

FEAR FREE – NIVEL 2: MÓDULO 4

TITULO	FEAR FREE – NIVEL 2
EPISODIO	MODULO 4

Diapositiva 1:

Bienvenido al Nivel 2 de Fear Free, Módulo 4. Comunicación: Compartiendo el mensaje Fear Free dentro y fuera de la práctica.

Diapositiva 2

Los módulos del nivel 2 continuarán basándose en el conocimiento que has adquirido en el programa de certificación Fear Free anterior. Este módulo tiene como objetivo ayudarte a mejorar la comunicación con los otros miembros del equipo y con los clientes. El módulo incluye 4 lecciones: Preparación, Implementación, Registro del perfil emocional, y Mantenimiento de la motivación y gestión de las dificultades.

Diapositiva 3

Después de completar este módulo, todo el equipo veterinario podréis:

- Prepararos para la implementación de las técnicas Fear Free estableciendo metas e identificando los roles y responsabilidades de cada uno en la comunicación interna y con los clientes.
- Aprender sobre el registro del perfil emocional y cómo mejorar la atención al paciente y el flujo de trabajo del centro veterinario.
- Aprender cómo mantener motivado al personal y cómo gestionar los posibles problemas que puedan surgir.

Diapositiva 4

Lección 1: Preparación

Diapositiva 5

Prepararte para la implementación de los conocimientos adquiridos en los módulos anteriores es importante a nivel individual, a nivel de equipo y para el éxito futuro de la formación del nuevo personal de tu centro.

Después de completar esta lección, podrás:

- Identificar los objetivos
- Establecer un cronograma para la implementación
- Involucrar al resto del equipo y participar en el éxito a largo plazo

Diapositiva 6

Implementar las técnicas Fear Free en tu centro veterinario y tener éxito a largo plazo requiere realizar cambios en la forma de trabajar de todo el equipo. Fear Free no es un servicio que ofrezcas a tus clientes o a tus pacientes, es un nuevo estándar de atención. Hablar de ello con regularidad con otros miembros del equipo hará que esté siempre presente en la mente de todos, y permitirá que todos juntos mejoren sus habilidades. Hablar de ello con los clientes facilita que se involucren en el cuidado de su animal, pero también les permite saber que, para ti, el bienestar emocional de su animal es tan importante como su bienestar físico. Puedes iniciar conversaciones adicionales y es posible que descubras que hay otras situaciones que causan MAE en el animal. Esto es una oportunidad para que puedas ayudar a reducir el MAE fuera de tu centro, y mejorar el vínculo entre el animal y su propietario, y también entre el cliente y tu centro.

Diapositiva 7

Establecer objetivos es un paso importante para garantizar el éxito a largo plazo de la implementación de Fear Free en tu centro.

Tanto si estás en las etapas iniciales de implementación y estás tratando de incorporar al resto del equipo, como si quieres introducir mejoras en tus protocolos y procedimientos ya existentes, establecer metas te ayudará a planificar y también a medir tu éxito.

Al principio, debes preguntarte qué esperas lograr con el proyecto. Deberías poder transmitir tu objetivo final al resto del equipo para que tenga una visión clara del proyecto. Esto puede incluir objetivos generales y objetivos específicos.

En segundo lugar, identifica quién será responsable del proyecto. Podrías considerar crear un comité para el proyecto o un grupo de trabajo con representantes de cada servicio de tu centro.

En tercer lugar, decide el calendario de trabajo. Esto incluirá una fecha de inicio, planes para controles regulares o seguimientos, y las fechas límite para los objetivos específicos.

Por último, querrás tomarte un tiempo para decidir cómo le darás vida a este proyecto. Determina quién será responsable de cada parte. Si has creado un comité, este es un buen momento para dividir la carga de trabajo y delegar responsabilidades.

Diapositiva 8

Una vez que hayas identificado tus objetivos, estarás listo para transmitirlos al resto del equipo. Comienza por explicar tu visión y compartir los detalles del proyecto con ellos. Involucra al resto del equipo pidiéndoles sus opiniones y respondiendo cualquier pregunta que puedan tener. Identifica qué aspectos pueden motivarles explicándoles cómo este proyecto beneficiará a los pacientes, a los clientes y al equipo.

