

Documento de Raiza

Raiza de Luque

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Introducción a Big data analytics

Álvaro Rivera

09 de Mayo

Enfoque

Intervención en los canales no presenciales de atención del pa-

ciente **1**

Página web 1

Título III 2

Referencias **3**

Índice de figuras

Índice de tablas

Intervención en los canales no presenciales de atención del paciente

Cervantes Saavedra, Raffel, y Wilson (1999)

El primer contacto directo de los pacientes actuales y potenciales con la Institución es a través de los canales no presenciales: 1. Contact Center 2. Página Web 3. Referencias en la web de la Clínica El Contact Center requiere una estructura que facilite las opciones y acciones del paciente o su representante de acuerdo con el tipo de cliente. De esta manera, es necesario optimizar: IVR: Reorganizar las opciones de acuerdo con el tipo de cliente, a los servicios más consultados en la clínica, los que queremos promover y los que generan mayores beneficios. En este canal se debe solicitar los datos del paciente o su representante desde el inicio del contacto y establecer: - Guión para cada opción, servicio y trámite - Actitud de confianza y gestión comercial - Impulso a la transacción

Adicionalmente, para efectos de optimizar los recursos y potenciar este canal se debe medir: - Nivel de atención - Nivel de servicio - Clic to Call - TMO Inbound - TMO Outbound - PQRS - No. de mensajes y mails programados Se deben establecer ANS para hacer seguimiento al servicio que se le entrega a los usuarios.

Página web

Página Web: La imagen y valores de Shaio deben estar representados en la página web, debido a que es el canal de consulta de interesados en el ámbito nacional e internacional y del público con preferencia digital. Adicionalmente, es el medio al que direccionan los buscadores especializados. Para la prestación de facilidades electrónicas, se deben garantizar los siguientes elementos: - Velocidad - Carga - Navegación La velocidad de carga debe ser máximo de 5.3 segundos, al ser mayor se incrementa el abandono de los visitantes al site. Para un rendimiento óptimo, debemos mantener el tamaño de la página por debajo de los 3MB. Las imágenes deben ser adaptables y el diseño de los servicios se debe ajustar a las necesidades del usuario y a materializar una transacción. Es necesario contar una Meta descripción. Lo ideal es que la meta descripción contenga entre 70 y 160

caracteres incluyendo espacios. Para efectos de optimizar este canal, se requiere hacer un análisis de la web que incluya los siguientes factores: - Tráfico Orgánico - Palabras claves por las que los ciudadanos llegan a la web - Back links o dominios tóxicos relacionados

Para la modernización y adaptación del canal a las necesidades de los usuarios por tipo de cliente, podemos emplear imágenes que ayuden a la estética y apoyo a la información de forma visual. En las diferentes secciones podemos usar iconos vectores e infografías para suavizar el ruido visual. La tendencia en organización de la información hacia títulos de trámites y procesos está basada en tarjetas o card-based en las páginas web. Los diseños card-based pueden también llevar fotografías, imágenes y otras características. La paleta de colores crea identidad de marca y armonía visual, depende del objetivo y nicho de la marca. la tendencia es paleta de uno o dos colores vivos con colores neutros.

Título III

El resto della concluían sayo de velarte, calzas de velludo para las fiestas, con sus pantuflos de lo mesmo, y los días de entresemana se honraba con su vellorí de lo más fino.

Título IV. Tenía en su casa una ama que pasaba de los cuarenta, y una sobrina que no llegaba a los veinte, y un mozo de campo y plaza, que así ensillaba el rocín como tomaba la podadera.

Título IV ii.

Frisaba la edad de nuestro hidalgo con los cincuenta años; era de complexión recia, seco de carnes, enjuto de rostro, gran madrugador y amigo de la caza.

Título V. Quieren decir que tenía el sobrenombre de Quijada, o Quesada, que en esto hay alguna diferencia en los autores que deste caso escriben; aunque por conjeturas verosímiles se deja entender que se llamaba Quijana.

Referencias

Cervantes Saavedra, M. d., Raffel, B., y Wilson, D. d. A. (1999). *Don Quijote: a new translation, backgrounds and contexts, criticism* (1st ed ed.). New York: W.W. Norton.