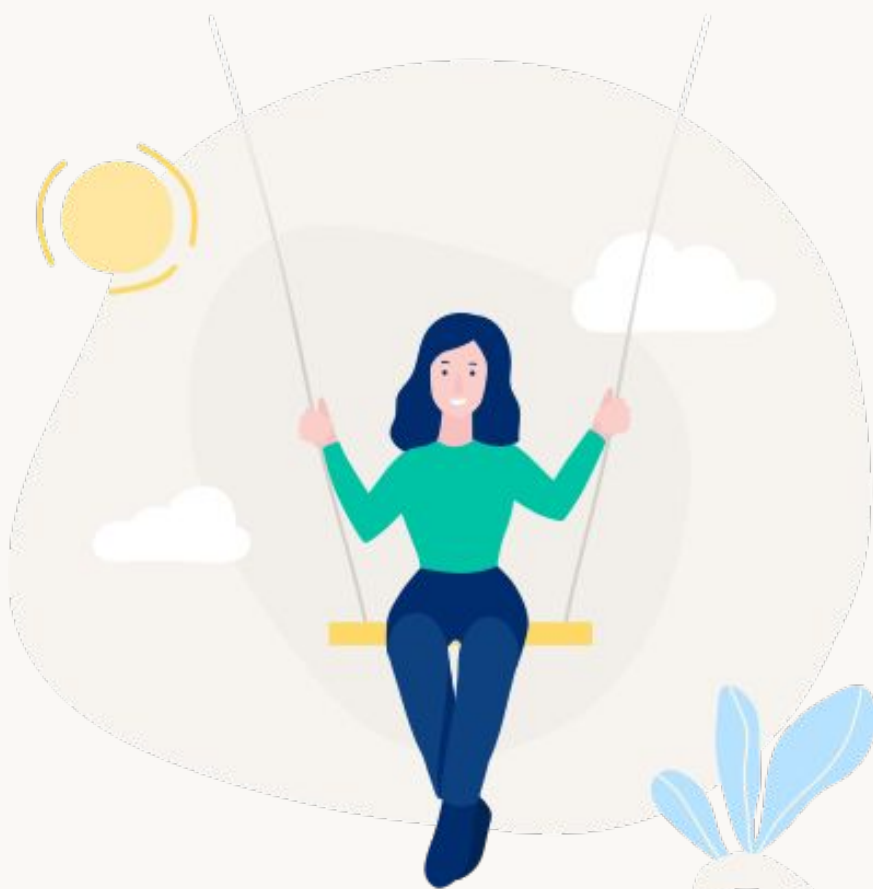
03 Introduzione:
verso una
buona *patient
experience*