A continuación, dales los detalles. Deberás prepararlos para los cambios que puede haber y lo que necesitarás de ellos para que el proyecto tenga éxito. Darles los detalles les ayudará a sentirse cómodos con el proyecto y los preparará para cumplir mejor con las expectativas. Explica cuál será su función, qué capacitación se requerirá, y cómo sucederá. Hazles saber que sus comentarios son importantes y que deseas escucharlos a medida que avanza el proyecto.

Diapositiva 9

Incluir a los miembros del equipo en la implementación de las prácticas Fear Free en tu centro garantizará su participación. Mientras compartes los detalles del proyecto, pide paciencia y voluntad para intentarlo. Si has elaborado un plan sólido, puedes considerar pedir a los miembros del equipo un compromiso personal de 60 días antes de evaluar completamente el proyecto y realizar las modificaciones necesarias. El cambio puede ser intimidante y está bien reconocerlo. Pueden tener miedo a lo desconocido o a salir de su zona de confort, y hacer las cosas de una manera diferente. Pueden tener miedo a fallar. Describir los detalles del proyecto puede ayudar a aliviar estos temores.

Diapositiva 10

Una vez que tengas un plan sólido, puedes ayudar al equipo y garantizar su éxito fomentando la certificación Fear Free y compartiendo las herramientas que hay disponibles en fearfreepets.com. Puedes considerar hacer talleres internos, reuniones específicas del personal de Fear Free o pedir a determinados miembros del equipo que realicen un entrenamiento personalizado con el personal. Hacer reuniones con cada uno de los miembros del personal y hacer reuniones de todo el grupo respaldará tus objetivos y permitirá a los miembros del equipo compartir lo que está funcionando y los aspectos en los que necesitan más ayuda. Preguntar acerca de los posibles problemas te permitirá concentrar tus esfuerzos en la resolución de los mismos. Es importante que el personal sepa que habrá situaciones que no se resolverán tan bien como les hubiera gustado, y que es normal que esto suceda. La oportunidad de discutir estas situaciones en grupo y compartir ideas sobre lo que podrían intentar la próxima vez permite que todos mejoren. Comentar los éxitos y avances ayuda a mantener la motivación y a seguir con el proyecto.

Diapositiva 11

Ahora que has identificado tus objetivos, establece un calendario para la implementación y determina cómo involucrarás a tu equipo. Ahora ya estás listo para implementar el programa.

Diapositiva 12

Lección 2: Implementación

Diapositiva 13

Una vez que hayas planificado como implementar el programa y se lo hayas comunicado al equipo, estarás listo para implementarlo.

Después de completar esta lección, podrás Establecer las tareas y las responsabilidades de cada servicio de tu centro.

Identificar estas tareas y cómo cada persona trabajará en conjunto y con los clientes, ayudará a los miembros del equipo a comprender mejor lo que se espera de ellos y garantizará el éxito del proyecto. Pondremos ejemplos de diferentes roles, pero te animamos a que los personalices teniendo en cuenta las necesidades de tu centro. Asegúrate de incluir cualquier servicio adicional que forme parte de tu centro, como peluqueros, entrenadores o miembros del equipo que atienden a los pacientes hospitalizados. Recuerda que cada encuentro con un paciente o cliente es una oportunidad para mejorar la experiencia y difundir el mensaje Fear Free.

Diapositiva 14

A medida que desarrolles los diferentes roles de tu centro, piensa cómo se llevará a cabo la comunicación interna con otros miembros del equipo y con los clientes, tanto antes de la visita como mientras el paciente está en el centro.

Diapositiva 15

Los representantes de atención al cliente suelen ser el primer y último punto de contacto con los clientes. Son responsables de recopilar información del cliente antes de la visita, registrar y transmitir los detalles al resto de los miembros del equipo, preparar al cliente para la visita y, a menudo, recopilar información adicional al final de la visita.

