



El rol de las personas para ser la segunda mejor clínica de Latinoamérica

Clínica Alemana de Santiago ocupa el primer lugar en satisfacción de clientes en Chile y desde el año 2008 ha sido reconocida como la segunda mejor clínica de Latinoamérica. Mantener esta posición es fundamental para cumplir con su [estrategia](#) y posicionamiento de marca.

Desarrollamos un modelo conceptual para la construcción de la experiencia de servicio, basado en la definición de tipos de contacto, momentos en que ocurrían y perfiles de clientes. Complementamos el modelo con una [estrategia de marketing interno](#) de largo plazo desarrollada por etapas, que involucró emocionalmente a los colaboradores con la salud de los pacientes y su entorno familiar. Además, coordinamos las acciones y alineamos las intervenciones de los distintos proveedores implicados con un tono y una comunicación gráfica consistentes.

La campaña fue diseñada como herramienta de alineamiento considerando la [estrategia](#) del negocio y de marca, y tuvo un alcance de 4.000 colaboradores internos y 1.000 externos.

Durante el período de implementación se han alcanzado los siguientes logros:

- Aprobación y adhesión del directorio
- Participación de más de un 98% de los colaboradores en las convocatorias a capacitaciones y talleres
- Mantención en el primer lugar en satisfacción de clientes con índices de satisfacción por sobre el 96%
- Involucramiento de los colaboradores en el desarrollo de competencias y actitudes