05 Cosa è la *patient
experience*?

08 Il paziente 3.0: una
nuova
generazione di
pazienti

10 10 azioni per
migliorare la *patient
experience*

20 *Patient experience*:
verso un futuro
sempre più
presente

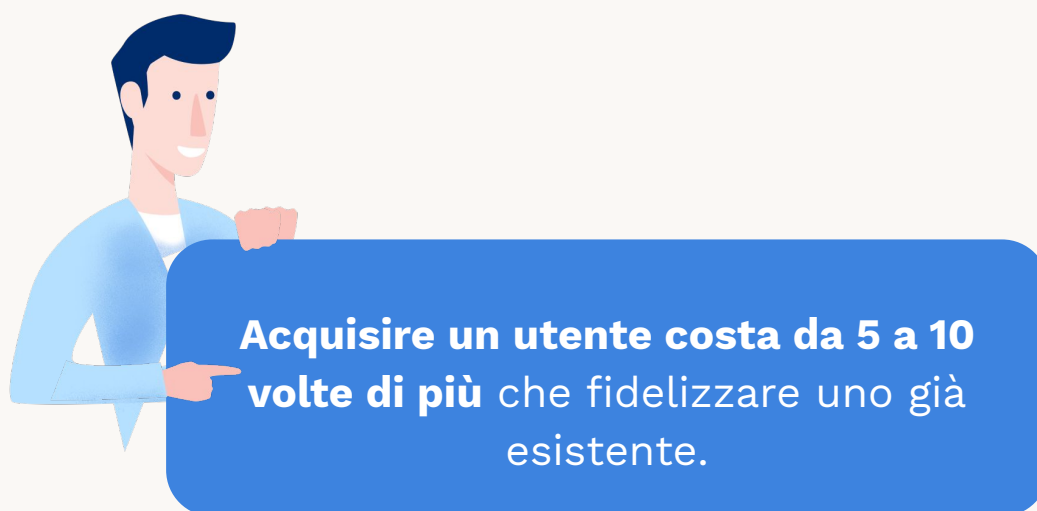


Introduzione

Verso una buona *patient experience*

Nessun centro medico desidera che la prima visita di un paziente sia anche l'ultima. Per questo motivo, **fidelizzare i pazienti** dovrebbe essere uno dei principali obiettivi della tua struttura affinché sia un business vincente sul lungo periodo.

La ragione è semplice: fidelizzare un paziente è molto **più economico, redditizio ed efficace** che acquisirne uno nuovo. Infatti, secondo uno studio prodotto dalla società di consulenza [Bain & Company](#), **attrarre un nuovo utente costa dalle 5 alle 10 volte di più che fidelizzare uno già esistente.**



Detto questo, perché allora non investire il tempo e le risorse per fornire ai pazienti una migliore esperienza in modo che scelgano di nuovo il tuo centro come punto di riferimento?

La nuova generazione di pazienti è sempre più esigente e incline a cambiare centro medico se sente di non aver ricevuto una buona esperienza, soprattutto a causa della difficoltà di prenotare appuntamento, il tempo di attesa eccessivo o la qualità dell'assistenza ricevuta.

La buona notizia è che, rispetto ad altre aree, **nel settore della sanità è molto più facile fidelizzare gli utenti**, perché mentre una persona può fare la spesa in diversi supermercati, è più difficile che cambi specialista così spesso.

È per questo che sempre più centri medici decidono di implementare strumenti e strategie che consentano loro di migliorare il grado di soddisfazione dei pazienti.

E anche se non esiste una formula magica per fidelizzare i pazienti, esistono alcune *best practices* che possono aiutarti a offrire loro la migliore esperienza: in modo che, quando necessario, torneranno nel tuo centro e, per di più, ne diventeranno i migliori *promotori* consigliandolo ad amici, familiari e alle migliaia di utenti online alla ricerca dei servizi offerti dal tuo centro.

In queste pagine ti mostreremo tutto quello che devi sapere per migliorare l'esperienza dei tuoi pazienti: una serie di buone pratiche che puoi implementare da subito e che segneranno una svolta nella crescita del tuo centro medico.

1. Che cos'è la *patient experience*?

Da alcuni anni, offrire una buona esperienza ai pazienti è diventato un fattore essenziale per rendere redditizio un centro medico a breve, medio e lungo termine. Per questo è importante, prima di tutto, **definire cosa intendiamo** quando parliamo di esperienza del paziente.

Per riassumere, l'esperienza del paziente - *patient experience* - è il **miglior indicatore della qualità del servizio che offri** nella tua clinica.

Si tratta di un concetto che si riferisce a tutte le interazioni che si verificano tra il paziente e il centro medico e si basa su quegli aspetti che i pazienti valutano maggiormente quando ricercano e ricevono assistenza sanitaria, come ad esempio i tempi di attesa, l'accesso all'informazione e una buona comunicazione con i fornitori di assistenza sanitaria.