Los Representantes de Atención al Cliente pueden ayudar a organizar una visita exitosa al compartir información importante con el cliente y el resto del equipo. Con los clientes, recopilarán información sobre sus preocupaciones, confirmarán el uso de productos antes de la visita, y compartirán consejos sobre cómo reducir el MAE durante el viaje, además de prepararlos para la visita. Con otros miembros del equipo, transmitirán la información más importante proporcionada por el propietario, anotarán los aspectos más importantes en el perfil emocional del paciente o en la agenda, y coordinarán la atención al paciente entre el cliente y el equipo veterinario.

Diapositiva 16

En este video, veremos como un representante de atención al cliente mantiene una conversación telefónica con un cliente que acaba de solicitar una cita para su perro. En este momento empieza ya a prepararse la visita Fear Free. El representante de atención al cliente recopilará información y ayudará a preparar al cliente para la visita. Escucha la conversación y piensa cómo podrías manejar una conversación como ésta en tu centro.

Diapositiva 17

Los auxiliares veterinarios (ATVs) deben garantizar la comodidad de los pacientes, coordinar la atención con otros miembros del equipo para completar los procedimientos necesarios, y educar a los clientes.

El auxiliar veterinario será responsable de hacerle preguntas abiertas al cliente y recopilar información sobre sus experiencias previas o sus inquietudes. Puede explicar a los clientes cómo se sabe si un animal está relajado y a gusto, así como alertarlos sobre cualquier signo de MAE que pueda estar observando. Es posible que los clientes no sean conscientes de los cambios en el lenguaje corporal de su animal y valorarán positivamente que no solo estemos considerando el estado emocional de su animal, sino que estemos dando prioridad a su bienestar. Al decirles a los clientes lo que está haciendo y por qué lo hace, el auxiliar veterinario refuerza esta prioridad y también educa al cliente en el proceso.

Con otros miembros del equipo, los auxiliares compartirán y registrarán el estado emocional del paciente anotando los signos de MAE que hayan observado y cualquier medida que hayan tomado para mejorar la comodidad del paciente. También coordinarán la atención con cualquier otro miembro del equipo que interactúe con el paciente.

Diapositiva 18

En este video, estamos en una sala de exploración. El Representante de atención al cliente y el auxiliar acaban de saludar al cliente y registrar el peso del perro en el vestíbulo. El auxiliar ha estado observando al perro y ha detectado algunos signos de MAE. Presta especial atención a cómo el auxiliar interactúa con el perro mientras habla con el cliente. Escucha la interacción y piensa cómo podrías manejar una conversación como ésta en tu centro.

Diapositiva 19

El veterinario será responsable de recopilar la información obtenida por otros miembros del personal sobre cualquier aspecto importante -incluyendo los signos de MAE que presenta el animal-, coordinará la atención con el resto del equipo, y proporcionará información al propietario para que entienda los pasos que se seguirán para que la visita sea Fear Free. El veterinario también es el responsable de decidir si es necesario el uso de fármacos previos a la visita para reducir el MAE. Consulta el nivel 1 del programa de certificación si necesitas información adicional sobre el uso de estos fármacos.

Diapositiva 20

En este video seguimos la escena anterior en la que el auxiliar habla con un cliente sobre cómo abordar las señales de MAE. El auxiliar ha hablado con el veterinario y le ha contado lo que ha observado, cómo respondió el perro y los problemas que presenta cuando va en coche. Escucha la conversación y piensa cómo podrías llevar a cabo una conversación como ésta en tu centro.

Diapositiva 21

El gerente o el propietario del centro es el responsable de definir los objetivos además de proporcionar la educación o capacitación necesaria y el acceso a los recursos al personal del centro. También establecerá y reforzará las expectativas, solicitará opiniones y responderá a las inquietudes del personal. Puede ayudar a implementar cambios en el software de gestión del centro para mejorar los registros específicos de Fear Free. Además, durante las reuniones, fomentará la conversación sobre la implementación de Fear Free y discutirá los planes para mantener la motivación.

Diapositiva 22

En este video veremos una conversación entre la gerente del centro y uno de los miembros del personal que tiene ciertas dificultades para explicar lo que hace para que la visita sea Fear Free. La gerente ayuda a la auxiliar a mejorar la comunicación con los clientes mejorando sus habilidades comunicativas. Si bien este escenario involucra a una gerente y una auxiliar, este tipo de retroalimentación y conversación de entrenamiento puede darse a cualquier nivel. Escucha su conversación y piensa en cómo podrías manejar una situación similar en tu centro. Más adelante en este módulo veremos otras conversaciones potencialmente difíciles.

