

## Dirección de la consulta: la motivación de los empleados es la clave del éxito

Brigitte Gierl

### Objetivo

Los pilares básicos que sustentan una dirección óptima de la consulta se distribuyen en tres ámbitos:

1. **Ámbito técnico**  
El tratamiento odontológico de principio a fin.
2. **Ámbito organizativo**  
Procesos de la consulta, funciones de los empleados.
3. **Ámbito psicológico**  
Trabajo en equipo, odontólogo, empleados, pacientes y laboratorio.

Dirigir una consulta significa organizarla aplicando de forma consecuente las técnicas y estrategias de trabajo de modo que:

1. Los resultados, los servicios y la calidad obtenidos sean óptimos y se encuentren al mismo nivel que el que nosotros (y nuestros pacientes) esperamos recibir en otros ámbitos (en el médico, en el hospital, como usuarios del avión o del tren, etc.).
2. Los pacientes estén satisfechos con nosotros y deseen ser tratados en nuestra clínica. Para lograr este objetivo, todos y cada uno de los miembros del equipo deben sentir que son corresponsables del bienestar del paciente.
3. El trabajo resulte interesante a los empleados. Sólo cuando se desarrolla una actividad con interés y de buena gana se consigue éxito y reconocimiento.

### Las cosas no vienen por sí solas

En ninguna empresa, ni en ninguna consulta dental, por muy modernos que sean su decoración o su equipamiento técnico, las cosas vienen por sí solas (fig. 1). Por esa razón la consulta debe disponer de personal bien formado y cualificado, pero también que actúe con iniciativa y compromiso (fig. 2). En la mayoría de las consultas la interacción a pie de sillón con el personal auxiliar es muy fluida. En ocasiones los problemas surgen cuando un nuevo empleado llega a la consulta y debe integrarse en el equipo. Los miembros del equipo deben entonces esforzarse por integrar plenamente al nuevo miembro. Obviamente, el nuevo empleado podrá aportar toda su experiencia, pero también debe tener en cuenta que ahora tendrá que ajustarse y adaptarse a la nueva consulta.

### «El servicio al cliente»: un aspecto clave

Además de las funciones de los auxiliares y de las actividades delegables que puede realizar el personal cuali-



*Figura 1.* Un moderno puesto de tratamiento odontológico con un diseño y funcionamiento excepcionales que, sin embargo, no funciona solo, sino que precisa de personal cualificado para su aplicación y mantenimiento.



**Figura 2.** En los últimos 40 años, las consultas odontológicas se han nutrido de personal altamente cualificado. En la imagen se puede ver al Prof. Schön hace unos veinticinco años. Las dos auxiliares que le acompañan siguen trabajando en la consulta de la Dra. Gierl. Ambas cuentan con una formación excelente y siguen estando muy motivadas para desempeñar su bella y polifacética profesión.

ficado, existen muchas otras tareas que se deben llevar a cabo en una consulta bien dirigida y que están relacionadas con el «servicio al cliente».

Todas las actividades realizadas en la consulta se entrelazan como los eslabones de una cadena, por lo que ninguna de las tareas se debe considerar poco importante o secundaria. Todas ellas (y no sólo las del personal auxiliar) deberían ir encaminadas a lograr la satisfacción del odontólogo u odontóloga y, en especial, la de nuestros pacientes. Y es que en todas las actividades profesionales el servicio y la calidad van íntimamente unidos, para lo bueno y para lo malo. A ojos del paciente, en una consulta odontológica el servicio y la calidad del tratamiento son dos aspectos que deben ir de la mano. Si se ofrece un buen servicio al paciente en la programación de las citas, en la recepción y en la sala de espera, lo más probable es que éste valore positivamente la calidad del tratamiento. Y a la inversa, la probabilidad de que el paciente no esté satisfecho con el tratamiento recibido aumenta cuando antes de la instauración de éste tampoco estaba contento con el servicio recibido, por considerarlo deficiente. En este sentido se pone de relieve que los empleados motivados y con ideas pueden ofrecer un buen servicio al paciente más allá de sus tareas a pie de sillón o en la sala de esterilización. Naturalmente, cualquier cambio o propuesta deben ser consultados y acordados con el superior y con el resto del equipo.