Secondo la [AHRO](#), la *patient experience* consiste in:

“*Ascoltare le esigenze profonde dei pazienti e trasformare insieme a loro il contesto sanitario per ottenere risultati in termini di salute e benessere misurabili scientificamente.*”

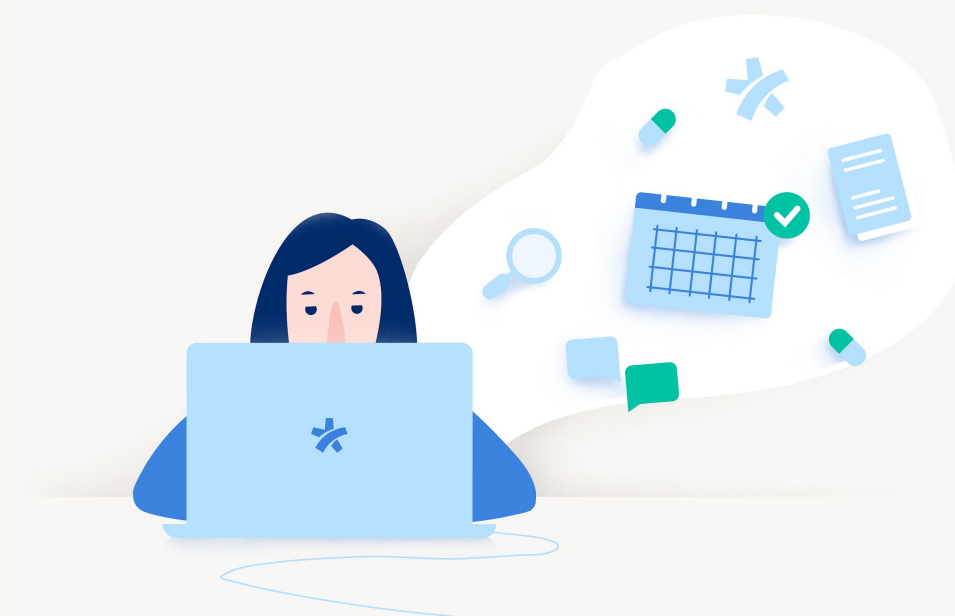
In altre parole, si tratta di parlare la lingua del paziente, di cercare soluzioni pratiche ai problemi che si presentano e di adattarsi in termini di attenzione alle sue esigenze.

Soddisfazione del paziente vs. esperienza del paziente.

In molte occasioni, tendiamo ad utilizzare "soddisfazione del paziente" e "esperienza del paziente" allo stesso scopo. Mentre entrambi i concetti sono fondamentali per il buon funzionamento del centro medico, confonderli è un errore che può portare a non raggiungere i risultati che desideri per la tua clinica.

A differenza della soddisfazione del paziente, incentrata soprattutto sull'analisi, mediante indagini o valutazioni del grado di benessere dei pazienti dopo essere stati curati nel tuo centro, l'esperienza del paziente va oltre e copre **tutte le interazioni che un paziente ha con il sistema sanitario**. Questa, inoltre, raccoglie anche tutti gli aspetti che gli utenti più apprezzano quando cercano assistenza medica: facile accesso alle informazioni, funzionalità che li aiutano a snellire le procedure, come la prenotazione online di appuntamento, o evitare di aspettare in consultazione.

Potremmo quindi dire che la soddisfazione del paziente è solo un ramo di tutto ciò che l'esperienza del paziente comporta.



Perché l'esperienza del paziente dovrebbe essere **una priorità** nel tuo centro?

Lo dicevamo all'inizio di questa guida: fidelizzare un paziente è molto più economico che acquisirne uno nuovo. Quindi, Concentrarsi sul miglioramento dell'esperienza del paziente ti permetterà di offrire loro un servizio migliore, di ottenere una **migliore sostenibilità finanziaria**, di migliorare la reputazione del centro e di fidelizzare sia i pazienti che i loro amici e parenti.

A tal fine, è importante sapere che esiste una nuova generazione di pazienti conosciuta come **Paziente 3.0** che si caratterizza per la forte presenza su Internet e per l'utilizzo di piattaforme specializzate per cercare informazioni sulla salute e trovare uno specialista online.

2. Il Paziente 3.0

Una nuova generazione di pazienti

Possiamo definire il paziente 3.0 come una persona che utilizza Internet in modo costante, cerca informazioni di qualità su specialisti e servizi medici, prenota visite mediche tramite piattaforme online e partecipa a discussioni e conversazioni sulla salute su Internet, attraverso blog, forum, siti web specializzati o social network.