Diapositiva 23

Has definido las funciones y responsabilidades de cada servicio dentro de tu centro con respecto a la implementación de Fear Free. Esto garantizará la coherencia del estándar de atención Fear Free, su implementación y el mantenimiento de la motivación.

Diapositiva 24

Lección 3: Registro del perfil emocional

Diapositiva 25

A medida que implementamos los principios Fear Free y recopilamos información sobre el estado emocional de los pacientes bajo nuestro cuidado, necesitamos un método para registrar esa información para poder prepararnos mejor para futuras visitas, evaluar nuestros éxitos, y observar las tendencias específicas de los pacientes para poder reducir de una forma más eficaz el MAE que presentan algunos de ellos.

Después de completar esta lección, podrás:

- Definir el perfil emocional del paciente
- Determinar qué información debe incluirse en él.
- Registrar los niveles de MAE durante diferentes momentos de la visita veterinaria.
- Utilizar el perfil emocional para cuidar mejor a tus pacientes durante las próximas visitas.

Diapositiva 26

Al registrar el perfil emocional de nuestros pacientes y los detalles de su experiencia, podemos ayudar al equipo a prepararse para futuras visitas y continuar ayudando a reducir el MAE en nuestros pacientes.

Esta información se registra mejor en la sección de alertas del software de administración de tu centro, o en la primera hoja de los historiales en papel, para que cualquiera que acceda al registro de ese paciente pueda verla fácilmente. Debido a las limitaciones de espacio, debemos buscar otros métodos para documentar la información. Esto se puede hacer agregando información a los registros médicos, registrando los niveles de MAE del paciente en el historial de cada visita.

Diapositiva 27

La escala MAE se desarrolló para crear un método objetivo y de fácil interpretación para medir el miedo, la ansiedad y el estrés en los pacientes. Es similar a un sistema de puntuación del dolor o de la condición corporal, en el sentido de que cada puntuación tiene criterios que cualquiera que revise los registros médicos puede entender fácilmente. Al igual que el nivel de dolor o la condición corporal, los niveles de MAE pueden cambiar de una visita a otra y pueden verse modificados por situaciones específicas. La diferencia entre monitorizar el dolor, la condición corporal o el MAE, es que los niveles de MAE pueden variar durante la visita al veterinario y, por lo tanto, deben evaluarse periódicamente. Los niveles de MAE deben anotarse en el historial del paciente. Puedes descargar un ejemplo de formulario haciendo clic en el enlace de esta página. La primera página detalla los criterios de puntuación y la segunda página sugiere qué aspectos de la visita deben puntuarse.

Diapositiva 28

El registro del perfil emocional está destinado a proporcionar un método para registrar la información del estado emocional de los pacientes, de manera que pueda ser fácilmente revisado en cada visita con el objetivo de registrar, aliviar y prevenir el MAE. Permite, además, prepararnos mejor para futuras visitas ya que el personal puede anticiparse a las necesidades del animal y realizar un seguimiento del progreso del MAE. Incluye los antecedentes, posibles alergias, advertencias, técnicas o herramientas que han demostrado su eficacia con ese paciente, cualquier plan propuesto para visitas futuras, y la puntuación de MAE.

La capacidad de ver fácilmente la información personalizada y las respuestas previas del paciente a la atención junto con cualquier otro punto importante puede hacer que la experiencia sea más cómoda para el paciente y para el cliente.

Consultar el registro emocional del paciente antes de la visita prepara al equipo para reducir el MAE de forma proactiva, personalizada y más eficaz. Puedes encontrar una plantilla de ejemplo para el registro del perfil emocional haciendo clic en el icono.

Diapositiva 29

Al utilizar un protocolo estándar para registrar el perfil emocional de tus pacientes conseguirás:

- Proporcionar una comunicación más consistente
- Proporcionar una atención al paciente más eficiente porque las soluciones que han funcionado en el pasado están documentadas
- Evitar, o al menos aliviar, el MAE en tus pacientes.

