



2016

INDICE

1. Antecedentes
 1. Cómo estamos hoy en Servicio
2. Modelo de Servicio
3. Atributos Modelo de Servicio
4. Iniciativas Manifestaciones del Cliente
5. Iniciativas Retención y Mantenimiento
 1. Impactos Retención y Mantenimiento
 2. Modelo de atención Triple Corona
6. Iniciativas Canales de Experiencia
 1. Ordenes Médicas 2016
 2. Impactos Canales de Experiencia
 3. Canales Virtuales
 4. Estándar de personal
 5. Roles por cargos





POBLACIÓN MP

367.994
USUARIOS A
OCTUBRE

159.728
USUARIOS A
OCTUBRE

POBLACION
ASOCIADOS

TASA DE
DESERCIÓN- SEPT

PLAN ASOCIADO:
Real 67,04
Ppto 70,11

PLAN COLECTIVO:
Real 131,89
Ppto 83,38

PLAN FAMILIAR:
Real 160,21
Ppto 139,61

13.544
MILLONES
ACUMULADA
A OCTUBRE

UTILIDAD NETA

EVA

7.454
MILLONES
ACUMULADO
A OCTUBRE

5,8%
(30.087
MILLONES
ACUMULADO A
OCTUBRE)

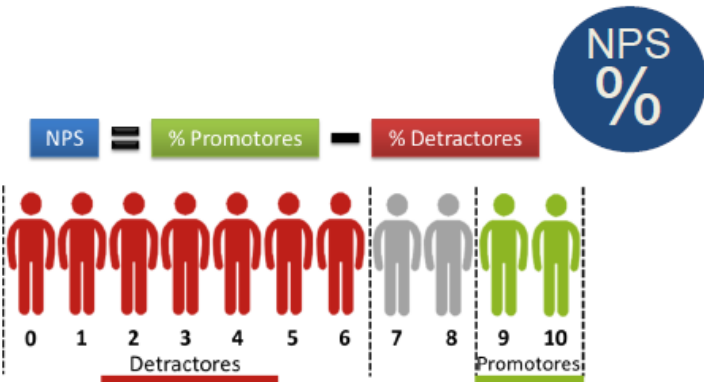
MARGEN EBITDA





NPS - Índice de promotor (Net Promoter Score)

MI: 36,7%
CEM: 57,9%
SAO: 32,9%



BCX - Índice de Mejor experiencia del cliente (Best Customer Experience):

MI :74,6%
CEM: 82,7%
SAO: 63,2%



Estudio Antropológico

Lo que ven bien, las mejores cosas de Coomeva.

“La MP sigue siendo muy prestigiosa y bien valorada. Se le reconoce ser pionera y cambiar la forma de relacionarse con los servicios de salud”

Aspectos a considerar

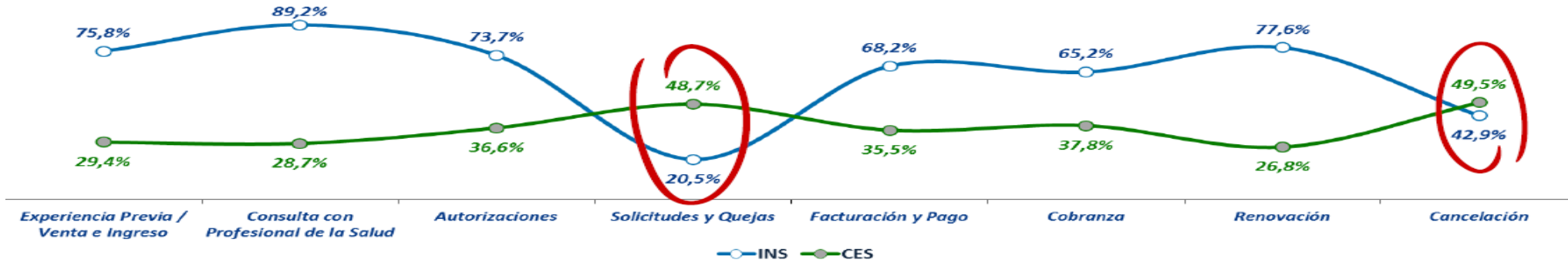
A la hora de comparar y evaluar las opciones de MP, hay una evidente confusión por la dificultad de diferenciar la MP de los distintos planes de salud que se ofrecen por fuera del POS.

Es muy amplia la sensación de que MP Coomeva ya no es tan buena y exclusiva como antes.

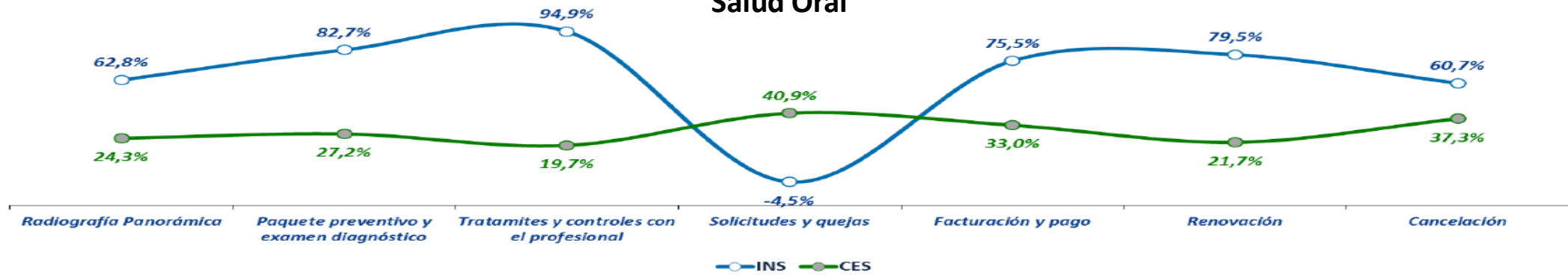
Criterios

Quienes se interesan en la MP tienen en sus círculos cercanos algún usuario de MP que puede dar fe de sus experiencias.

