

SKILL OPERATORE FRONT OFFICE – SETTORE SANITARIO

Denominazione figura professionale

L'operatore front office rappresenta il primo contatto che il cliente/paziente ha con l'azienda sanitaria a cui si rivolge. Il luogo dove le esigenze del cliente/paziente vanno accolte, comprese e soddisfatte. Comunicare deriva da "*cum munis*", cioè mettere in comune tra più persone informazioni e conoscenze: comunicare è l'agire sociale, è il comportamento e l'interazione sociale.

Un'accoglienza cordiale, una comunicazione efficace, una tempestiva risposta alle richieste danno al cliente/paziente un'impressione eccellente e professionale non solo del front office, ma anche e soprattutto dell'azienda sanitaria stessa.

L'operatore del front office deve saper ricevere il cliente/paziente con cortesia e gentilezza, ascoltare le sue richieste, comprenderle e soddisfarle in breve tempo, accertandosi che tutte le informazioni date siano percepite dal cliente/paziente in modo corretto.

In quest'ottica l'addetto al front office svolge una duplice funzione informativa e di supporto, fornendo la corretta informazione e agevolando un esatto utilizzo delle procedure, in un'ottica di condivisione e ascolto attivo delle richieste e difficoltà da affrontare.

Caratteristiche minime della Professionalità

Aver acquisito le conoscenze tecnico-scientifiche fondamentali per una comunicazione efficace ed accurata verso quanti entrano in contatto con il mondo della salute privata e pubblica.

Descrizione performance lavorativa

All'interno di un'azienda sanitaria è importante costruire un gruppo di lavoro competente e motivato al contatto con l'utenza, realizzare un sistema diretto di comunicazione interna ed esterna per riuscire ad assicurare un colloquio a due direzioni in grado di consentire il massimo dell'efficienza. I compiti, le funzioni e la qualità del lavoro dell'operatore di front office sono legati al livello di organizzazione complessiva dei diversi uffici e servizi ed a quanto l'intera azienda sanitaria riconosca e faciliti il lavoro di accoglienza e risposta. Se esiste, ed è sostenuta, una circolarità di informazioni tra back e front office, i processi di accoglienza diventano, quindi, il risultato del lavoro di tutta l'organizzazione.

Quindi qualità del primo contatto, capacità di ascolto, lo stile comunicativo utilizzato in presenza, al telefono, via mail, sono elementi fondamentali per creare e mantenere una relazione di qualità con tutti coloro che si relazionano, a vario titolo, con l'azienda sanitaria, e strettamente collegate dall'altro, al valore che una persona dà al suo ruolo, ed alla **professionalità che un front office possiede.**

Requisiti minimi di certificazione

Titolo di studio diploma di scuola superiore o tre anni di esperienza lavorative nel front office.

60 h di lezioni così suddivise:

PARTE TEORICA 36 h:

- Ruolo dell'addetto al front office: compiti e problematiche connesse
- Tecniche e strumenti per la rilevazione della *customer satisfaction* in ambito sanitario
- La normativa del settore sanitario e trattamento dei dati personali
- Conoscenza dei servizi offerti all'interno dell'azienda sanitaria
- Il primo contatto con il Cliente/Paziente in ambito sanitario: ascolto attivo; comportamento osservativo; comunicazione verbale, non verbale e paraverbale
- Gestione dei possibili stati d'animo di ansia stress del cliente
- Tecniche di *problem solving* in ambito sanitario

LAVORO PRATICO 24 h

Training on the job nelle strutture sanitarie

DETTAGLIO COMPETENZE

Caratteristiche personali

Il candidato deve avere doti quali: flessibilità, *problem solving*, gestione del tempo, spirito d'iniziativa, capacità di diagnosi e visione d'insieme.