Diapositiva 30

Lección 4: Mantener la motivación y gestionar las dificultades

Diapositiva 31

Una vez que el equipo esté preparado, se hayan desarrollado los roles y hayas establecido buenos métodos para registrar el estado emocional del paciente como parte de su historial médico, estarás listo para concentrarte en mantener al personal motivado y abordar las dificultades.

Después de completar esta lección, podrás:

- Hacer un seguimiento con los miembros del equipo para mantenerlos comprometidos
- Gestionar las dificultades potenciales tanto con los miembros del equipo como con los clientes.

Diapositiva 32

Tanto los responsables del proyecto como los diferentes miembros del equipo tienen un papel clave para que el programa Fear Free tenga éxito. Los responsables del proyecto tendrán la tarea de entregar la información, verificar que se cumplen las expectativas y hacer un seguimiento de las dificultades que puedan ir surgiendo.

La retroalimentación puede venir de cualquier miembro del equipo, así como de los clientes. Preguntar a los compañeros de trabajo y a los clientes qué les funciona bien y qué no, facilitará la implementación del programa. Los éxitos deben celebrarse y compartirse en grupo. Si algo no salió bien, es preferible intentar resolverlo en equipo, para que todos puedan beneficiarse de las posibles soluciones.

Los responsables del proyecto deben revisar periódicamente los objetivos establecidos. Una vez que se cumplan algunos o todos los objetivos, pueden comenzar a concentrarse en las mejoras y actualizaciones. El equipo debe participar en la generación de ideas sobre qué más puede hacerse para continuar con la implementación de Fear Free. Esas ideas pueden conducir a los siguientes pasos y metas adicionales. Considera incluir miembros adicionales en el comité de proyectos de Fear Free en tu centro, o pídeles que dirijan proyectos especiales como parte del proceso. Para seguir mejorando, es importante que el personal se sienta involucrado y, de este modo, mejorar aún más la experiencia del paciente y del cliente.

Diapositiva 33

A pesar de haber hecho una buena planificación e implementación del proyecto, siempre habrá inquietudes que deben abordarse. Es posible que en ocasiones algunos miembros del equipo estén desmotivados y, que algunas conversaciones con los clientes resulten difíciles. En esta sección, discutiremos algunas posibles explicaciones, así como opciones para sortear con éxito estas posibles dificultades.

Diapositiva 34

Anteriormente discutimos cómo el cambio puede ser un desafío para algunas personas. Además de proporcionar una formación adecuada y constante y de solicitar comentarios con regularidad, podemos ayudar a los miembros del equipo teniendo paciencia mientras aprenden y crecen. Podemos permitir los fracasos, pero debemos alentarlos a que aprendan de ellos. Haz preguntas y ofrece ayuda si alguien tiene dificultades. El responsable del proyecto, o el comité interno, puede trabajar con el director del centro veterinario para crear políticas, y procedimientos para eliminar las dudas y establecer expectativas claras. Se puede ofrecer formación continuada específica para los miembros del personal con dificultades en determinadas áreas, y debe haber una buena comunicación con la gerencia sobre las inquietudes del personal.

Diapositiva 35

A medida que comenzamos a hablar de Fear Free con los clientes, es posible que tengan preguntas o incluso se sorprendan de lo que ven o escuchan sobre su animal. Esta es una oportunidad para explicarles lo importante que es para ti que su animal esté a gusto. Como se discutió anteriormente en la sección de roles del departamento, los Representantes del Servicio de atención al Cliente pueden iniciar esta conversación reuniendo información y ayudando a los clientes a planificar la visita ofreciendo consejos sobre el desplazamiento al centro, o pidiendo al cliente que traiga a su animal en ayunas para que acepte mejor los premios.

Si te encuentras con un cliente reacio o desconfiado, pregúntale qué preocupaciones tiene y abórdalas. Proporciona información como por ejemplo los signos de MAE que estás observando y concéntrate en el bienestar de su animal. Aprovecha la oportunidad para compartir las razones por las que dicho bienestar es importante para ti, y haz saber a los clientes que el resto del equipo y tú os habéis formado en esta área. Esto demuestra tu compromiso en proporcionar la mejor atención posible.