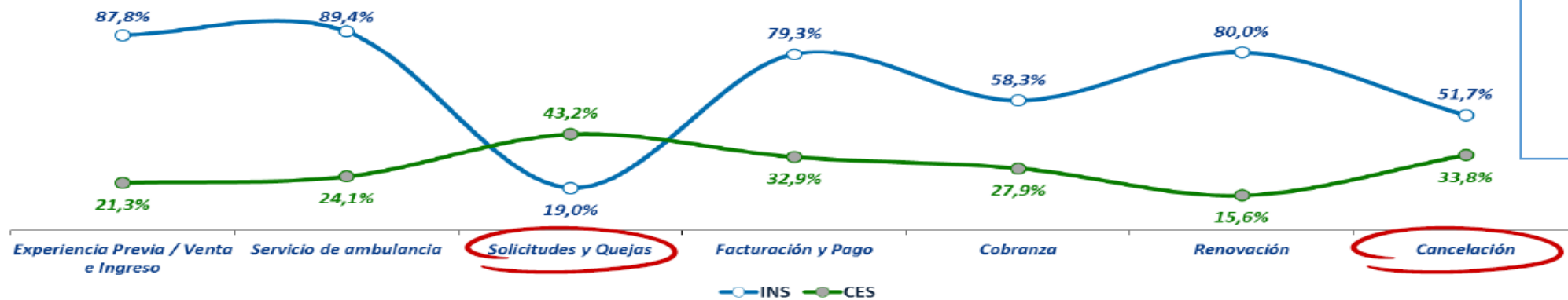
Medicina Integral



Salud Oral



Cem



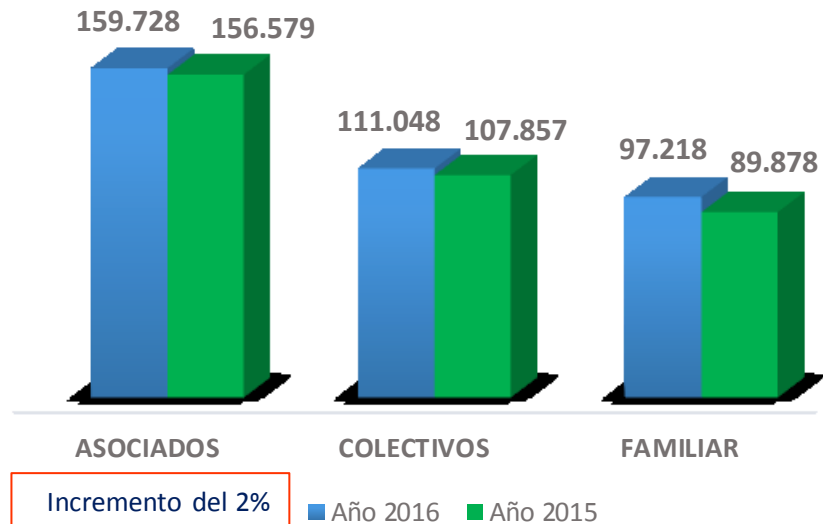
CES (Customer effort)
Esfuerzo de cliente

