

Conversaciones en la consulta de la óptica: Una introducción

Todos los días hablamos con nuestros pacientes, pero ¿con qué frecuencia nos paramos y pensamos sobre nuestras conversaciones, y cómo estas son percibidas? Clair Bulpin, Andy Cole y Alison Ewbank revisan algunos de los principios involucrados en una comunicación efectiva con los pacientes.

Clair Bulpin es optometrista en una óptica independiente en Gloucestershire, y es examinadora y asesora del Colegio de Optometristas (UK), Andy Cole es asesor de negocios y especialista en desarrollo y liderazgo. Ambos son profesores en The Vision Care Institute of Johnson & Johnson Medical.



¿Qué estamos comunicando a nuestros pacientes?

Comunicación es mucho más que solo palabras. Una comunicación eficiente con los pacientes puede beneficiar todas las áreas de su negocio, desde mejorar los resultados clínicos hasta hacer más eficiente el uso de su tiempo, y al aumentar el valor del paciente, también construimos fidelidad.

Tener éxito al atraer pacientes y retenerlos como valiosos clientes puede depender de tan solo tener una simple conversación con cualquier persona de su equipo de trabajo.

Piense por un momento en una ocasión en la que usted haya recibido una atención excelente. Además de sobrepasar sus expectativas, esa experiencia puede haber provocado lealtad, recomendación y una comprensión mejor del servicio recibido.

Lo más probable es que la comunicación haya sido clave en esta experiencia. En la misma manera, cada interacción con un paciente nos proporciona una gran cantidad de oportunidades de comunicarnos, y la posibilidad de poder hacerlo de manera adecuada construyendo una relación de confianza. Si bien todos nos consideramos buenos comunicadores, nuestros pacientes pueden no estar de acuerdo.

Identificar qué es lo que hay que observar y escuchar, es el primer paso hacia conversaciones más productivas. Pero es importante tener en mente el viejo cliché de que una conversación es un proceso en dos direcciones. Ser comprendido es una combinación de qué es lo que usted dice y hace, y cómo responde su interlocutor.

La comunicación efectiva le beneficiará a usted, a sus pacientes, a su consulta y a su equipo. El resultado es el mismo para todos: excelencia en el cuidado visual.

La rutina no es rutina

Muchas veces son los pequeños cambios los que tienen el mayor impacto. Un sutil cambio en una palabra, una pronunciación distinta o el volumen usado, el lenguaje corporal, el cómo y cuándo se hace una frase... todos y cada uno de estos detalles afectan a el cómo un paciente interpreta una conversación, y por ende, la forma en que este responde.

La mayor parte de nuestro contacto se realiza hasta cierto punto en piloto automático.

Casi todo lo que hacemos, lo que decimos y cómo nos comportamos (la forma en que de hecho elegimos comunicarnos), es realmente una "rutina". Esto es fácil de entender cuando usted atiende al décimo paciente del día, pero desde la perspectiva de este, pueden haber pasado dos años desde su última visita a su óptica. Para los pacientes, su visita es la única por la cual el profesional tiene que preocuparse ese día.

Como estamos entrenados a reconocer señales y síntomas, también aprendemos a escuchar y a reaccionar automáticamente. Tendemos a decir menos o a hacer menos preguntas para investigar, mientras que el paciente puede querer o esperar que nosotros le digamos más.

La forma de tratar a los pacientes como personas y reconocer que se debe personalizar la forma de llevar nuestra comunicación según las necesidades de ellos, es esencial para sacar el máximo potencial de cada relación.

En lugar de pensar en "tratar a los demás como usted quiere que le traten", piense en "tratar a los demás como ellos quieren ser tratados".

Entender cómo le perciben los demás a usted, su personalidad, su estilo de interacción y su reputación le ayudará a identificar sus propias fortalezas y debilidades, así como a mejorar sus habilidades de comunicación.

Conversaciones en la óptica

Una nueva serie de artículos sobre las conversaciones que se tienen en la óptica con los usuarios o potenciales usuarios de lentes de contacto, encargados por The Vision Care Institute y editados por Alison Ewbank y Jane Veys.

