

E N I A X

El Manifiesto



La Innovación para alcanzar la Excelencia

Eniax es como se comunican los proveedores de salud de todo el mundo, con sus pacientes, implementando la **innovación para alcanzar la excelencia.**

Hoy, toda la comunicación de proveedores de salud con sus pacientes, desde la solicitud de confirmación de hora médica hasta el correo del “mes de corazón”, es invasiva y trata a los pacientes como prospectos

En Eniax queremos crear una cultura comunicacional que trate a los pacientes como **personas y no como números.**

Queremos hacer que su **experiencia sea excelente,
contribuyendo así a la mejora de la atención sanitaria,
logrando fidelizar al paciente en su centro de salud.**

La experiencia que entregamos a nuestros clientes, sus médicos y pacientes es lo que **nos define como empresa.**

Este manifiesto es nuestra declaración de intenciones.

Son los valores de nuestra empresa y la guía que orienta nuestro trabajo, para lograr entre todos alcanzar la excelencia.

1. Somos **extraordinarios**

Para que tengamos éxito, nuestras ideas y productos deben difundirse.

Esto solo sucederá si nuestro **trabajo es extraordinario.**

**Y la única manera de lograr ser extraordinario es
preguntándonos constantemente:
¿Cómo podemos hacerlo mejor?**

2. Los **Mensajes** van primero

Los mensajes que enviamos son lo más **importante, más importantes que cualquier producto o servicio.**

Debemos enfocarnos en las **palabras y el tono que usamos.**

Todos y cada uno de los mensajes que enviemos deben ser auténticos y personales.

3. La **tecnología** va a continuación

Amamos la tecnología y creemos firmemente que la tecnología avanzada es nuestra ventaja competitiva

Pero hasta que todos los mensajes no sean perfectos no pensamos en la tecnología, pensamos en el **servicio que estamos entregando.**

Es mejor tener mensajes que son fantásticos y aplicaciones mediocres, que tener mensajes mediocres y excelentes aplicaciones.

4. Comunicamos **empatía**

Le escribimos a personas, hablamos con personas y creamos herramientas para personas.

Nos comunicamos con claridad, empatía y usamos **palabras positivas**

No usamos modismos.

Usamos un lenguaje que todos, tanto jóvenes como mayores puedan entender.

5. Somos **amables**

Dado la cantidad de mensajes y de comunicación que se recibe hoy en día, las personas identifican y descartan los mensajes que no son personalizados o que parecen “robóticos”.

**A nadie le gusta recibir órdenes.
Nuestros mensajes son amables, como si viniera de un
amigo, nunca forzados o invasivos.**

La mejor personalización que podemos dar es ser humano.

6. Somos **concretos**

Los seres humanos necesitamos guías.

No olvidemos que hablamos con pacientes, personas que están pasando por algún problema de salud, que están en una situación vulnerable por lo que necesitan **orientación.**

Nuestros mensajes tienen que ser específicos, deben entregar información clara y concreta. Debemos decirle a los pacientes exactamente **dónde deben ir y qué deben hacer**

7. La **confianza** es todo

Nunca podemos perder la confianza de nuestros pacientes ni de nuestros clientes.

Debemos comunicar lo bueno y no omitir **comunicar lo malo.
Siempre debemos ofrecer una solución y cuando sea
necesario, pedir disculpas.**

El valor más grande que podemos entregar a un cliente es mantenerlo siempre informado, especialmente si tenemos una mala noticia o no logramos cumplir con un compromiso.

8. Impulsado por los **clientes** y no por opiniones

Los clientes son **nuestro motor y sus comentarios son importantes, aunque sean algo que nos resulte difícil de escuchar o entender**

Valoramos el **feedback de los clientes por encima de los datos, ya que influye en el desarrollo de nuevas soluciones, orienta nuestro trabajo y nos da pauta de prioridades.**

Los datos son fundamentales, pero son una mirada hacia atrás. No podemos liderar solamente con datos.

Nuestras **opiniones son importantes, pero no podemos tomar decisiones únicamente basándonos en nuestras creencias.**

Confiamos más en la experiencia
validada que en opiniones propias y
convicciones personales.

9. Iterar, iterar, iterar

**Nuestro valor es la capacidad de adaptación,
ser flexibles y no rígidos.**

Nunca nos preocupamos de ejecutar planes a costo de perder **oportunidades**

**Pero, nunca sacrificamos lo importante
para resolver lo urgente**

Nuestro foco está en solucionar el problema del cliente
El objetivo no es tomar el requerimiento sino **entender el problema**

La gente no quiere una broca,
quiere el hoyo en el muro.

Nosotros vendemos hoyos, no brocas

-

10. **Todo** es marketing

Marketing no es solo nuestro logo, página web o brochure
Marketing no finaliza con atraer prospectos y cerrar la venta

Marketing es la **experiencia de los pacientes, el diseño de nuestros **reportes**, usabilidad de nuestro **producto** y la **satisfacción** de nuestros clientes**

Marketing es la manera en la cual **actuamos
y los productos que desarrollamos**

Todos en Eniax somos responsables del marketing

E N I A X

E N I A X

eniac.cl