REQUISITI MINIMI DI CERTIFICAZIONE

Diploma di scuola superiore o tre anni di esperienza lavorative nel front office

FORMAZIONE SPECIFICA

Accoglienza e assistenza al cliente/paziente

CONOSCENZA

- Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente/paziente
- Tecniche di accoglienza del cliente/paziente
- Ruolo dell'operatore front office come interfaccia tra azienda sanitaria e cliente/paziente
- Conoscenza delle varie tipologie di interlocutori ed i relativi limiti di comunicazione
- Strumenti e software di comunicazione
- Strumenti di supporto all'attività di informazione e promozione
- Servizi presenti nel territorio
- Elementi di marketing dei servizi ricettivi
- Normativa sanitaria (obbligatorietà vaccini e relative tempistiche)
- Strumenti per effettuare operazioni di incasso

ABILITA'

- Accogliere il cliente/paziente
- Riconoscere le sue esigenze
- Interpretare le sue richieste
- Comunicare con il cliente/paziente, sia direttamente sia attraverso l'utilizzo di strumenti e/o software di comunicazione
- Reperire e fornire al cliente/paziente informazioni
- Consigliare il cliente/paziente
- Utilizzare strumentazione a supporto dell'attività di informazione e promozione
- Utilizzare strumenti e modulistica per gestire le prenotazioni
- Effettuare operazioni di incasso
- Fornire informazioni aggiuntive a supporto del cliente/paziente

RISULTATO ATTESO

- Assistere il cliente/paziente nella risoluzione dei quesiti formulati, impiegando uno stile comunicativo appropriato alla relazione, individuando soluzioni e proposte corrispondenti alle richieste espresse.

CARATTERISTICHE DELLA FIGURA PROFESSIONALE

GESTIONE DELLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Conoscenze

- Caratteristiche della clientela della struttura

- Tecniche di gestione dei reclami
- Tecniche e strumenti per la rilevazione della *customer satisfaction*
- Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente/paziente

Abilità

- Cogliere e interpretare preferenze e richieste della clientela
- Gestire eventuali situazione di disagio e di reclamo
- Gestire il sistema di *customer satisfaction* predisponendo e utilizzando strumenti di rilevazione adeguati alla tipologia dei clienti
- Comunicare con il cliente/paziente
- Tradurre dati/informazioni di *customer satisfaction* in azioni di miglioramento

Risultato

- Rilevare il grado di soddisfazione della clientela utilizzando appositi strumenti di rilevazione (schede predefinite, sistemi web based ecc.) e traducendo i feedback ottenuti in elementi di maggiore accessibilità e fruibilità del servizio erogato

LA CORRETTA COMUNICAZIONE

I requisiti che rendono adeguata e corretta, in senso etico e costituzionale, la comunicazione sono:

- chiarezza
- completezza
- tempestività
- corretta argomentazione
- responsabilità
- condivisione
- efficacia

La chiarezza: ha almeno due principali punti cruciali, l'essenzialità tecnica e l'appartenenza/appropriatezza del linguaggio. Massima essenzialità e linearità nella descrizione del contenuto, ma è anche indispensabile che la tipologia delle parole sia espressione di chi lo sta ricevendo.

La completezza: è la diretta conseguenza dell'essenzialità, va misurata su chi riceve valutando ciò che è utile sapere alla persona o ad un pubblico dalle attitudini e culture molto diverse.

La tempestività: il messaggio giusto al momento giusto. Nella realtà della comunicazione sulla salute è importante tener conto degli effetti della risonanza che ha, sia sulla persona in quel preciso istante sia sulla collettività. In particolar modo sulla collettività, può rappresentare un potente strumento di accelerazione/freno, che a volte deforma il risultato sperato, creando molte difficoltà nella gestione del progetto. La scelta del momento non può essere disgiunta da ciò che più caratterizza una certa fase storica in cui si è immersi.

La corretta argomentazione: nel definire una corretta argomentazione non bisogna mai dimenticare un aspetto fondamentale che definisce il valore della comunicazione: il soggetto principe è la persona tenendo presente che va comunque sempre salvaguardata la precisione scientifica e tecnica.

La responsabilità: non riguarda un solo soggetto, infatti, informare in modo adeguato è necessario ad entrambi i soggetti per poter decidere con consapevolezza; come già detto, non sempre quando parliamo di comunità, questa è preparata ad affrontare in modo maturo i problemi sanitari.