Los temas a cubrir incluirán:

- Cómo presentar los lentes de contacto a un potencial nuevo usuario.
- Cómo interactuar con el nuevo usuario, desde su enseñanza hasta la primera revisión.
- Cómo usar los deportes para abrir un diálogo sobre lentes de contacto.
- Cómo hacer sus conversaciones amigables para niños y adolescentes.
- Cómo manejar a largo plazo a los usuarios que necesitan cambiar su prescripción.
- Cómo explicar a sus usuarios la necesidad de actualizar sus lentes de contacto.
- Cómo discutir sobre la salud y la estética como motivaciones para usar lentes de contacto.

Utilice esta serie en su consulta para:

- Trabajar con su equipo sobre cómo conseguir una comunicación efectiva.
- Inspirar a cada miembro a pensar en sus propias conversaciones en la óptica.
- Desarrollar sus propias fortalezas e identidad y vencer sus debilidades.
- Personalizar cada conversación en función de las necesidades de cada paciente.

Salga de su zona de comodidad

En la óptica, la mayoría de los profesionales inician la consulta con la misma frase bien engranada. Las palabras para iniciar la conversación, dichas en una forma o tono específico son seguidas normalmente (al menos en nuestra mente) de una amable expresión facial. Queremos crear una buena impresión de nosotros mismos y de nuestro negocio siendo amigables, abiertos y amables, pero también siendo profesionales y dignos de confianza.

Quizá hayamos experimentado algunas otras opciones, pero una vez que encontramos las palabras que nos funcionan, tendemos a usarlas siempre, llevando el examen visual de manera predecible por el camino conocido.

Usar palabras ya conocidas y familiares, aún casi siempre con las mejores intenciones, deja a un lado la honestidad de una conversación real. Todos conocemos a alguien cuya respuesta típica es “perfecto”, o “qué bien”, sea cual fuere la situación. Otro ejemplo es “síntese por favor, ahora le atiendo”, ¿sea porque realmente le va a atender en unos segundos o bien se tarde mucho en hacerlo! Sin contexto y significado, esas frases sin riesgo se convierten en el “que tenga un buen día” que todos conocemos e ignoramos.

Estas expresiones van más allá del consultorio, las usamos en el punto de venta, en la entrega de gafas, etcétera y todo el personal las adora. Para usted será fácil identificarlas cuando sus colegas las usan, pero a veces es difícil percibir las en uno mismo.

El problema con esto es que con el tiempo se convierte en algo complicado de cambiar. A veces, para conseguir mejoras, tenemos que ser valientes y buscar alternativas que nos saquen de nuestra zona de comodidad.

Construya confianza

En lugar de adecuar a sus pacientes a “su” rutina, piense en establecer relaciones individuales, tal como lo haría en lo social. La confianza es un proceso por el cual dos personas responden mutuamente, y es clave para tener éxito en cada una de sus interacciones.

Aumentar la relación de confianza con sus pacientes le dará mejor información, que a su vez le ayudará en la toma de decisiones. Usted sabrá que ha logrado aumentar la confianza con sus pacientes cuando le empiecen a contar lo que piensan y por qué lo piensan. Incluso le dirán cómo se sienten.

La confianza se logra al escuchar con atención, lo que muestra empatía y consideración a los demás. También involucra al paciente en la toma de decisiones clínicas.



La base de la confianza es sentirse importante, competente y aceptado.

Porque la confianza propicia situaciones en las que el paciente se siente con más libertad y poder.

Si el paciente comprende qué es lo que pasa (y por qué), sus recomendaciones sobre el cuidado visual, o de sus lentes, serán comprendidas y bien aceptadas.

El psicólogo Will Schutz describe un elemento humano en la comunicación que contiene tres factores para lograr la confianza: la necesidad de sentirse importante, competente y querido¹, cuanto más reconozcamos estas necesidades en nuestros pacientes, nuestro trato con ellos será más eficaz.