In MioDottore abbiamo analizzato il comportamento di questa nuova generazione di pazienti, e questo ci ha permesso di stabilire il **profilo più comune** del Paziente 3.0 secondo i dati che ti mostriamo qui di seguito:

Il profilo del nuovo “paziente digitale”



Profilo del Paziente 3.0



Donna tra i 25 e i 34 anni con un'attività lavorativa



Utilizza Internet abitualmente



Prenota una visita con un anticipo da 1 a 5 giorni



Si fida delle raccomandazioni altrui



Recensisce la visita in maniera positiva



Non le piace aspettare.



Si aspetta una comunicazione efficace dal centro



Cerca per lo più, ginecologi, psicologi e chirurghi

10 azioni per migliorare l'esperienza dei pazienti

1. Avere un rapporto aperto e comunicativo con i pazienti

Avere una buona comunicazione con i pazienti è il primo passo per offrire loro un'esperienza eccellente, perché in questo modo saranno molto più predisposti a tornare in clinica in futuro.

I pazienti meritano di essere trattati in maniera cordiale e affabile, che ci si rivolga a loro per nome, che siano ascoltati senza interruzioni e che siano loro fornite informazioni chiare, pertinenti e comprensibili.

Assicurati che il personale della tua clinica sia aperto, che comunichi con i pazienti, **che si interessi a loro, che trasmetta sicurezza** e che spieghi tutte le procedure nel miglior modo possibile. Tutto questo aggiunge valore all'esperienza del paziente.



2. Rendere la sala d'attesa un posto gradevole e accogliente

Spesso i pazienti trascorrono più tempo in sala d'attesa che in visita. Ecco perché è importante rendere questo spazio piacevole e confortevole.

Oltre ad un arredamento adeguato con un design ergonomico, comodi sedili e colori che trasmettono calma e pace, si può anche scegliere di incorporare alcune prestazioni che saranno ben valutate dai pazienti, come l'abilitazione di una rete wi-fi in modo da poter navigare gratuitamente, uno spazio giochi per bambini e prevedere l'installazione di una macchina dove poter bere acqua, una bibita o un caffè.



Le piante sono un altro elemento che aiuta a rendere l'ambiente della sala d'attesa più disteso e allo stesso tempo migliorare la qualità dell'aria; oltre a una selezione musicale strumentale o d'ambiente. Studi dimostrano che questo tipo di musica, oltre a rendere più piacevole l'attesa del paziente, aiuta a ridurre lo stress e l'ansia.

3. Offrire un kit di benvenuto per i pazienti

Sono i dettagli a fare la differenza per i pazienti, per il tuo staff e per la tua clinica. Se offri un piccolo dono ai tuoi pazienti dopo una delle loro visite, trasmetterai loro interesse e questo li farà sentire più apprezzati.

Ad esempio, se il tuo è un centro odontoiatrico, puoi disporre un kit di benvenuto per i pazienti che si recano per la prima volta alla clinica che includa spazzolino, dentifricio e filo interdentale; o se hai una clinica pediatria puoi regalare ai più piccoli un gioco utile ed educativo come semi di fiori da piantare a casa o un libro da colorare.

Un'ottima idea per premiare i pazienti abituali è con uno sconto sulla prossima visita o con una promozione esclusiva. Per comunicare queste iniziative, grazie al gestionale per Centri Medici di MioDottore puoi inviare [campagne via email o SMS](#) con cui informi i pazienti sugli sconti esclusivi, sulle ultime novità del centro o promemoria sulla salute.