INS Índice Neto de
satisfacción

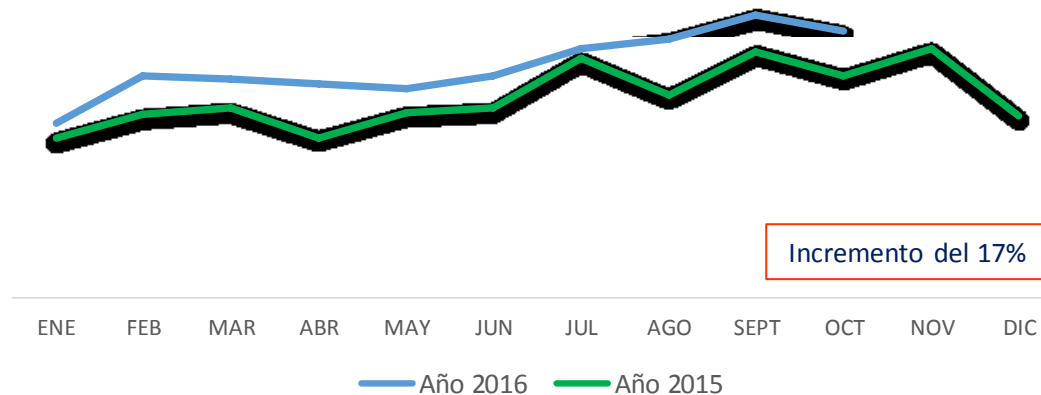




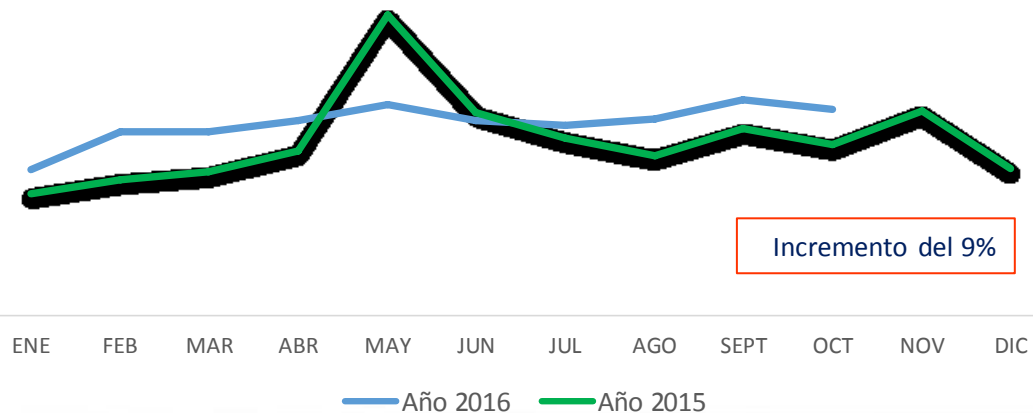
POBLACIÓN



VENTAS CABEZA DE FAMILIA - TENENCIA



VENTAS

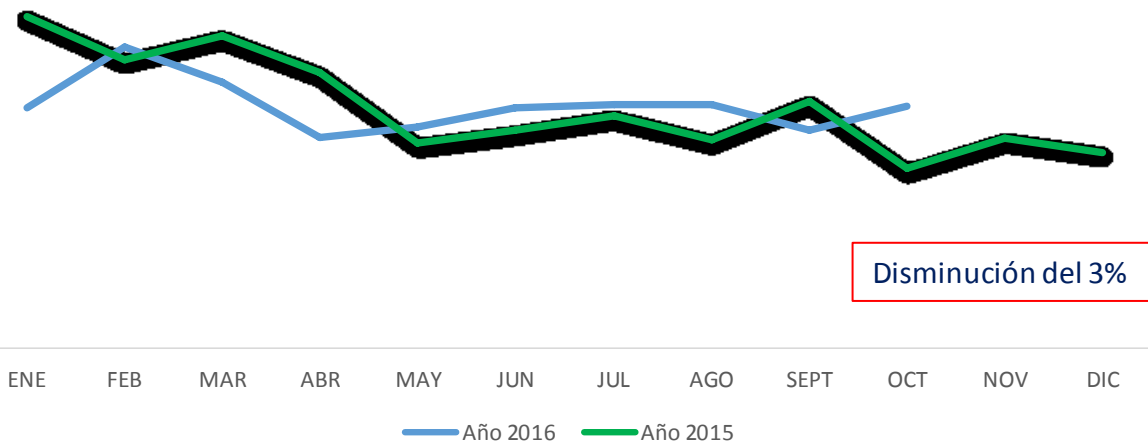


ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Beneficios Comunidad Asociados

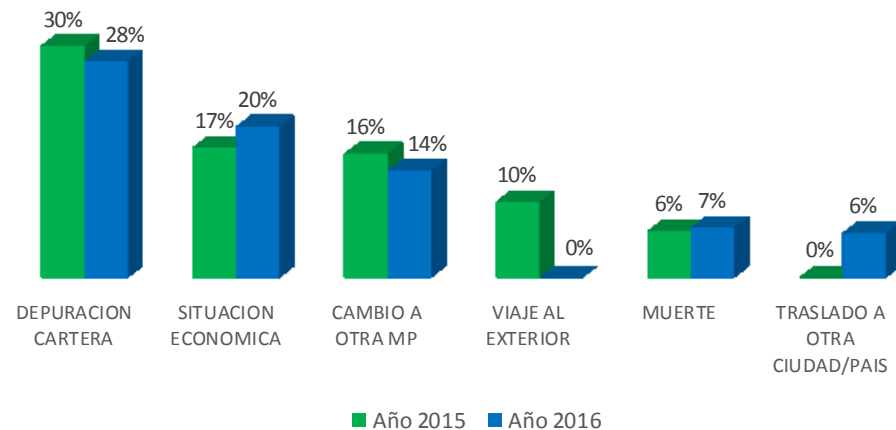
Marketing Dinámico
Activación de Marca
Plan de medios



