

## La mejora de procesos en la clínica veterinaria

Una clínica veterinaria tiene que ser como una máquina bien engrasada en la que todas las piezas tienen una función y en la que el fallo de cualquier pieza hace que toda la máquina no funcione correctamente.

Por eso en la mejora de procesos es importante involucrar a todo el equipo, todos los miembros del mismo deben dar una imagen profesional y consistente, desde la recepcionista que responde al teléfono hasta el veterinario en la consulta.

En este artículo intentaremos dar unas guías para cada una de las “piezas” de la maquinaria:

- **Recepcionista:**

La recepcionista es la primera cara que el cliente suele ver al entrar en la clínica, por ello es importante que esta de una imagen corporativa (uniforme, manera de responder el teléfono...) y amable.

Al ofrecer la cita por teléfono, sería importante que estas estuvieran agrupadas en bloque. Un error muy común es ofrecer al cliente “cualquier” hora. En mi experiencia esto se hace con la idea de gran servicio al cliente, sin embargo, en muchos casos se vuelve en su contra, puesto que el cliente no tiene tanto problema por esperar en una sala de espera con otros clientes, como ocurre en hospitales, que hacerlo cuando esta está vacía ya que el veterinario ha comenzado una cirugía puesto que tenía suficiente tiempo, pero se ha alargado más de lo esperado o ha llegado una urgencia inesperada. Este sistema permite además organizar las cirugías más eficientemente.

Otra labor importante es que la recepcionista debe conocer las ofertas y promociones especiales cuando el cliente se acerque al mostrador. El cliente se encuentra más relajado y es más receptivo si al momento de llegar se le comenta la posibilidad de tomar una muestra de sangre a un precio especial a la vez que se vacuna; que si esta misma oferta llega por parte del veterinario en la consulta.

En mi experiencia una de las críticas más comunes de los clientes es la falta de consistencia en los veterinarios y por tanto en los tratamientos. La recepcionista debe tener esto en cuenta y ofrecer siempre la cita en el momento que el veterinario asignado se encuentre. Por ejemplo, si el veterinario habitual tiene los miércoles libres y el cliente quiere la cita ese día, recordárselo en el momento de hablar por teléfono. La mayoría de las veces elegirán retrasar la visita un día a cambio de ver una cara conocida.

- **Auxiliar/Enfermera:**

La auxiliar o enfermera debe ser la mano derecha del veterinario, siendo complementario su trabajo. Para ello, lo primero sería tener protocolos de trabajo que deberían incluir dosis de pre-medicación y anestesia, instrumentos quirúrgicos requeridos en las distintas operaciones, etc, etc.

Las tareas diarias de limpieza, desinfección de instrumentos... deben estar recogidas por escrito y deben ser firmadas cuando se completan. De esta manera permite que no se olvide de hacer nada y mantener el mismo estándar de limpieza y preparación.

Los pacientes pueden ser mandados a casa después de las cirugías por la enfermera. En mi experiencia, los auxiliares tienen más paciencia y pueden dedicar más tiempo a explicar como dar la medicación. En EEUU, por ejemplo, se encargan ya que al momento de mandar el paciente a casa, el cliente debe firmar que ha entendido las explicaciones.

Esto da una mayor responsabilidad a los auxiliares, les hace sentirse más integrados en el grupo al ser más importante su labor. Todo esto hará que el servicio al cliente mejore.

Además de todo lo citado, se pueden diseñar consultas específicas por ejemplo para el control de peso, dientes, clases de cachorros...

- **Veterinario:**

La labor del veterinario es muy complicada por muchos motivos y uno de ellos es la aparición de nuevas técnicas, por ello, es importante que todos los veterinarios asistan regularmente a cursos de formación (congresos, *online*...)

La venta cruzada es algo que debe ser alentado, entendiendo esta, no como una clásica venta de productos antiparasitarios, sino más bien de servicios. Por ejemplo, cuando un perro viene para su vacuna anual y ha superado los 9 años, ofrecer una revisión cardíaca y recordar la necesidad de cambiar la dieta; o en el caso de un gato de edad similar, se puede ofrecer un test sanguíneo y una más que probable y necesaria limpieza dental.

Es importante que en el programa de trabajo diario de cada veterinario se destine un tiempo razonable a que este contacte con los clientes en referencia a los distintos casos, para comunicar resultados sanguíneos... Una queja habitual de los clientes es la falta de comunicación y es fácil entender su frustración, así como que un día ajetreado en la clínica haga que ese análisis de tiroides pase a la parte más baja de la pila de papeles del veterinario y se acabe olvidando.

Es recomendable que el veterinario y su auxiliar, dentro de lo posible practiquen situaciones de urgencia para estar preparados, como material necesario ante una torsión de estómago.

- **Proveedores:**

Aunque no formen parte directa del equipo, su labor es importante en la atención al cliente de la empresa.

Con las nuevas tecnologías, es posible mantenerse en contacto a través de Internet, lo que permite solicitar medicación o alimento sobre la marcha durante el día. Los clientes deben saber hasta que hora pueden pedir y saber que el producto estará en la clínica para el día siguiente.

Además, a la hora de negociar con el proveedor, es fundamental llegar a un acuerdo sobre las penalizaciones que tendrán en caso de no cumplir su parte del contrato. He encontrado demasiadas veces que por errores del proveedor, tu cliente se queda sin su comida de prescripción. El cliente no está interesado en saber que el problema es de tu proveedor, ya que tuya es la clínica donde ha comprado.

- **Uso de nuevas tecnologías:**

En un mundo con cada vez más tecnología, es normal ver ecógrafos con Doppler, máquinas de rayos digitales... pero los recordatorios de las vacunas se hacen por carta. Se pueden enviar por correo electrónico o por mensaje al móvil, suponiendo además un ahorro. Para ello es importante recolectar esos datos en cada visita, haciendo que todo el equipo de involucre en ello y crear una base de datos lo más completa posible.

En otros sectores es posible solicitar tus lentillas desechables por Internet por ejemplo y que las envíen directamente a casa. La mayoría de las clínicas no tienen páginas web que permitan ya no solicitar comida, sino otros temas fundamentales en el servicio al cliente como puedan ser reservar una cita, un consultorio de salud del que se puede encargar un auxiliar (como parte de la estrategia para motivar al equipo) o un boletín informativo periódico con noticias de la clínica.

Dentro de la estandarización y el seguimiento de protocolos la profesión veterinaria permite el desarrollo personal debido a la gran variedad de situaciones a las que se enfrenta un veterinario en una clínica normal. Sin embargo es en esos pequeños detalles donde el servicio al cliente y por tanto el éxito de un negocio pueden estar.