



HISTORIAS DE CLIENTES

## Saludsa + Zendesk: Brindamos atención médica compasiva y basada en datos

La empresa ecuatoriana de salud Saludsa ofrece medicina prepagada y otros servicios a más de 200.000 clientes. Tras promocionar su servicio de telemedicina durante la COVID-19, las consultas se dispararon un 400%, llegando a más de 34.000 solicitudes de soporte diarias. Saludsa utilizó Zendesk para escalar sus operaciones de soporte, a la vez que se aseguraba de que los usuarios recibieran respuestas rápidas y personalizadas.



“Hoy tenemos una visibilidad 360° tanto del cliente, como de nuestra operación. Nuestros agentes aman Zendesk. Para ellos es una plataforma muy sencilla de utilizar y muy amigable. Con Zendesk obtengo información en tiempo real: dos clics y listo”.

– Laura Lalama

Gerente Nacional de Reembolsos – Saludsa

FUNDADA EN

1993

PAÍS SEDE

Ecuador

CLIENTES ZENDESK  
DESDE

2019

**2X**

Incremento en  
Productividad

**+300 mil**

tickets atendidos  
y resueltos

**90%**

CSAT

**200,000+**

Clientes

La empresa ecuatoriana de salud Saludsa ofrece medicina prepagada y otros servicios a más de 200.000 clientes. Brindar una atención excepcional es parte esencial de su día a día, y Saludsa sabe que brindarla motiva a las personas a recomendarla. Su objetivo es que 9 de cada 10 clientes recomienden sus servicios.

Durante muchos años, el equipo de atención al cliente de la compañía utilizó diversos sistemas y tecnologías para responder a las solicitudes. Sin embargo, la mayoría no priorizaba la experiencia del cliente.

“Nuestros procesos eran sencillos para los empleados, pero muy complejos para los clientes”, afirmó Laura Lalama, Gerente Nacional de Reembolsos de Saludsa. “Trabajábamos de forma muy manual y requería mucho tiempo, por ejemplo, medir la productividad de los agentes. Además, no podíamos obtener información detallada sobre los clientes, lo que nos impedía anticiparnos a sus solicitudes”.



## Obtener métricas en tiempo real, impulsando la productividad.

En 2019, Saludsa comenzó a buscar una plataforma de soporte que le brindara una visión mucho más amplia de cada cliente y le permitiera comprender sus necesidades específicas. La empresa buscaba operar con rapidez y agilidad al gestionar las solicitudes e inquietudes de los clientes. Tras comparar diferentes plataformas, Saludsa adoptó Zendesk.

“Durante nuestra búsqueda de la plataforma ideal para Saludsa, nos dimos cuenta de que con Zendesk no necesitaríamos ser expertos en sistemas”, afirmó Lalama. “Podríamos realizar cambios nosotros mismos de forma muy sencilla o personalizar los paneles de control para monitorear nuestra operación y obtener métricas en tiempo real vitales para nuestro negocio, como el número de transacciones o los tiempos de primera respuesta. Con el tiempo, también nos dimos cuenta de que con Zendesk podemos medir muchos más indicadores o tener un impacto directo en el NPS® (el Net Promoter Score) de nuestros clientes, en línea con la misión de la empresa”.

Saludsa trabajó con un socio de Zendesk para implementar la plataforma de soporte por etapas. Dicha implementación comenzó con la automatización de los procesos con mayor número de transacciones. Posteriormente, los agentes de la compañía, más de 100, recibieron capacitación rápida. Los resultados de usar una plataforma cohesiva pronto comenzaron a notarse.



“Nuestros agentes adoran Zendesk. La plataforma les parece muy fácil de usar e intuitiva”, afirmó Lalama. “De hecho, tras un año de uso, su productividad se ha duplicado. Por ejemplo, un trámite de reembolso antes tomaba 10 minutos, y hoy se completa en cinco. La organización y la fluidez con la que ahora gestionan la atención al cliente son realmente valiosas”.

Otro resultado destacable para Saludsa es que el NPS de Dr. Salud (el servicio médico 24/7 de la compañía) aumentó de 5 a 8,5 sobre 10, con una tasa de respuesta del 20%, un resultado impresionante para Latinoamérica. Gran parte de las respuestas de los clientes felicitan y reconocen el servicio prestado por la empresa; la mejora de la experiencia del cliente se refleja en la calificación de satisfacción del cliente (CSAT) de Saludsa, del 90%.

Por otro lado, Saludsa también utiliza Zendesk para obtener una visión integral de sus procesos. “Ahora tenemos una visión integral tanto del cliente como de nuestra operación”, afirmó Lalama. Usar Zendesk nos ha permitido estar más integrados como empresa. Aunque no todas las áreas tratan directamente con el cliente, todas están al tanto de lo que ocurre en cada caso, lo que nos ayuda a trabajar con mayor eficiencia y a mejorar la comunicación.

## Transformando el servicio para encarnar más calidez y empatía

Durante la pandemia de COVID-19, las personas pospusieron sus consultas médicas y tratamientos, lo que representó un riesgo para su salud. Afortunadamente, Saludsa ofrece un servicio de telemedicina a sus clientes desde 2014. La compañía rápidamente se adaptó para apoyar y promover este canal, de modo que los pacientes se sintieran seguros al contactar a sus médicos. Las consultas por telemedicina se dispararon un 400 %, alcanzando más de 34,000 solicitudes de soporte diarias. De igual manera, las solicitudes de reembolso aumentaron un 40% y las consultas al Dr. Salud, un 35%.

“La pandemia transformó la forma en que las personas interactúan con los servicios de salud, por lo que tuvimos que responder con rapidez y fortalecer nuestros canales de atención médica”, afirmó Lalama. “Zendesk nos permitió automatizar ciertos procesos que antes requerían más tiempo y pasos, generalmente presenciales”.



Lalama destaca cómo estos procesos automatizados tienen un impacto real en sus clientes. Por ejemplo, ahora pueden iniciar una solicitud y rastrearla fácilmente desde sus teléfonos.

“Nuestros clientes también saben que no son un número más y que tenemos una visión clara de la historia completa de cada persona, sin que tengan que repetirla a cada persona con la que entran en contacto”, afirmó Lalama. “Aportar calidez humana al soporte, incluso con herramientas automatizadas, es algo que los clientes valoran mucho y que podemos ofrecerles con Zendesk”.

Según Lalama, la transición de los procesos manuales tradicionales al uso de una plataforma que admite flujos de trabajo automatizados abre un gran potencial para Saludsa. “Hoy podemos obtener y gestionar toda la información de nuestros clientes de forma mucho más eficiente”, afirmó Lalama. “Estoy segura de que con los recursos que ofrece Zendesk, podemos planificar mejor y prever el futuro. Esperamos seguir superando las expectativas de nuestros clientes”.

Net Promoter y NPS son marcas comerciales registradas en EE. UU., y Net Promoter Score y Net Promoter System son marcas de servicio de Bain & Company, Inc., Satmetrix Systems, Inc. y Fred Reichheld.



Le ayudamos a impulsar la Experiencia del Cliente y del Colaborador de su Organización

✉ [info@interactioncx.com](mailto:info@interactioncx.com) ☎ +507 6631-8777

Prueba Zendesk

Empieza tu prueba gratis y mira a Zendesk en acción