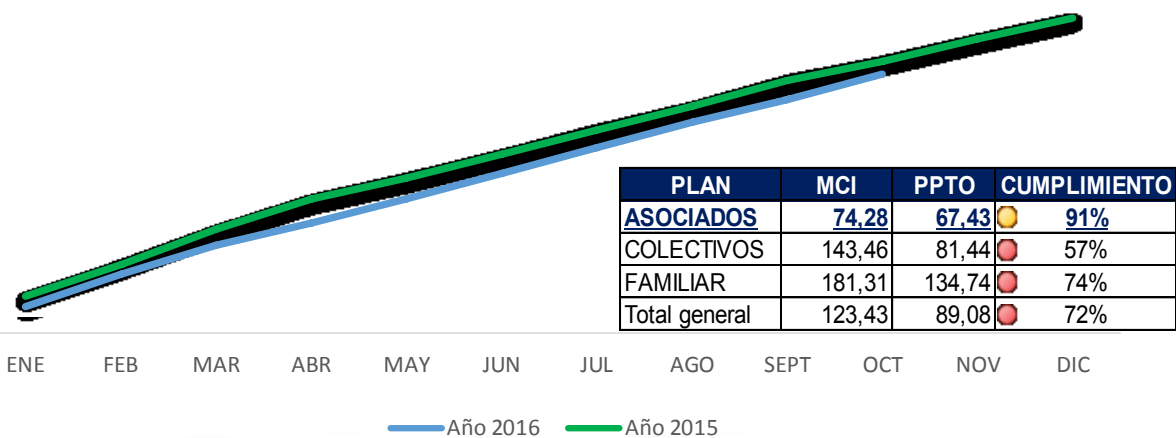
RETIROS



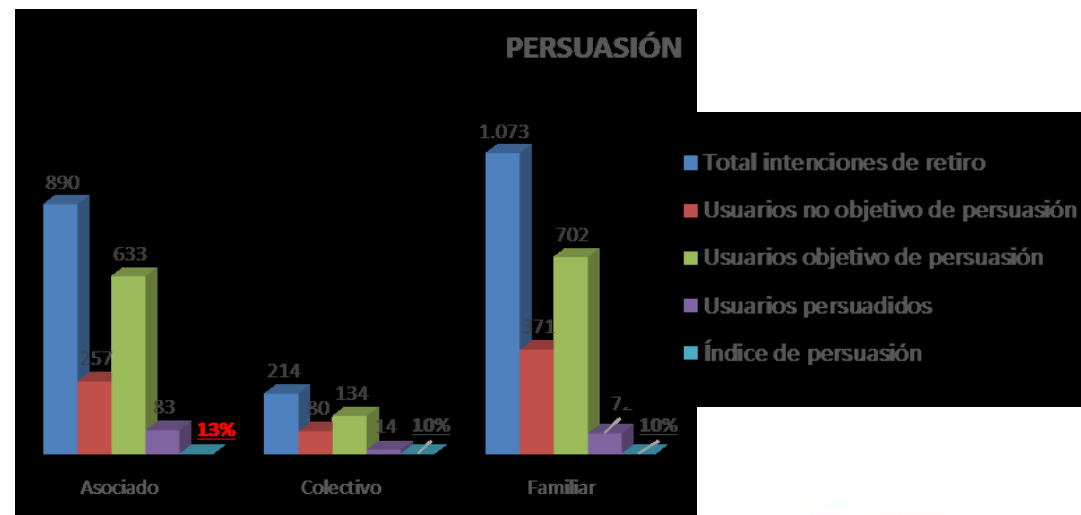
PRINCIPALES MOTIVOS DE RETIRO



TASA DE DESERCIÓN - MCI



PERSUASIÓN





INDICADORES DE SERVICIO



INDICE PROMOTOR NETO

GENERAL MP: 58%
MI: 52%
CEM: 65%
SAO: 59%

META:
50%

CONDUCTAS DE SERVICIO

GENERAL: 4,6
YO RESPETO: 4,7
YO ASESORO: 4,6
YO RESUELVO: 4,6

META:
4,5

META MP:
93%

SATISFACCIÓN

GENERAL MP: 88%
MI: 85%
CEM: 88%
SAO: 90%

IDEAL:
>4,5

CLIENTE OCULTO

NACIONAL: 2,96

- Auditoría para comprobar brechas con el estándar de servicio definido
- Establecer la línea base para futuras mediciones

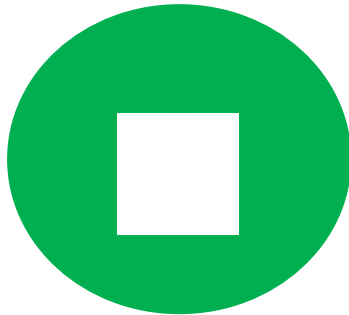




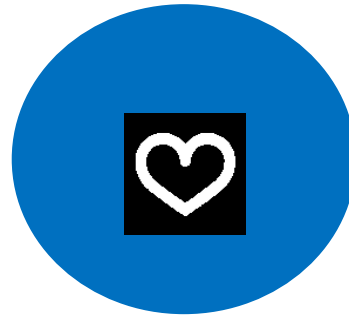
Modelo de Servicio Corporativo

Creación Cultura de Servicio

Medición y Seguimiento a la Calidad del Servicio



Manifestaciones del
Cliente



Retención y
Mantenimiento



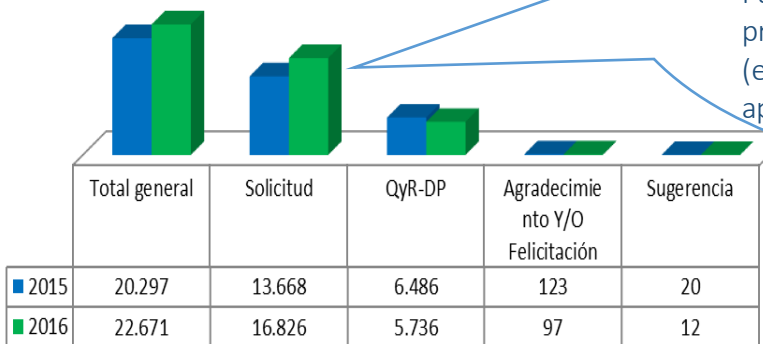
Canales de
Experiencia MP







CATEGORÍAS PRESENTADAS ENE-OCT



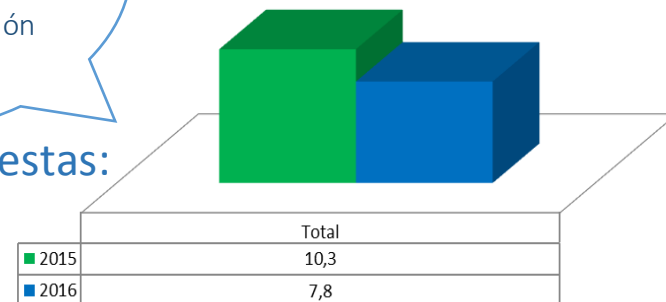
Ene – Oct 2015 vs 2016
Para el año 2016 hay un incremento del 11% , debido a la canalización de las solicitudes de retiro por atentos.

Para asociados la solicitudes de retiro presentan un incremento del 2.730% (en 2015 no se llevaba el proceso por el aplicativo).

Ene- Oct 2015 vs 2016

El promedio de días de respuesta para usuarios asociados y usuarios triple condición disminuyó en 2,5 días.

PROMEDIO DIAS DE RESPUESTA ENE-OCT



Oportunidad en respuestas:

Meta: 80 % -15 Días

Real: 89%-10 Días

Oportunidad en respuestas:

Meta: 95% - 10 días

Real 85% - 7,6 Días

- Reducción en tiempo de respuesta al usuario MP
- Elaboración del Estándar de proceso (Volumen/RH)
- Seguimiento a la satisfacción del usuario con la respuesta

2015

1

2016

2

2017

3

¿Qué sigue?