4. Consentire ai pazienti di prenotare una visita via Internet

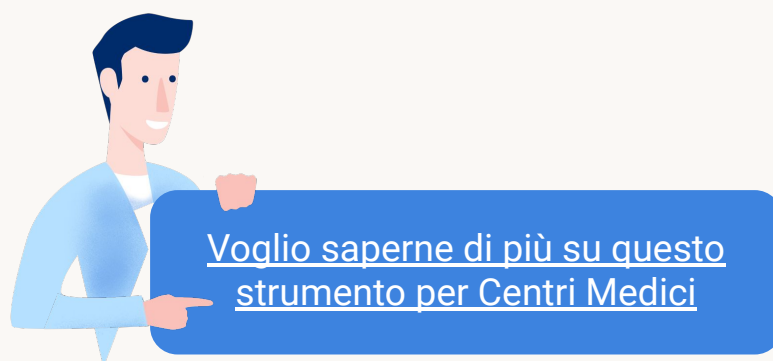
1 paziente su 3 prenota appuntamento via Internet. Si stanno esaurendo i tempi in cui il paziente telefona per prenotare un appuntamento o si recava fisicamente alla clinica.

La verità è che la tecnologia ha la capacità di rispondere alla maggior parte delle sfide che quotidianamente deve affrontare una struttura sanitaria che investendo nell'implementazione della giusta tecnologia potrà ottenere grandi benefici.

Grazie al web, i pazienti possono e pretendono di prenotare un appuntamento con uno specialista da qualsiasi dispositivo mobile indipendentemente dall'ora e dal luogo.



Grazie al gestionale di MioDottore, un paziente può prenotare una visita 24 ore al giorno solamente inserendo le sue preferenze e verificando la disponibilità di ogni specialista. Non importa se si trova sul posto di lavoro o sul divano di casa: bastano pochi click, inserire le preferenze, confrontare la disponibilità e confermare l'appuntamento.



Dopo che il paziente ha prenotato un appuntamento online, il software di MioDottore aggiorna automaticamente il calendario dello specialista scelto,, evitando sovrapposizione di appuntamenti e la gestione che comporta l'aggiunta di una nuova visita a mano.

5. Inviare promemoria ai tuoi pazienti

Una volta che il paziente prenota un appuntamento online con uno dei tuoi specialisti, questo riceve sia un'e-mail o un SMS di conferma che un messaggio di promemoria prima dell'appuntamento. Questo messaggio specifica giorno, ora, specialista e luogo in cui si svolgerà la visita.

Con questi promemoria, il tuo centro ridurrà significativamente la percentuale di pazienti che non si presentano all'appuntamento, consentendo di aumentare le entrate del centro e ottimizzare il tempo del team.

Dal punto di vista dell'Esperienza del Paziente, questi promemoria permetteranno di avere una sintesi della prenotazione, oltre ad un messaggio poche ore prima per potersi organizzare al meglio e assicurarsi di non dimenticare l'appuntamento.

Inoltre, questi promemoria possono includere una richiesta al paziente di confermare o modificare l'appuntamento, una funzionalità che aiuterà anche il tuo centro a ottimizzare il tempo e le risorse.



6. Ridurre i tempi di attesa grazie all'automazione delle attività

C'è qualcosa di peggio che perdere troppo tempo in una sala d'attesa?

In molte occasioni, le attese eccessive prima di ricevere un servizio sono dovute a code mal gestite. L'implementazione di soluzioni che aiutano a ridurre l'attesa, si avrà come risultato un miglioramento dell'esperienza del paziente.