Dé un paso atrás y mire en perspectiva para reflexionar sobre lo que desea de la consulta, ya que una visión más amplia sobre la salud, visión y leves cambios en su paciente pueden afectar el resultado de su revisión. Invertir tiempo en pensar sobre cómo establecer y mantener la confianza de sus pacientes le ayudará a mejorar en el uso de su tiempo y la calidad de su conversación con ellos.

Un panorama más amplio

Por supuesto que hay un “panorama más amplio” en la comunicación durante las revisiones. Necesitamos recabar información, pero no se trata solo de hacer preguntas, sino también de la exactitud y relevancia de la información que estamos recabando.

Con pequeños cambios en sus técnicas de escuchar y preguntar, sus pacientes podrán hablar de sus opiniones y sentimientos, así como ponerse de acuerdo con usted antes y después de cada consulta, ya que esto puede hacer una gran diferencia al evitar mensajes erróneos o mal interpretados.

Mientras que el profesional recaba la información y reflexiona sobre las respuestas, el paciente puede pensar “ya he respondido a todas las preguntas, pero me siento ignorado”. Con algunas rutinas, muchos pacientes creen equivocadamente que hay una respuesta correcta o incorrecta (“uno o dos”, “rojo o verde”), y deben saber que no es así. Esta puede ser una de las pocas revisiones a las que se someten, en las que podrán contestar sin problema “no sé” o “no hay diferencia”.

También debemos dar la información, sean buenas noticias o no, de forma que el paciente pueda entenderlas y aceptarlas. Necesitamos dar consejos e instrucciones y que estas sean aceptadas. Es muy fácil culpar a los pacientes por no seguir nuestras instrucciones y consejos, pero puede ser que lo que realmente falla sea nuestra propia habilidad para comunicarnos.

Ahora bien, las habilidades de comunicación son parte integral del entrenamiento y competencia del personal profesional, pero muchas veces nos negamos a cultivarlas. Muchas de las quejas presentadas ante órganos regulatorios se centran en el no poderse comunicar o en relaciones que se deterioraron. Los más altos niveles de conocimiento y práctica tendrán sólo un beneficio limitado si fallamos en la comunicación.

Quizá el reto más grande al que nos enfrentamos como profesionales, es recordar que las cosas que hacemos rutinariamente, una y otra vez, día a día, durante todos los años de nuestra carrera, definitivamente no son rutina para nuestros pacientes. Ellos necesitan saber que tienen toda nuestra atención y que sus necesidades específicas quedan cubiertas.

Adopte un enfoque centrado en el paciente

La Dra. Fiona Fylan es una psicóloga que ha trabajado mucho en la comunicación en el cuidado de la visión. Ella explica que cada vez se reconoce más la importancia de adoptar un enfoque centrado en el paciente.² “Esto hace que paciente y profesional trabajen juntos y estén de acuerdo en cuál sería el mejor resultado a esperar y cómo lograrlo”.

Mientras que el profesional contribuye con sus conocimientos clínicos y experiencia, el paciente es un experto en sus propias necesidades, expectativas y estilo de vida.

En contraste con los enfoques más tradicionales y paternos, el médico identifica cuál es la mejor opción, según su punto de vista, y proporciona al paciente las instrucciones acerca de lo que se debe hacer para lograr el resultado deseado.

Muchos de los principios básicos de la comunicación efectiva aplican a cada interacción con el paciente, en todas las fases que sigue durante su visita, y sin importar el rol o responsabilidad del empleado que les atiende.

El Optometrista Andrew Millington ha dicho que puede ser tentador dividir la consulta optométrica en tres etapas: historial y síntomas, examen y entrega, pero este es un enfoque centrado en el profesional.³

“Aunque una revisión optométrica sigue de forma natural estas tres etapas, necesitamos verlas como parte de la experiencia global del paciente”, dice Millington. “Vale la pena recordar que desde el punto de vista del paciente, la experiencia empieza cuando hace su cita, y termina cuando regresa a casa. No es solamente los minutos que pasó sentado en el consultorio”.