Meta oportunidad en respuestas: 95% - 5 Días

Rediseño de proceso:

- Implementación del aplicativo Smart Atentos
- Implementación del nuevo estándar de proceso (Volumen/RH) enfoque en personalización





2015

1

Persuasión:

- Recepción en todos los Puntos de experiencia y CAC, así como portal web y línea telefónica para las solicitudes de retiro
- Intervención del 100% de las intenciones de retiro excepto desvinculación laboral y depuración cartera

Fidelización:

- Estrategia Anfitriones en clínicas
- Campaña Resarcimiento CEM
- Plan de fidelización +Activo: 46.261 inscritos y un total de 22.686.743 pinos otorgados
- Construcción del modelo predictivo

Persuasión:

- Persuasión en barras solo para manifestaciones de retiro presenciales.
- Única oficina por ciudad principal o ciudad intermedia.

Fidelización:

- Línea LISA: Atención preferencial en autorizaciones asociados y colectivos VIP.
- Plan de fidelización SALUD +

2016

2

Persuasión

- Fortalecer el proceso a través de herramientas tecnológicas
- Redefinir metas

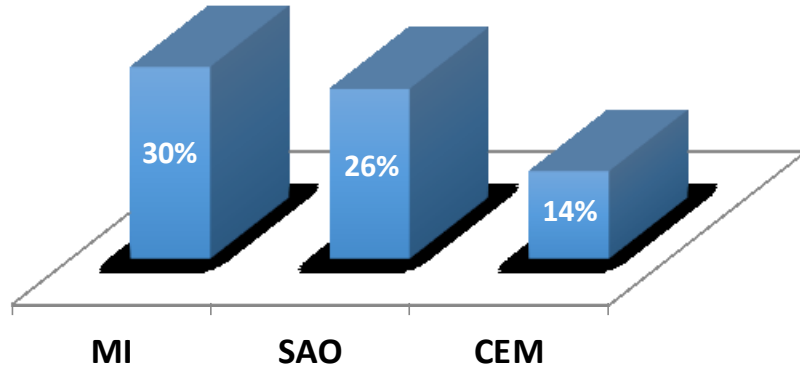
Fidelización

- **Modelo de atención usuarios Triple Corona**
- Línea LISA: Fortalecer en Fidelización
- Atención proactiva órdenes negadas
- Recuperación retiros desvinculación laboral
- Intervención a usuarios con riesgo de retiro (Modelo Predictivo)

2017

3

Indicador de persuasión acumulado 2016



Fidelización: Anfitriones en Clínicas

- Presencia en 16 Clínicas a nivel nacional a través de 10 Anfitriones de Servicio.
- 833 atenciones en promedio mes.
- Calificación prestación del servicio del 98%

Comportamiento de retiros 2016

* Sin depuración cartera ni desvinculación laboral



1

Implementación estrategia resarcimiento CEM

2

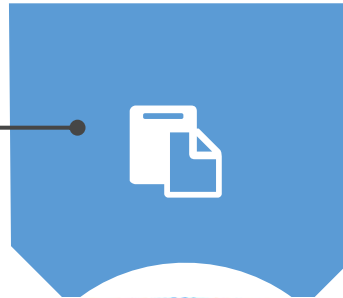
Nuevo proceso de persuasión

De mayo a septiembre los retiros han disminuido en promedio mensual del 2.3%

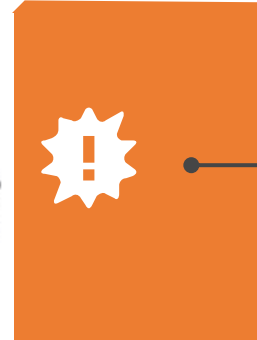
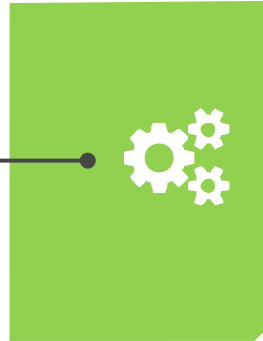
ENERO FEBRERO MARZO ABRIL MAYO JUNIO JULIO AGOSTO SEPTIEMBRE OCTUBRE



Caracterización de la Población Asociados – MP – EPS



Modelo de Gestión del Riesgo

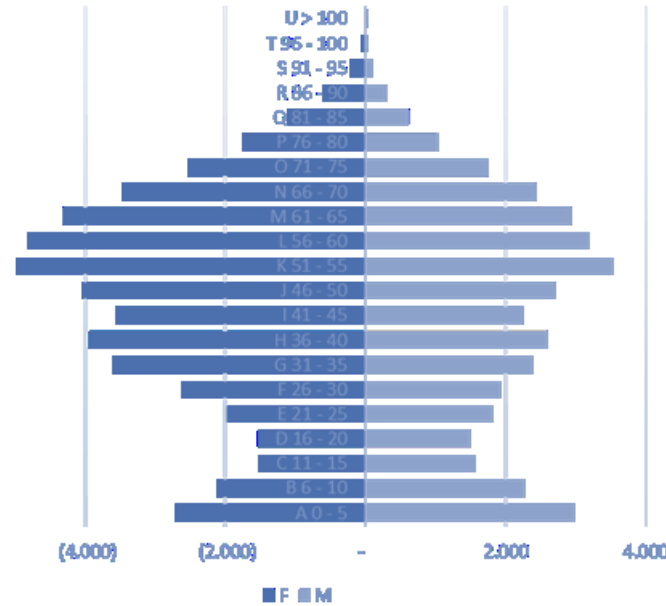


Experiencias de Servicio Diferencial





*En las tres líneas



dice de Envejecimiento	197%
% Mayor o = de 60 años	28%

GRUPO DE RIESGO	CANTIDAD DE AFILIADOS	PROPORCIÓN
NO CRONICO (RIESGO POTENCIAL)	70.225	86%
CRONICO	10.344	13%
MULTICRONICO	869	1%
TOTAL**	81.438	100%

**Solo usuarios con MI



Modelo de Servicio Administrativo al Asociado

Usuario Triple Corona



Usuario Común
66.318

Usuario Compartido
15.120

CAC- Nuevo Modelo



CANAL VIRTUAL MP

Punto de Experiencia MP



CANAL VIRTUAL EPS

Sala SIP EPS



Recepción de todas sus solicitudes de Servicio

Ordenes MP N1 Entrega inmediata

Ordenes MP N2 Entrega 48 horas a través de correo electrónico

Ordenes POS se graban y auditan con entrega en 48 horas a través de correo electrónico

Ordenes NO POS se ingresan y envían a un canal exclusivo en EPS para grabación y auditoría . Entrega en 72 horas a través de correo electrónico.