Diapositiva 36

Puedes tratar con el resto del personal aquellas conversaciones complicadas que hayas mantenido con algunos clientes. Tener protocolos establecidos garantizará la coherencia y reducirá la confusión tanto del equipo como del cliente. Reconocer las necesidades del cliente y proporcionar posibles soluciones para satisfacerlas hará que los clientes se sientan cómodos. Además, centrar las conversaciones en el bienestar del animal personaliza la experiencia y refuerza sus prioridades.

Diapositiva 37

Si encuentras resistencia por parte de un cliente, es importante comprender el por qué. Hacer preguntas sobre las inquietudes que tienen puede proporcionar información valiosa sobre cuáles son sus prioridades. Pueden estar preocupados por el bienestar de su animal. Esto puede ocurrir si son conscientes de los signos de MAE que manifiesta. En otras ocasiones, pueden estar preocupados por el procedimiento que debes realizar y pueden pensar que no podrás llevarlo a cabo. Si el tiempo es un factor limitante, es posible que les preocupe que lo que propones lleve mucho tiempo o que tengan que volver otro día. También el coste puede ser una fuente de preocupación para los clientes.

La clave del éxito es reconocer sus prioridades, abordar sus preocupaciones y estar preparado para presentar un plan que satisfaga sus necesidades y tenga en cuenta el estado emocional de su animal.

Diapositiva 38

Algunos ejemplos de respuestas a considerar son:

"El bienestar de Buddy es importante para nosotros, y esto es lo que nos gustaría hacer para cuidarlo de la mejor manera posible"

"Esto no está funcionando con Sophie hoy, intentemos ..."

"Entiendo que (el procedimiento) es importante, aquí están nuestras opciones ... ¿Qué opción le parece mejor?"

En las reuniones con el resto del personal puedes intercambiar ideas acerca de cómo abordar estas cuestiones y otras similares. Darles a los miembros del equipo un punto de partida para empezar a trabajar puede aumentar su confianza y hacer que estas conversaciones se desarrollen sin problemas.

A continuación, analizaremos ejemplos de posibles conversaciones con clientes y algunas sugerencias sobre cómo podrías manejar la situación de manera efectiva, comprendiendo las inquietudes y prioridades del cliente y, llevando a cabo una visita Fear Free. A medida que analicemos estos ejemplos, piensa en cómo te comunicarías con estos clientes en tu centro.

Diapositiva 39

Bob es un ejemplo de un cliente que suele decir algo como "No tengo tiempo para esto" o "Simplemente hazlo".

Puedes ofrecer reprogramar la cita, si ahora no es un buen momento. Otra opción es que Bob deje a su animal y regrese más tarde a recogerlo. Si tienes un plan para llevar a cabo la visita, puedes explicárselo al cliente. De este modo, si entiende los beneficios que llevar a cabo ese plan tiene para su animal, puede que acepte, especialmente si las alternativas son menos convenientes para él más adelante.

Diapositiva 40

En este video, verás un ejemplo de cómo sería una conversación así. Observa cómo el miembro del equipo aborda las preocupaciones del cliente pensando a la vez en el animal. Piensa en cómo podrías manejar una situación similar en tu centro.

Diapositiva 41

Clara, que no está muy bien informada, es un ejemplo de un cliente que puede decir algo como "Oh, está bien" o "No sé por qué está actuando así "

Esta es una oportunidad para educar y tranquilizar. Normaliza la situación haciéndole saber a Clara que las visitas al veterinario pueden ser estresantes para los animales y que lo que estás viendo es una reacción normal de estrés. Prepara un plan para que su animal se sienta más cómodo. Explicarle lo que estás haciendo y por qué lo haces, le ayudará a comprender mejor la situación. Si tus estrategias ayudan a reducir el MAE, asegúrate de explicárselo a la propietaria.

Diapositiva 42

Steve, es una persona desconfiada y un ejemplo de un cliente que puede decir algo como "Nadie más ha tenido problemas para hacer esto" o "¿Qué le hiciste a mi animal para que actuara de este modo?"

