



Beatriz López, Directora de Clientes de Sanitas

SANITAS Y LA GESTIÓN DEL CLIENTE: CALIDAD ASISTENCIAL PARA LO QUE DE VERDAD IMPORTA

Sanitas, compañía líder en número de clientes de seguros privados de asistencia médica y salud en España, desarrolla su actividad en un escenario complejo y muy competitivo. La compañía, consciente de esta situación, y de la importancia que tiene cada cliente, se plantea hace casi 3 años crear la Unidad de Negocio de Clientes cuyo objetivo era orientar todos sus procesos estratégicos al cliente.

Necesidad

Aumentar la retención y fidelización del cliente.

Solución

SAS® Enterprise Miner™.

Beneficios

Reducción en el número de bajas. De la parte de la cartera de clientes sobre la que se emprendieron acciones de retención y fidelización, el porcentaje de abandono de estos clientes se redujo en un 25% en menos de 2 años.



“Hemos conseguido, en muy poco tiempo, transformar lo que eran simples datos en conocimiento del negocio y modelos analíticos consiguiendo, además, trasladar ese conocimiento a lo que es el día a día de la organización. Para nosotros ha sido clave contar con SAS® Enterprise Miner™”.

Beatriz López
Directora de Clientes de Sanitas

El valor del cliente para las organizaciones

Directivos de todos los sectores llevan años preguntándose: ¿Cuánto vale de verdad cada uno de mis clientes? La respuesta no es sencilla ya que no se trata únicamente de calcular ingresos menos gastos, sino de algo tan complejo como conocer el comportamiento de los clientes.

Retener a cualquier cliente no siempre repercute positivamente en la cuenta de resultados; solamente fidelizar a los clientes valiosos y rentables genera esos frutos. La clave a la hora de retener y fidelizar clientes es centrar los esfuerzos en localizar a esos clientes valiosos.

Definir una estrategia empresarial de retención y fidelización de clientes exige tomar decisiones basadas en el conocimiento de los clientes y en la predicción de comportamientos futuros. Nos encontramos ante un escenario claro de Inteligencia Análítica aplicada a la gestión del Valor del Cliente.

Sanitas, el cliente como eje estratégico

Sanitas, compañía líder en número de clientes de seguros privados de asistencia médica y salud en España desarrolla su actividad en un escenario complejo y muy competitivo. Por un lado cada vez son más las compañías que ofrecen seguros médicos, y por otro, España cuenta con una seguridad social pública de gran calidad y que además, mejora continuamente con la construcción de nuevos hospitales y la ampliación de sus servicios. La calidad del sistema sanitario público disminuye la cuota de mercado del seguro privado, que se reparte entre un número de proveedores cada vez mayor.

Sanitas, consciente de esta situación, y de la importancia que tiene cada cliente, se plantea hace casi 3 años crear la Unidad de Negocio de Clientes. Su objetivo era orientar todos sus procesos estratégicos al cliente, tal y como contempla su plan

2006-2008 que ha puesto su centro de atención en el mismo.

Sanitas entiende que dedicarse al cliente implica conocerle, ya que si no conoce quiénes son sus clientes, qué necesidades particulares tienen cada uno de ellos y cuáles son sus expectativas, difícilmente puede ofrecerles lo que necesitan, y dar respuesta a esas expectativas.

La misión fundamental de esta unidad de negocio es ayudar a la compañía a orientarse hacia el cliente, es decir, hacer que este perciba que Sanitas sí le escucha y actúa en consecuencia. El departamento se divide en dos áreas principales. Un área es la encargada de la función analítica, la cual genera todo el conocimiento del cliente. Dicho aspecto es fundamental para la compañía. Sanitas no ha escatimado en los recursos humanos y técnicos necesarios para generar la imagen más fiel de sus clientes. El área cuenta con las más potentes herramientas analíticas y bases de datos existentes en el mercado.

El otro área se encarga de diseñar, implementar y ejecutar planes concretos basados en las necesidades de los clientes, con el objetivo final de aumentar su satisfacción con los servicios que ofrece Sanitas, con lo que aumentará su fidelización y retención.

Fidelización y retención como base del crecimiento

Para Sanitas la retención y fidelización de sus clientes es tan prioritaria como la captación. Así su estrategia de crecimiento se basa tanto en la captación de potenciales clientes como en la retención de los actuales.

El objetivo principal que se marcó la compañía en su nuevo Plan Estratégico fue disminuir el número de bajas, cifras con las que las compañías aseguradoras tienen que convivir, pero que necesitan controlar dada la competitividad del mercado. El



Beatriz López, Directora de Clientes de Sanitas

“Cuando analizamos la reducción en el número de bajas, de la parte de la cartera de clientes sobre la que se emprendieron acciones de retención y fidelización, el porcentaje de abandono de estos clientes se ha reducido en un 25% en menos de 2 años”

Beatriz López
Directora de Clientes de Sanitas

detallado conocimiento del cliente, de su comportamiento y de su valor presente y futuro, proporcionado por las soluciones SAS, es clave en los programas de retención y fidelización de clientes de la organización. Sanitas lanza dicho programa hace casi 2 años y está obteniendo unos excelentes resultados.

“Cuando analizamos la reducción en el número de bajas, de la parte de la cartera de clientes sobre la que se emprendieron acciones de retención y fidelización, el porcentaje de abandono de estos clientes se ha reducido en un 25% en menos de 2 años” explica Beatriz López, Directora de Clientes de Sanitas.