CAC Nuevo Modelo: Personal propio de Coomeva Salud , integral, conocedor de los procesos y resolutivo.

Contacto telefónico para garantizar recepción, entendimiento y comunicar beneficios

Seguimiento permanente a pacientes en GRO





PREMISAS DE MODELO DE ATENCION	REFERENCIA Y CONTRAREFERENCIA	RED AMBULATORIA	RED HOSPITALARIA	IPS ASIGNACION	PAGOS	MARCACION DE USUARIOS	PARAMETRIZACION EN ESPEJO DE LOS CONTRATOS DE LA EPS EN MP	MODELOS DE GESTION DE RIESGO	OPORTUNIDAD EN LA PRESTACION DEL SERVICIO
COMUN	Ya funciona, obviar la referencia y contrareferencia para solicitud de ordenamientos a partir de cualquier nivel de atención	Red VIP diferencial	Red VIP diferencial garantizando continuidad en la atención en todos los niveles de atención	Hacer que el 14% de los afiliados que no estan en UIS tengan facilidad para la generación de ordenamientos	Oportunos	Poder identificar en todos los sistemas: CEM, SAO, AS400, Ciklos	Parametrización en espejo de los contratos de la EPS en MP	Asegurar el seguimiento y continuidad de la atención de los afiliados en Modelos de Gestión de Riesgo (asegurar la referencia y contrareferencia y la marcacion)	Asegurar la oportunidad en la prestación del servicio
COMPARTIDO	Obviar la referencia y contrareferencia para solicitud de ordenamientos a partir de cualquier nivel de atención	Red Estandar diferencial	Red ESTANDAR diferencial garantizando continuidad en UCIs	Garantizar la generación de ordenamientos aunque tengan IPS de asignación diferentes a UIS con diversas modalidades de contratación	Oportunos	Poder identificar en todos los sistemas: CEM, SAO, AS400, Ciklos	X	Asegurar el seguimiento y continuidad de la atención de los afiliados en Modelos de Gestión de Riesgo (asegurar la referencia y contrareferencia y la marcacion)	Asegurar la oportunidad en la prestación del servicio





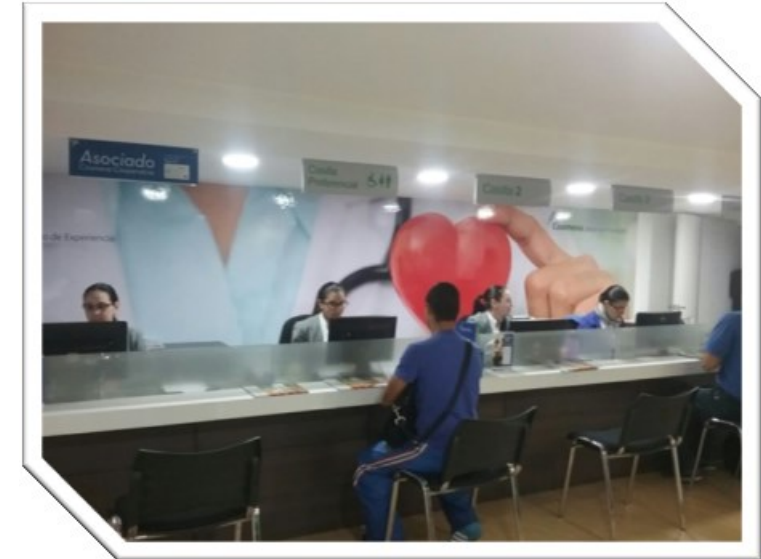
2015

1

Puntos Presenciales

47 a nivel nacional
Atención integral en:

- Autorizaciones
- Reembolsos
- Carné y Facturas
- Certificados



Oportunidad en respuestas:

- **Casilla preferencial para asociados**
- Registro de 100% de manifestaciones
- Estándar de infraestructura para Puntos de Experiencia
- Estándar de personal para Puntos de Experiencia
- Experiencias en puntos: Odotipo, WiFi, dulces, bebidas de cortesía, revistas
- Implementación Plan de Incentivos para Ejecutivos de Atención Integral

2016

2

¿Qué sigue?

- Sistema de turnos
- Ajuste perfiles Ejecutivos de atención
- Implementar Estándar de personal

2017

3



Canales Virtuales

- App móvil: Informativo
- Envío de ordenes: Solicitud y envío de ordenes por correo electrónico.

4

2015

Nuevo:

- Personal exclusivo para gestión de autorizaciones: **Asociados**, y colectivos VIP
- Portal web de autorizaciones médicas.
- App móvil: Transaccional
- Módulos de autogestión: 15 instalados en clínicas y prestadores estratégicos



2016

5

¿Qué sigue?

- App Móvil: Fortalecimiento de funcionalidades y nuevos servicios como agendamiento de citas médicas, mensajes push, carné virtual
- Punto de Experiencia Virtual

6

2017





• Autorizaciones Web

Portal para solicitud y consulta de autorizaciones médicas.

