

E N I A X

Manifiesto

Nuestra Misión

ENIAX es la forma en la cual los Proveedores de Salud alrededor del mundo, se comunican con sus pacientes.

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

En **ENIAX** queremos crear una cultura comunicacional que trate a los pacientes como *personas*.

Una *buena experiencia* entrega una mejor salud y logra que los pacientes conviertan más.

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

Nuestra misión es *garantizar* una atención que genere *relaciones de largo plazo*: que reconozca a los clientes como personas *con deseos y necesidades propias y que nunca las abandona* hasta entregarles una soluciones.

Este **Manifiesto** es la guía que orienta los valores de nuestra empresa e informa como debe ser nuestro trabajo.

1. Somos **extraordinarios.**

Para que tengamos éxito, nuestras ideas y productos deben difundirse. Esto no va a suceder a menos que *nuestro trabajo sea extraordinario.*

La única manera de competir es haciéndonos cada día la misma pregunta:

” ¿Cómo podemos hacer que esto sea *10 veces mejor* ? ”

2. Los **Mensajes** van primero.

Los mensajes que enviamos son todo.

Son mucho más importante que cualquier producto o servicio.

Es por esto que nos enfocamos en las *palabras y el tono que usamos.*

Lo más importante es que, cada mensaje que enviemos
- cada uno - debe ser *auténtico y personal*.

3. La **tecnología** va después.

Nosotros amamos la tecnología y creemos firmemente que la tecnología *avanzada* es nuestra ventaja competitiva.

Para crear tecnología más avanzada, *escuchamos, entendemos y aprendemos* todos los días, rápido y con ganas.

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

Si tenemos mensajes mediocres con aplicaciones mediocres nos quedaremos sin trabajo.

4. Comunicamos **empatía.**

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

Comunicamos con claridad, empatía y usamos *palabras positivas.*

No usamos modismos, usamos lenguaje que todos, tanto jóvenes como mayores, entiendan.

5. Somos **amigables.**

Hoy por hoy, la gente ha aprendido a no prestar atención a mensajes que suenan como marketing.

Nuestros mensajes tienen que parecer siempre *como si vinieran de un amigo.*

A nadie le gusta recibir órdenes.

Los mensajes tienen que ser amigables y no forzados, *nunca invasivos.*

La gente sabe como distinguir mensajes "robóticos" y correos marketeros.

La mejor personalización que podemos dar es *ser humanos*.

6. Somos concretos.

Los seres humanos necesitan *guías*.

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

Es por esto que nuestros mensajes tienen que ser claros y específicos.

Debemos decir a los pacientes exactamente *dónde ir y qué deben hacer.*

7. La **confianza** es todo.

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

Esto significa comunicar lo bueno y *no omitir 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.

Hacemos las cosas *para los clientes y no para nosotros.*

Sus comentarios son importantes, aunque sean algo que nos resulte un poco difícil de escuchar o entender.

Confiamos más en la experiencia validada que en opiniones propias y convicciones. *Valoramos el feedback de los clientes por sobre los datos.*

El feedback de los clientes es lo que más *influye* en lo que vamos a construir, y a lo que vamos a *dar prioridad*.

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.

1. Feedback del cliente.
2. Datos.
3. Nuestra opinión.

9. **Adaptarse y reiterar.**

Nuestro valor es *adaptarse* y reiterar, ser flexible y no rígido.

Nunca preocuparnos 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, es *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 sólo 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 que *actuamos* y los productos que desarrollamos.

E N I A X

Todos en ENIAX somos responsables del marketing.

Todo en ENIAX es marketing.

E N I A X

 [eniacare](https://eniacare.com)