## El nuevo paciente...

Por lo general, los pacientes que acuden a la consulta por primera vez no suelen haber tenido ningún otro contacto previo con el odontólogo. Por esa razón se le debe preguntar cómo ha conocido nuestra consulta. Las respuestas pueden ser muy variadas, y debe reflexionarse sobre cada una de ellas:

### 1. Recomendación por parte de uno de nuestros pacientes «fijos»

No debemos olvidar que los pacientes más importantes de la consulta son nuestros pacientes fijos. Cada vez que nos recomiendan nos hacen publicidad gratuita a través del boca a boca. Por esa razón, deberíamos poner una nota en la ficha del paciente que nos ha recomendado y en la próxima ocasión agradecerse con un pequeño detalle. Esto incrementa enormemente la motivación para recomendarnos a otros pacientes.

### 2. Guía telefónica

¿Llama la atención el nombre de la consulta en la guía telefónica? ¿Está impreso en negrita, en color o acompañado del logotipo? ¿O tiene el paciente que mirar la «letra pequeña»? Esto supone un inconveniente, en especial para los pacientes de edad avanzada con problemas de visión.

### 3. A través de Internet

Internet supone para nuestros pacientes una plataforma de información cada vez más utilizada. Son principalmente los pacientes más jóvenes los que se informan sobre su nuevo odontólogo a través de Internet antes de su primera visita. En la página web se pueden enumerar las especialidades de la consulta, mostrar fotografías de ésta y presentar al equipo de profesionales. La información adicional sobre el transporte o los planos que indican cómo llegar y las posibilidades de aparcamiento ayudan al paciente a decidirse por esa consulta y no por otra.

### 4. De forma casual, por una urgencia dental

Con frecuencia estos pacientes alteran con sus necesidades específicas la programación de la consulta. No obstante, debemos demostrar al nuevo paciente que es bienvenido y que el equipo pondrá todo su empeño en solucionar su problema.



Figura 3. El asesoramiento eficaz y personalizado a nuestros pacientes empieza en la recepción.

### ... y su primera impresión

#### *El paciente acude en persona para solicitar una cita*

En el caso de que el paciente se presente en la consulta para solicitar en persona su primera cita supone una oportunidad de oro para causar una primera buena impresión: mientras se registra en la recepción, ¿tiene el paciente la sensación de que nos alegramos de que nos haya elegido a nosotros? ¿Intentamos ser flexibles y adaptarnos a las fechas que propone (fig. 3)?

Lo más recomendable es facilitarle en ese momento un cuestionario anamnésico y solicitarle que lo traiga cumplimentado el día acordado. Así mismo, se le pueden proporcionar tarjetas de visita de la consulta con el horario de apertura y los números de teléfono y de fax e información sobre las opciones de aparcamiento, para que pueda tener a mano toda esa información en futuras visitas (fig. 4). Si el paciente se lleva una buena impresión tanto de la recepción como de la empleada gracias a su buena presencia, a su amabilidad y a su forma de



Figura 4. Tarjetas de visita con toda la información necesaria a disposición del paciente.

dirigirse al paciente, tendrá la sensación de haber acudido al lugar adecuado.

### Aprovechar las oportunidades

El dicho es sobradamente conocido:

**«La primera impresión es la que queda».**

En la mayoría de las ocasiones la primera impresión es decisiva y es la que queda. No debemos olvidar que para nosotros la consulta forma parte de nuestra vida diaria, pero para muchos pacientes el ir al dentista todavía supone un gran problema. Con estas reflexiones he pretendido abordar el tema del servicio al paciente. Todos los miembros del equipo deben ocuparse del bienestar de nuestros pacientes y hacerse responsables de él, tanto si están en contacto con el paciente como si no. Esto hará que nuestra consulta se convierta para el paciente, al igual que los hoteles, en una consulta de cuatro o incluso cinco estrellas.