• Certificados

Consulta, impresión y envío de certificados de retención en la fuente.

• CEM

Solicitud de consulta domiciliaria a través de la App

• Directorio, Portafolio y Medios de Pago

Consulta del Directorio de Coomeva Medicina Prepagada, Portafolio de Servicios y canales para realizar pagos.

• Georeferenciación

Ubicación interactiva de los prestadores en el mapa con opción de navegación GPS.

• Estado de cuenta

Consulta, impresión y envío del estado de cuenta del afiliado.

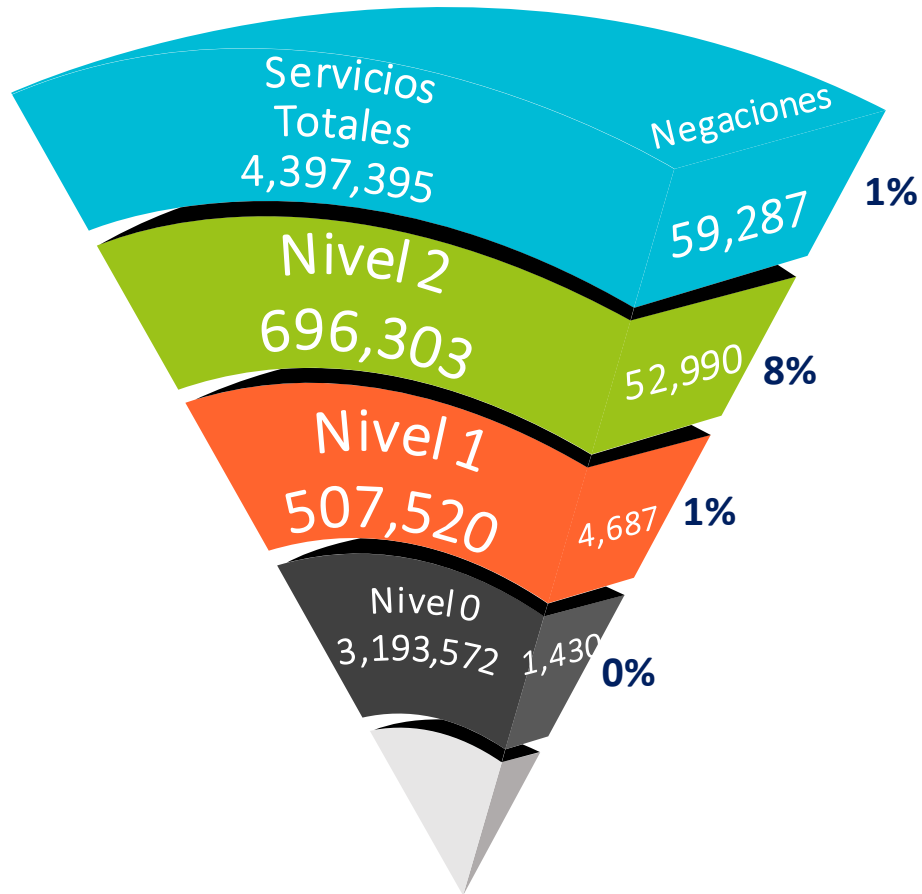
• Call Center

Conectarse con el Call Center desde el kiosco para acceder a orientación e información.