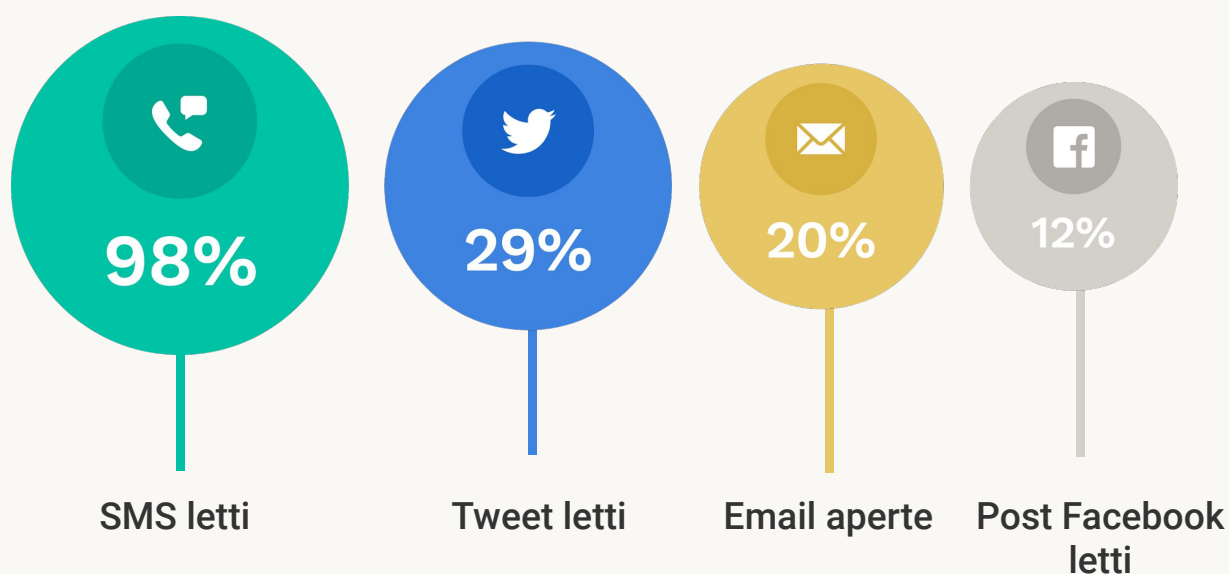
Automatizzare i compiti del personale della reception, come la creazione di nuovi appuntamenti o le chiamate per ricordare una visita, eviterà ai tuoi pazienti di aspettare per essere ricevuti. Grazie a questo risparmio di tempo, le segreterie potranno dedicarsi ad altri compiti che influenzeranno positivamente una migliore esperienza del paziente.

7. Mantenere il contatto con i pazienti dopo la visita

I pazienti sperano di rimanere in contatto dopo la visita. Allora, perché non farlo attraverso canali di comunicazione più amichevoli ed efficaci?

Con MioDottore, è possibile creare e inviare le proprie campagne di marketing a pazienti selezionati. Con questa funzionalità, puoi inviare campagne pubblicitarie annunciando le novità, i nuovi servizi, gli sconti o le promozioni .

Ecco uno studio che può convincerti a sull'utilità di queste campagne: secondo [Antevenio](#), il 98% delle persone che ricevono un SMS lo aprono (contro il 20% nel caso delle email) e, di queste, il 19% fa clic su quel messaggio di testo per realizzare l'azione desiderata (prenotare un appuntamento, per esempio), contro il 2% di click nel caso del email:



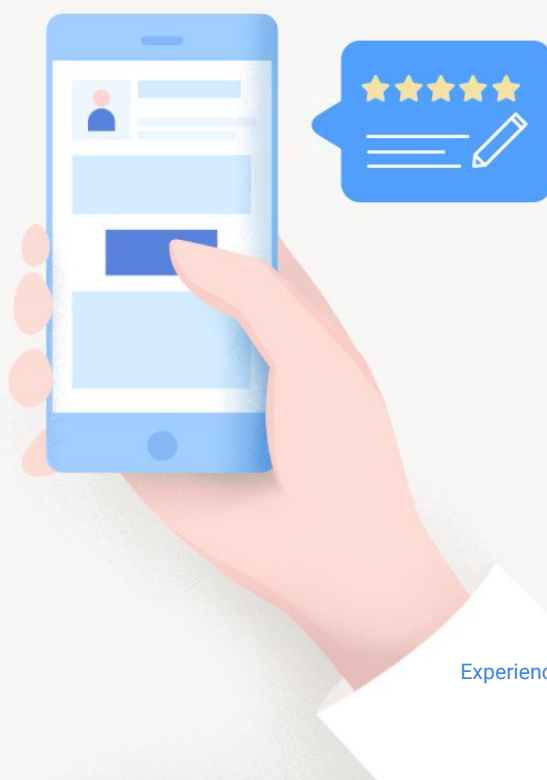
L'SMS marketing ti aiuterà a fidelizzare i tuoi pazienti e recuperare coloro che da tempo non vengono visitati dai tuoi specialisti.