Análisis de cantidades ingentes de datos

Sanitas cuenta con aproximadamente 1.500.000 de clientes cuya información es recogida en 40 tablas con 45 variables de media cada una, lo que supone un importante volumen de datos. Además la compañía trabaja con mucha información histórica. Esta ingente cantidad de información sobre los clientes es realmente valiosa, pero si no se gestiona y analiza adecuadamente su utilidad se reduce mucho. Sanitas necesitaba una potente herramienta de análisis que ayudara a la compañía a optimizar el valor de dicha información.

“Elegimos SAS porque teníamos un número de clientes muy alto y un volumen de información muy elevado. Necesitábamos una herramienta que nos ayudara, por una parte, a poner en orden toda esa información, y por otra, a traducir esos datos en el conocimiento estratégico de negocio que necesitábamos. Además esa información nos debía de ser proporcionada a tiempo para la toma de decisiones estratégicas. Eso sólo lo puedes conseguir si tienes una herramienta analítica potente que te permita realizar todo el proceso en muy poco tiempo” afirma Beatriz López, Directora de Clientes de Sanitas.

Además Beatriz López añade, *“Hemos sido capaces, gracias a SAS, de implementar un modelo de segmentación estratégica de toda nuestra base de clientes, segmentación en la que basamos toda nuestra estrategia comercial y de marketing. Esta segmentación ya ha sido asumida por toda la compañía, y es el modelo que tenemos que replicar periódicamente en el menor tiempo posible”*.

La información analítica generada a través de las soluciones SAS ya forma parte de los procesos de Sanitas, tanto de atención telefónica, de reclamaciones... etc. Todos los procesos y departamentos de la compañía han incorporado la información de los análisis realizados desde el Departamento de Clientes.

“Hemos conseguido, en muy poco tiempo, transformar lo que eran simples datos en conocimiento del negocio y modelos analíticos consiguiendo, además, trasladar ese conocimiento a lo que es el día a día de la organización. Para nosotros ha sido clave contar con SAS® Enterprise Miner™” concluye López.

“La colaboración de los Servicios Profesionales de SAS ha sido muy importante, convirtiéndose en uno de los factores del éxito. La predisposición de nuestro departamento de sistemas, junto con el excelente soporte técnico que siempre nos ha dado SAS, permitió que todo fuera muy rápido y sin problemas” añade Beatriz López.

Desde el Departamento de Clientes se señala como una gran ventaja el fácil manejo de las soluciones de SAS: *“Si lo deseas SAS te permite trabajar con una interfaz muy sencilla, muy gráfica y visual, que facilita su utilización por un elevado número de usuarios. Pero, por otra parte, SAS también te ofrece la posibilidad de trabajar con código, que es mucho más rápido, es replicable y te permite controlar el proceso, aspecto que otras herramientas más intuitivas, no te permiten controlar. Con SAS puedes elegir*

trabajar de una forma sencilla y evolucionar y escalar hacia funcionalidades más complejas. El equipo está encantado, les resulta fácil de usar y no tiene límites”.

Esto es sólo el comienzo

Pero desde Sanitas apuntan que esto es sólo el comienzo. Tras esta experiencia en retención y fidelización, el Departamento de Clientes se prepara ya para lanzar acciones destinadas a la captación de nuevos clientes apoyándose en las soluciones analíticas de SAS.

Minería de datos para inteligencia con valor añadido

SAS® Enterprise Miner™ muestra pautas y tendencias, explica resultados conocidos e identifica factores que permiten asegurar efectos deseados. Con esta solución, las compañías pueden incrementar sus ingresos, reducir los costes y mejorar su competitividad.

SAS posee la plataforma más completa del mercado en la que apoyar el proceso completo de generación de inteligencia dentro de todas las áreas de negocio – desde el área de control de gestión, pasando por las áreas de Recursos Humanos, área Financiera, Ventas o Marketing. SAS® Enterprise Intelligence Platform, integra a la perfección sus componentes tecnológicos con la infraestructura de TI existente en la organización, conformando un sistema sencillo y unificado. El resultado es un flujo de información que trasciende los silos organizacionales, las plataformas informáticas no integradas y las herramientas nicho, proporcionando una visión más completa que genera valor real para la organización.



MADRID PARQUE EMPRESARIAL DELTA NORTE AVDA. DE MANOTERAS 44 - 2º 28050 MADRID TEL: +34 91 200 73 00 FAX: +34 91 200 73 01 SOPORTE TÉCNICO: +34 91 200 73 33
BARCELONA C. JOSEP PLA, 2 B3, 5º TORRES DIAGONAL LITORAL 08019 BARCELONA TEL: +34 93 478 73 63 FAX: +34 93 478 72 39 WWW.SAS.COM/SPAIN

SAS es una marca registrada de SAS Institute Inc. SAS Circle, Box 8000, Cary (Carolina del Norte, EEUU) NC 27512-8000, USA. 00005.E.0801
SAS y el resto de nombres de producto o servicios de SAS Institute Inc. son marcas registradas de SAS Institute Inc. en EEUU y otros países.

® indica el registro en EEUU. Otras marcas y nombres de producto son marcas registradas de sus respectivas compañías. Copyright © 2007, SAS Institute Inc. Todos los derechos reservados.