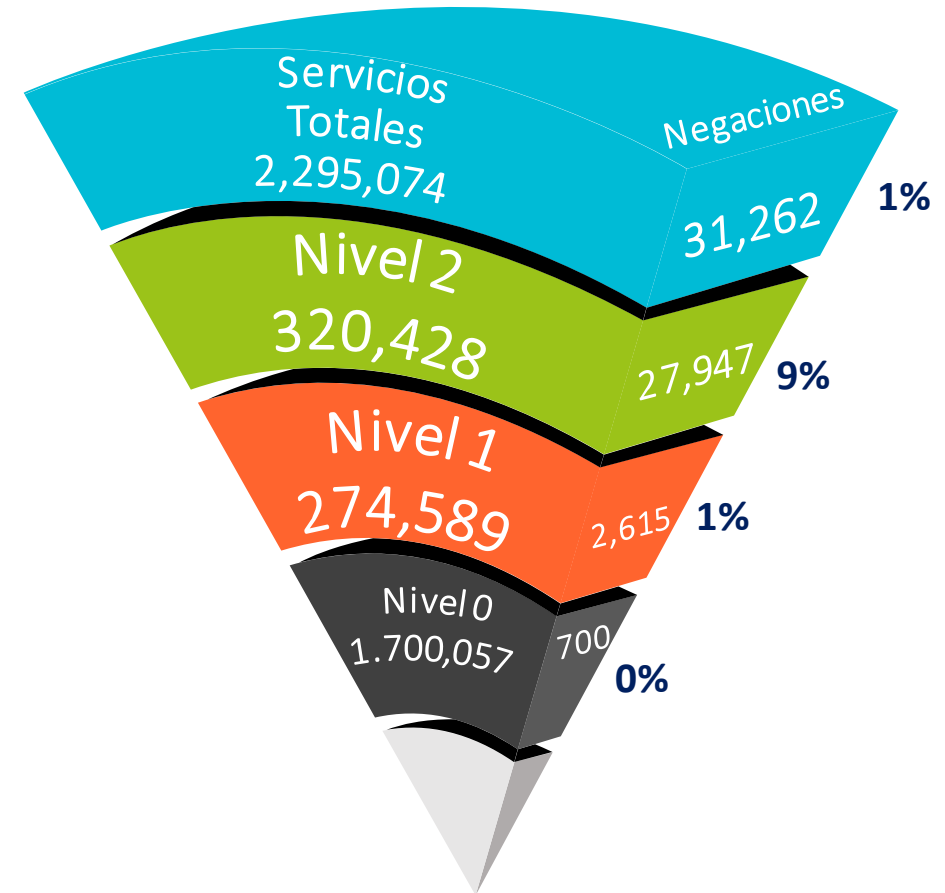




GENERAL



ASOCIADOS



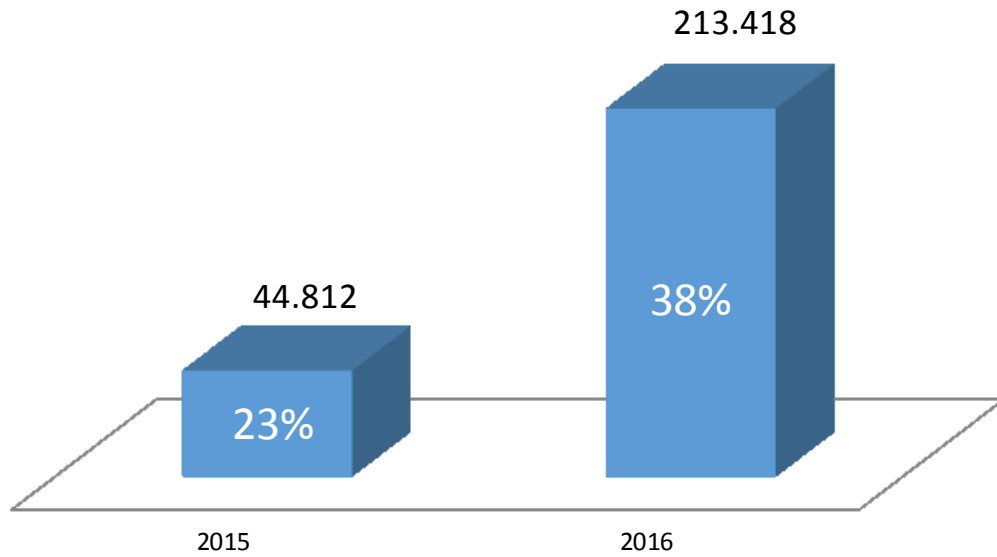
Órdenes emitidas entre enero y Octubre de 2016



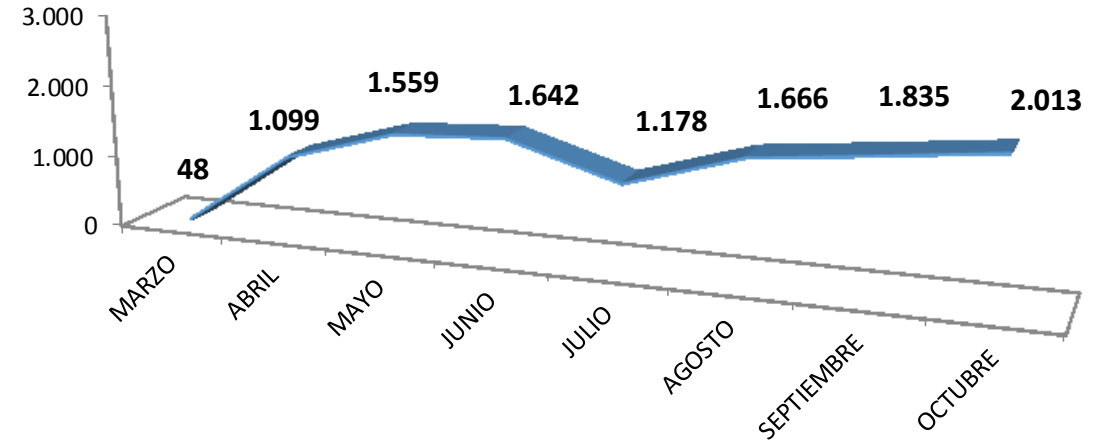


Órdenes enviadas vía e-mail

Acumulado enero - octubre



Solicitudes de autorizaciones virtuales 2016



*Por cada solicitud se emiten en promedio 3 órdenes

Descargas App	Cantidad**
ANDROID	10,000
APPLE	5,840
TOTAL	15,840

**Enero a Octubre de 2016





EJECUTIVOS DE ATENCIÓN INTEGRAL

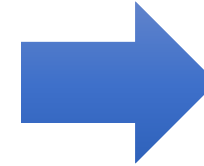
Actualmente existen 94 ejecutivos en Puntos de Experiencia, distribuidos en 47 sedes en el país

ESTANDAR

1 Ejecutivo de Atención Integral por cada 2.383 usuarios en población de MI Medicina Prepagada

1 Ejecutivo por cada 1.070 transacciones mes (promedio transacciones mes 109.118)

Naño	14578
k	1,65
p	0,5
q	0,5
e	0,115
n 51	



$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$



PREMISAS



Debe existir al menos un supernumerario por regional



Debe haber al menos un ejecutivo por punto de experiencia



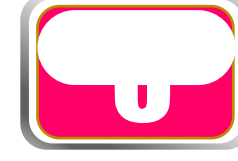
La distribución por punto es potestativa de la regional, de acuerdo al volumen de transacciones, garantizando una óptima prestación del servicio



No se pueden cambiar los roles del Ejecutivo de Atención Integral. (Ej: Analista o asistente)



Las solicitudes de autorización digitales serán tramitadas por un punto de experiencia virtual nacional. (Web, módulos, app)



El estándar es dinámico y será evaluado semestralmente para hacer los ajustes necesarios de acuerdo al volumen de población y transacciones.





Coomeva | Medicina Prepagada
Una Medicina Prepagada para los Asociados

Ser
GRANDE
no es una cuestión
*** DE TAMAÑO ***
SINO DE
ACTITUD

Coomeva Medicina Prepagada, están pasando cosas, a través de experiencias memorables conquistaremos el corazón de nuestros Asociados y usuarios.