La Tabla 1 enumera algunos de los principios de comunicación efectiva, tanto verbal como no verbal, y que pueden ser aplicados en “el viaje” que el paciente efectúa. Los comunicadores hábiles conocen la importancia de los puntos de contacto clave dentro de cada interacción con el paciente, desde la llamada inicial para hacer una cita, pasado por el primer saludo al llegar a la óptica o el “pago” al salir, hasta la llamada de seguimiento para revisar su progreso. La buena transferencia de información entre cada miembro del equipo de la óptica también es crucial.

El entrenamiento del personal debe cubrir todos estos aspectos e involucrar a todo el equipo. Los ejercicios interactivos como el de actuar o bien observar conversaciones dentro del establecimiento de óptica son formatos ideales para aprender habilidades de comunicación.

Tabla 1

Principios comunes para interactuar con los pacientes de manera efectiva.

Construya confianza

Haga que el paciente se sienta cómodo (adopte un nivel adecuado de formalidad). Identifíquese con el paciente.

Use un lenguaje corporal, gesticulaciones y expresiones faciales positivas.

Mantenga contacto visual y colóquese a nivel de los ojos siempre que sea posible.

Ponga atención a las miradas y movimientos corporales.⁴

Elimine los obstáculos físicos (ruidos, interrupciones) y emocionales (miedo, nervios, prejuicios).

Piense en las barreras del ambiente del gabinete, desde el punto de vista del paciente, ya que en ocasiones potencian su ansiedad.

Aclare las preocupaciones

Identifique el motivo para la visita y la principal preocupación.

Haga preguntas abiertas y use técnicas de escucha activa.

Use un tono de lenguaje apropiado.

Evite palabras negativas, como “problema”.⁵ Esté pendiente de pistas no verbales, como la postura y las miradas.

Facilite la investigación

Empatice con las preocupaciones del paciente.

Señale su estrategia para abordarlas.

Pida permiso para proceder. Esencial para el contacto físico.

Explique cada procedimiento al realizarlo.

Reafirme y resuma durante la conversación.

Asienta con la cabeza para mostrar estar de acuerdo, aprobar y mostrar empatía.

Permita que el paciente confirme o corrija cualquier mala interpretación.

Acuerde un plan

Asegúrese de cubrir todas las preocupaciones.

Explique las diferentes opciones y acuerde un plan.

Para obtener resultados, fije expectativas realistas.

Dé mensajes fáciles de recordar.

Apoye sus consejos con información escrita.

Manteniendo el contacto

Las lentes de contacto son un área donde estos principios son aún más importantes. Cada miembro del equipo tiene su papel, empezando por quien contesta las llamadas de teléfono, hasta la primera persona con la que se encuentran cara a cara los pacientes.

Con los nuevos usuarios de lentes de contacto, la falta de información y su aprehensión para “tocar o colocar objetos en el ojo”, hay muchos más obstáculos que vencer. Establecer confianza después de situaciones adversas es crucial para tener éxito, ya que las experiencias positivas desde el inicio pueden evitar que los pacientes ya no regresen.

Hay razones emocionales, sociales o psicológicas por las cuales se desea usar lentes de contacto. Usted puede discutir sobre los motivos personales, como por ejemplo, cómo se sienten sobre su aspecto, o cómo les ven otras personas. Su interés en lentes de contacto puede ser impulsado por algún “momento de la verdad” en su vida como cambiar de colegio, o casarse, y de otra manera, durante la revisión nunca hablarían de la razón real para ponerse lentes de contacto.

Con mayor frecuencia de visita, mayor contacto y la necesidad constante de reforzar el programa de uso y mantenimiento, la relación entre los profesionales y los usuarios de lentes de contacto, se hace más fuerte que con otros pacientes.

Las consecuencias clínicas de la ruptura en la comunicación pueden ser muy serias y la importancia de un seguimiento profesional adecuado debe ser entendida a la perfección.





