

The Philips logo, consisting of the word "PHILIPS" in a bold, blue, sans-serif font, is positioned within a white rectangular area that has a curved bottom edge. This white area is part of a larger graphic element that also includes a dark blue section below it containing the word "Healthcare" in white, and another dark blue section at the bottom containing the text "Conexión Salud" in white.

Healthcare

Conexión Salud

Apuntando al cero, un compromiso para reducir el tiempo de inactividad de los equipos

En Philips comprendemos que proporcionar cuidados hoy significa más que sólo proporcionar tecnología. Se trata de hacer que cada inversión valga la pena y que cada momento cuente. Por eso nos dedicamos a trabajar para reducir el tiempo de inactividad no planificado de los equipos, que mejoran la calidad de vida para miles de personas.

Santiago Folie, responsable del área de servicio al cliente para Philips Health Systems en la región Hispanic nos cuenta sobre la relevancia que ha adquirido la tecnología de servicio remoto y el monitoreo proactivo, como estrategias claves para reducir el tiempo de inoperatividad de los equipos. “Nuestros clientes hace años que están transformando su decisión de compra, y en la actualidad el servicio posventa que las compañías ofrecen es igual de relevante que la calidad del producto” y en esa línea Philips hace una apuesta grande, invirtiendo en tecnología e ingenieros capacitados para atender las necesidades de nuestros clientes.



La proactividad es la clave que impulsa una buena experiencia del cliente. Nuestro servicio posventa es el resultado de la convergencia de múltiples variables, una de las más importantes es la de tratar de actuar con anterioridad, es decir que a partir de las conexiones remotas que tenemos en los equipos se puedan detectar, inclusive antes que el mismo cliente, dificultades que puedan llegar a presentarse, resolviéndolos también de manera remota, en algunos casos, y evitando que el equipo se pare con el objetivo de alcanzar el cero en paradas de equipos. Hoy, en Hispanic, de los casos que recibe nuestro equipo remoto, considerando los equipos que se encuentra efectivamente conectados a nuestra red, somos capaces de resolver entre el 25% y 30% dependiendo de la modalidad, donde resonancia, cardiovascular y tomografía ofrecen las mayores capacidades.

Otro aspecto interesante es que también cubrimos de forma remota y monitoreamos casi el 100% de nuestra base instalada de resonancia a nivel Hispanic para entender los consumos de Helio, esto nos permite ser proactivos y poder contactar directamente al cliente cuando percibimos una desviación en su consumo y lo que genera, en la mayoría de los casos, un ahorro a posterior. Y cómo gestionamos el servicio para ofrecer esta experiencia al cliente, lo hacemos basados principalmente en nuestro pilar de gestionar a través de la metodología LEAN. Utilizando dos herramientas fundamentales, Daily Management y Problem Solving Daily Management lo que implica que nuestros ingenieros inician su jornada revisando las variables críticas del negocio de servicio, los casos abiertos, los equipos que se encuentran parados y la gestión de repuestos para asegurarnos que los procesos fluyan y minimizando los tiempos de respuesta.

Un importante objetivo para el 2017 consiste en incrementar nuestras capacidades remotas. Para la región tenemos un grupo de ingenieros dedicados, continuaremos trabajando en incrementar las conexiones de los equipos a nuestra red lo que nos permite ser proactivos y tener acceso a información detallada en el momento para alcanzar la resolución de las dificultades de forma remota con éxito.

El mantenimiento predictivo va en aumento. Prevemos que, para el 2018, uno de cada cinco eventos de servicio de sistemas será accionado por análisis minucioso de los datos del sistema, y por lo tanto tendrá lugar antes de que surjan problemas importantes. Este mantenimiento también puede planificarse de modo que no haya interrupciones en el flujo de trabajo.



“Nuestros clientes hace años que están transformando su decisión de compra pasando de antes decidir en base a calidad del producto a decidir en base al servicio postventa que las compañías ofrecen.”

Santiago Folie

Responsable de Servicio al cliente
Philips Health Systems Hispanic

