

Sviluppo delle soft skills in Medici e Operatori al front-office di RT, aprile- maggio 2017

PREMESSA

E' oramai unanimemente riconosciuta l'importanza, soprattutto per i servizi di prima accoglienza e front-office, del cosiddetto "marketing relazionale", che permette di migliorare la relazione con l'utente mediante la sua fidelizzazione.

Ciò si traduce nel creare, sviluppare, mantenere e ottimizzare le relazioni fra fruitori dei servizi ed organizzazione, con la consapevolezza, a tutti i livelli operativi, della centralità del Cliente.

Mettere al centro dell'attenzione il Cliente, esterno od interno che sia – l'utente di prestazioni sanitarie e di wellness, il medico che effettuerà le visite, l'addetto ai vari servizi offerti, l'addetto al front-office, l'addetto alle funzioni di staff - significa cogliere le esigenze specifiche, sviluppando l'attitudine all'ascolto, alla comunicazione efficace, alla capacità di entrare in sintonia con l'interlocutore.

In quest'ottica, il Cliente valuta quotidianamente i servizi erogati e disponibili e la qualità percepita parte da un primo livello che possiamo chiamare "sensoriale": sin dai primi scambi relazionali con l'operatore, avverte se è rispettato, ascoltato, compreso; se è considerato un semplice utente ovvero una persona con aspettative mai del tutto standardizzabili.

La cortesia, l'andare incontro al cliente con apertura, gentilezza e proattività non sono caratteristiche scontate nel personale di prima accoglienza; dipendono da una serie di fattori personali e del contesto organizzativo, in cui ogni attore deve essere orientato e motivato alla cura delle relazioni con il Cliente attraverso una visione, una strategia aziendale e comportamenti quotidiani chiari e coerenti.

OBIETTIVI E DESTINATARI DELL'INTERVENTO

Medici: 4 ore

Operatori al front-office: 16 ore

DURATA, CONTENUTI, CONDUZIONE

Il piano si articolerà in:

- a) un incontro di 4 ore per i Medici sui seguenti temi:

- Consapevolezza del ruolo organizzativo ricoperto e coordinamento con le altre funzioni aziendali per la “fluidificazione” dei servizi offerti;
- Comunicazione di qualità con il Cliente, sviluppo della capacità di gestire emergenze, stress e conflitti, promozione dei servizi dell’azienda.

b) 4 incontri di 4 ore ciascuno, per 2 gruppi di Operatori al front-office, sui seguenti temi:

- Valorizzazione del ruolo dell’operatore di front-office, condivisione del valore della qualità del servizio;
- Sviluppo dell’orientamento al Cliente attraverso la conoscenza e la sperimentazione di tecniche di comunicazione efficace;
- Rafforzamento dell’attitudine alla soluzione delle difficoltà dell’utenza e alla promozione dei servizi offerti, attraverso lo sviluppo dei concetti di proattività e di problem solving;
- Miglioramento delle prestazioni attraverso un corretto uso degli strumenti disponibili, la corretta gestione del tempo, l’armonizzazione degli obiettivi aziendali con gli obiettivi personali e lo sviluppo di uno spirito di squadra.

L’attività sarà condotta da D.ssa Annarita Gelasio, consulente senior di direzione e organizzazione aziendale.

La conduzione si baserà su metodi di partecipazione attiva che prevedono esercizi individuali e di gruppo, confronto fra i partecipanti, proposte di finestre teoriche snelle e funzionali, quadri di sintesi per facilitare la concettualizzazione delle esperienze e per fissare gli apprendimenti.