Proporcionar una explicación tanto de los signos de MAE que estás viendo como de las razones por las que deseas hacer las cosas de una manera diferente, puede ayudar a Steve a comprender qué puede haber cambiado. Ofrecerle información alentadora puede hacer que se sienta más cómodo con el plan que propones.

Diapositiva 43

En este video, verás un ejemplo de cómo sería una conversación así. Observa cómo el miembro del equipo aborda las preocupaciones del cliente pensando a la vez en el animal. Piensa en cómo podrías manejar una situación similar en tu centro.

Diapositiva 44

Edith se siente avergonzada y es un ejemplo de un cliente que puede decir algo como "No puedo creer que hiciera esto" o "Perro malo".

Ésta es otra situación en la que la educación y la tranquilidad pueden ayudar a calmar las preocupaciones del cliente. Explícale a la propietaria que lo que está viendo es una reacción normal de estrés y ofrécele información para mejorar la experiencia. También puedes preguntarle a Edith si hay otras situaciones en las que su animal actúa así, y proporcionarle estrategias para reducir el MAE en esas circunstancias.

Diapositiva 45

En este video, verá un ejemplo de cómo sería una conversación así. Observa cómo el miembro del equipo aborda las preocupaciones del cliente sin dejar de pensar en el animal. Piensa en cómo podrías manejar una situación similar en tu centro.

Diapositiva 46

Tanya es un ejemplo de un cliente que podría decir algo como "Oh, no necesita esas golosinas" o "Ella está bien, no te preocupes".

Es posible que te pregunten por qué le das tantos premios. Lo que estás haciendo puede sorprender y puede ser una de las primeras cosas en las que se fijan los clientes cuando implementes el programa Fear Free en tu centro veterinario. Es un escenario que puede usarse para explicar el programa Fear Free y por qué dar premios puede ser tan importante para hacer que las visitas al veterinario sean una experiencia positiva. Explicárselo a los clientes ayudará a que comprendan su importancia. En esta situación, también puedes explicar que las visitas al veterinario no son una experiencia diaria normal para la mayoría de los animales.

Diapositiva 47

En este video, verás un ejemplo de cómo sería una conversación así. Observa cómo el miembro del equipo aborda las preocupaciones del cliente pensando a la vez en el animal. Piensa en cómo podrías manejar una situación similar en tu centro.

Diapositiva 48

Como parte de tu comunicación con los clientes, es posible que necesites proponer opciones como modificación del comportamiento, productos farmacológicos antes de la visita o sedación. Hay más información disponible sobre estas opciones en las lecciones de Nivel 1 de certificación Fear Free y en la Fundación Fear Free para gatitos y cachorros. También hay recursos adicionales disponibles en fearfreepets.com y en Fear Free Toolbox.

Diapositiva 49

El compromiso es necesario para que Fear Free sea un éxito en tu centro. Igual que discutimos los pasos para lograr que el equipo participe y se involucre, la participación del cliente es también fundamental.

El escenario ideal incluye la preparación previa a la visita, comenzando con el representante del Servicio de Atención al Cliente. Además, la comunicación con el cliente durante toda la visita y que entienda en cada momento lo que se está haciendo y el por qué, son aspectos muy importantes. Del mismo modo, hacer preguntas de seguimiento para obtener información sobre el paciente y sobre el cliente sirve para demostrarle a este último que valoras tanto sus prioridades como las necesidades de su animal.

Diapositiva 50

Prepara un plan para realizar un seguimiento. Prepárate para enfrentarte a dificultades y practica respuestas por si algún cliente resulta problemático. De este modo, tu equipo y tú podréis mantener la motivación durante la implementación del programa.

Diapositiva 51

Este módulo te ha proporcionado las herramientas para prepararte tanto a ti como al personal del centro para la implementación de las técnicas Fear Free, estableciendo metas e identificando las funciones y responsabilidades de cada servicio en la comunicación Fear Free, internamente y con tus clientes. Has aprendido la importancia del registro del perfil emocional, cómo mantener motivado al personal y como gestionar las dificultades que puedan surgir.

Diapositiva 52

Gracias a nuestros colaboradores y editores que ayudaron a elaborar este módulo.

Diapositiva 53

Este curso fue posible gracias a nuestro patrocinador de 2021 Ceva Animal Health.