La condivisione: la comunicazione non può essere autovalutazione, per lo più il suo 'valore' è frutto dell'efficacia di più soggetti che concorrono alla sua efficacia e ne condividono la responsabilità. La condivisione mette entrambi i soggetti nella pari opportunità.

L'efficacia: è un insieme di responsabilità che definisce il complesso sistema della produzione corretta della comunicazione e che ne determina l'effetto. Il valore dell'informazione consiste nella sua fruibilità

LE PRINCIPALI ATTIVITA' DEL FRONT OFFICE SETTORE SANITARIO

1) Tutela

Attuare e monitorare un sistema di gestione dei reclami e dei segnali di disservizio, in collegamento con il sistema organizzativo, al fine di utilizzare le segnalazioni come aiuto alla soluzione dei problemi ed alla gestione del rischio

2) Informazioni per l'accesso ai servizi

Informare sulle modalità di accesso ai servizi, orari, presidi, costi, attraverso l'aggiornamento del sito e l'utilizzo di un sistema aziendale di schermi-video informativi distribuiti sui presidi del territorio aziendale

3) Carta dei servizi

Assicurare la predisposizione – revisione dei contenuti della Carta dei Servizi con la definizione degli standard di qualità, obiettivi e relativi indicatori

4) Indagini di gradimento

Attuare i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi mediante l'ascolto degli utenti e coinvolgendo le articolazioni organizzative interessate

5) Coinvolgimento e partecipazione delle associazioni di volontariato

6) Accesso ai documenti (L.241/90)

7) Accoglienza e orientamento nei presidi aziendali

8) **Specialistica ambulatoriale** (prenotazione, accettazione ambulatori istituzionali e libera professione)

9) Richiesta e consegna cartelle cliniche

10) Consegna referti

Consegna referti di radiodiagnostica e di laboratorio

11) Scelta del medico di famiglia e iscrizione al SSN (cittadini italiani e stranieri)

12) Dichiarazioni di volontà alla donazione degli organi

13) Rapporti con gli URP delle altre Amministrazioni

MODALITA' DI AMMISSIONE ALL'ESAME DI CERTIFICAZIONE

Per l'ammissione all'esame di certificazione EUROINFOREGISTER, il Candidato dovrà dimostrare di essere in possesso di tutti i requisiti di formazione specifica, esperienza lavorativa complessiva, esperienza specifica sopra descritti.

ESITO DELLA VALUTAZIONE

La valutazione complessiva terrà conto di tutti i requisiti richiesti, dell'andamento del corso e delle prove di esame e sarà sottoposta agli organi EUROINFOREGISTER competenti per il rilascio della certificazione.

ISCRIZIONE AL REGISTRO

Superato l'esame si può richiedere l'iscrizione al registro delle persone certificate, che ha validità triennale.

CONDIZIONI PER IL MANTENIMENTO E IL RINNOVO DELLA CERTIFICAZIONE

Durata

La durata della certificazione EUROINFOREGISTER è triennale e si rinnova, in assenza di revoca e/o rinuncia alla certificazione, al termine dei tre anni di validità a superamento di audit di rinnovo.

Rinnovo

Ai fini del rinnovo triennale è necessario documentare la continuità professionale nei 3 anni di certificazione e l'aggiornamento professionale sotto indicato.

Mantenimento e aggiornamento professionale miglioramento continuo:

E' previsto un aggiornamento annuale di 4 ore come requisito di mantenimento.

COMITATO TECNICO VALIDAZIONE SCHEDA SKILL

Nominativo	Gianluca Viti	Qualifica	Valutatore degli apprendimenti
Nominativo	Fiorella Alunni	Qualifica	Esperto tecnico
Nominativo	Ilaria Londi	Qualifica	Esperto tecnico
Nominativo	Michela Buongiovanni	Qualifica	Esperto tecnico
Nominativo	Loretta Giuntoli	Qualifica	Esperto tecnico

SCHEDA SKILL OFOS - AF Rev. n. 01/2018 Validata da Comitato Tecnico con Prot. Del 03/04/2017