8. Chiedere ai pazienti di lasciare una recensione sul servizio

Infine, il modo migliore per sapere come sta andando l'esperienza del paziente è **chiederglielo**, ed è lì che i sondaggi di soddisfazione sono un elemento chiave per sapere cosa pensano i pazienti del nostro servizio.

Non dimentichiamo che il feedback dei pazienti è un elemento essenziale per conoscere la loro percezione del servizio offerto, la loro esperienza e quali aspetti del centro possono essere migliorati.

Preferisci che i tuoi pazienti valutino la loro esperienza nel tuo centro appena fuori dalla struttura? È inoltre possibile installare un totem con una questionario cartaceo accanto alla reception in modo che lascino la loro opinione sul servizio ricevuto.



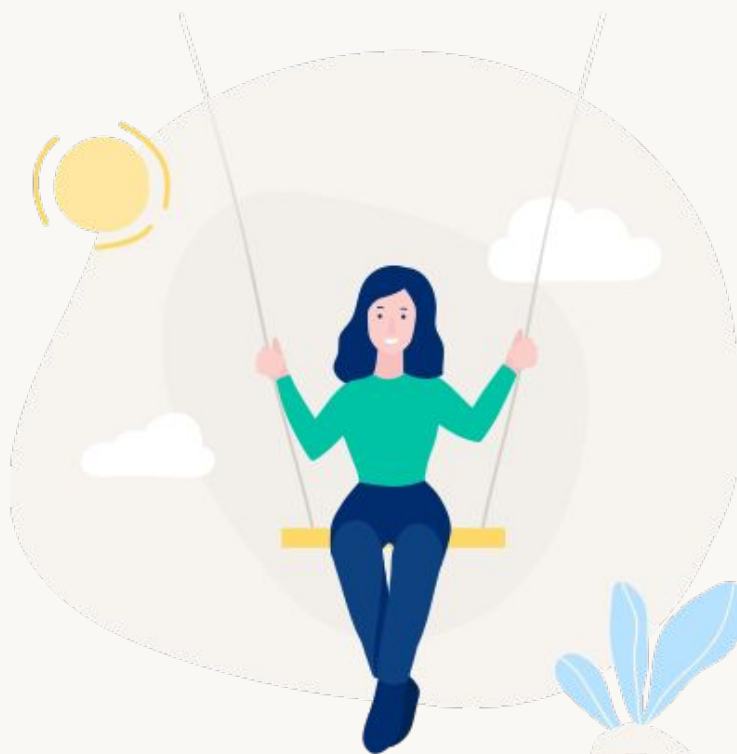
Esperienza del paziente: verso un futuro sempre più presente

Come abbiamo visto in queste pagine, l'esperienza del paziente non è più una necessità per il futuro, ma una realtà sempre più presente.

Secondo l'Organizzazione mondiale della sanità, in appena un lustro il numero di persone di età superiore ai 65 anni supererà quello dei bambini di età inferiore ai cinque anni. A seguito di questo progressivo invecchiamento della popolazione, il numero di malattie croniche aumenterà. E in tutto questo processo, in cui il paziente sarà attivamente coinvolto nel settore della salute, sarà più che mai necessario offrirgli la migliore esperienza possibile; un'esperienza che inizia nel momento stesso in cui un paziente soffre di una malattia e deve essere visitato da uno specialista.



Per questo motivo, il nostro miglior consiglio è di non considerare **l'esperienza del paziente** come un aspetto da prendere in considerazione in futuro, ma come **un bisogno sempre più presente**. Perché l'esperienza del paziente non è solo uno degli aspetti più importanti nel settore della salute privata, ma è la base per rendere il tuo centro medico un punto di riferimento e renderlo profittevole a lungo termine; quindi implementare i consigli che abbiamo visto in queste pagine è un ottimo modo per iniziare a farlo.





Visita il nostro sito:



MioDottore
Area Centri Medici

Se vuoi metterti in contatto con noi, scrivici a
professionisti@miodottore.com