Equipo extraño



"Tocando los ojos"



Proximidad



Espacio oscuro confinado

La confianza personal que se necesita al enseñar a usar los lentes de contacto debe ser aún más fuerte debido a las barreras físicas o emocionales. Tratar, muchas veces sin éxito, de ponerse y quitarse los lentes de contacto por primera vez delante de alguien, es duro casi para cualquier paciente.

Busque el acuerdo, en lugar del cumplimiento

El bajo cumplimiento está influenciado por una comunicación inadecuada o escasa. Ayudar a su paciente a entender las ventajas y consecuencias de seguir las instrucciones y dar apoyo escrito al consejo verbal, aumenta notablemente el cumplimiento.^{6,7}

Piense en "acuerdo" en lugar de cumplimiento (esto requiere que usted haga más preguntas, entienda la motivación y use un lenguaje más persuasivo). Hable sobre los beneficios de cumplir con el horario de uso, reemplazo de los lentes y régimen de limpieza, para disfrutar de una visión mejor, y mayor comodidad durante más tiempo. Los pacientes estarán de acuerdo y seguirán sus recomendaciones.

Algunos optometristas, al igual que la consultora Sarah Morgan, afirman que aplicar los principios de la interacción social pueden mejorar el cumplimiento de los usuarios de lentes de contacto.^{7,8} "No critique, no condene ni se queje". "Esto aleja al paciente del profesional y se debe evitar".

Interesarse realmente por sus pacientes y los intereses de estos, les hace sentir importantes al pedirles su opinión sobre algún lente o solución nueva. Estos son solo algunos de los consejos para mejorar la interacción con los usuarios de lentes de contacto y para hacerlos más receptivos a los consejos profesionales.

Personalice sus conversaciones

Personalizar su conversación es especialmente relevante para los usuarios de lentes de contacto. Puede proponer un producto mejor a un usuario satisfecho, o un formato de pack nuevo. Puede hablar a los padres acerca de los beneficios de los lentes de contacto para los jóvenes, o bien usar el deporte para charlar sobre lentes de contacto con hombres entrados en los 40. Cada conversación es distinta y siempre puede ser mejorada.

Una comunicación mejor, lleva a una experiencia mejor para todos los involucrados. Todos tenemos expectativas sobre nosotros mismos, otras personas y sobre nuestros pacientes, y ellos de nosotros. Las malas experiencias se divulgan mucho más rápido y a más personas que las buenas, que incluso a veces no son divulgadas para nada.

En esta serie de artículos daremos consejos simples y prácticos para ayudar a mejorar la conversación con sus pacientes compartiendo consejos sobre comunicación de algunos de los comunicadores más efectivos de nuestra profesión y discutiremos formas de poner a nuestro equipo a tener buenas conversaciones sobre lentes de contacto.

¡Es bueno hablar!

Referencias

1. Schutz W. Profound simplicity. San Diego, CA: Learning Concepts (1982).
2. Fylan F. Communicating confidently. Optician, 2011; 242:6319 30-31.
3. Millington A. Patient-centred consultation. Optician, June 13, 2008; 18-22.
4. Webb H and vom Lehn D. Eye contact and gaze in optometry consultations. Optometry Today, 2011; 51:11 16-18.
5. Webb H, vom Lehn D, Evans B et al. Communication: part 1 - soliciting information from the patient. Optometry Today, 2014; 54:5 52-55.
6. McMonnies CW. Improving patient education and attitudes toward compliance with instructions for contact lens use. Cont Lens Anterior Eye, 2011; 34:5 241-8.
7. McMonnies CW. Improving contact lens compliance by explaining the benefits of compliant procedures. Cont Lens Anterior Eye, 2011; 34:5 249-52.
8. Morgan S. How can we influence CL wearers to take our advice? Optician, 2013; 245:6387 20-24.

Lectura adicional:

- Millington A. Medical models of consultation. Optician, 2008; Apr 11 30-33.
- Millington A. Language of empathy. Optician, 2008; Jun 13 22-24.
- Millington A and Court H. Balance of power. Optician, 2009; Aug 14 22-24.
- Morgan S. Communication skills: Parts 1-7. Optometry Today, Jul 2011- Jan 2012.