

Sintesi della ricerca

I vantaggi di tenere in considerazione le preferenze sonore nel flusso di lavoro

BACKGROUND

La preferenza è onnipresente in molti ambiti e influenza il modo in cui interagiamo con il nostro ambiente. Un'area particolarmente rilevante è l'audiologia, dove la preferenza può influenzare la facilità con cui un utente si abitua agli apparecchi acustici e il fatto che vengano effettivamente utilizzati oppure lasciati in un cassetto (Fischer & Englund, 2026).

Sebbene gli apparecchi acustici possano essere personalizzati tramite la regolazione fine del guadagno e delle funzionalità, il design sonoro e l'architettura di elaborazione rimangono stabili. Poiché il design sonoro influenza la preferenza (Balling et al., 2026; Marmel et al., 2026), rappresenta un aspetto importante da considerare nell'applicazione degli apparecchi acustici. Affrontare la preferenza sonora durante gli appuntamenti audiologici può migliorare il dialogo e far sì che il paziente si senta maggiormente coinvolto, contribuendo a risultati migliori.

Per i professionisti dell'udito, ciò rende rilevante:

- Offrire apparecchi acustici con diversi design sonori
- Prendere in considerazione la preferenza sonora e la risposta personale del cliente al suono
- Utilizzare le risposte del cliente come dati, cambiando design sonoro o procedendo con regolazioni fini quando necessario.

Questo studio pilota analizza gli effetti dell'affrontare sistematicamente la preferenza sonora nel flusso di lavoro.

METODO

Partecipanti

Professionisti dell'udito

Contesto

Centri audioprotesici che vendono apparecchi acustici con design sonori nettamente differenti.

Durata

Periodo di studio di tre mesi, confrontato con la prassi clinica standard.

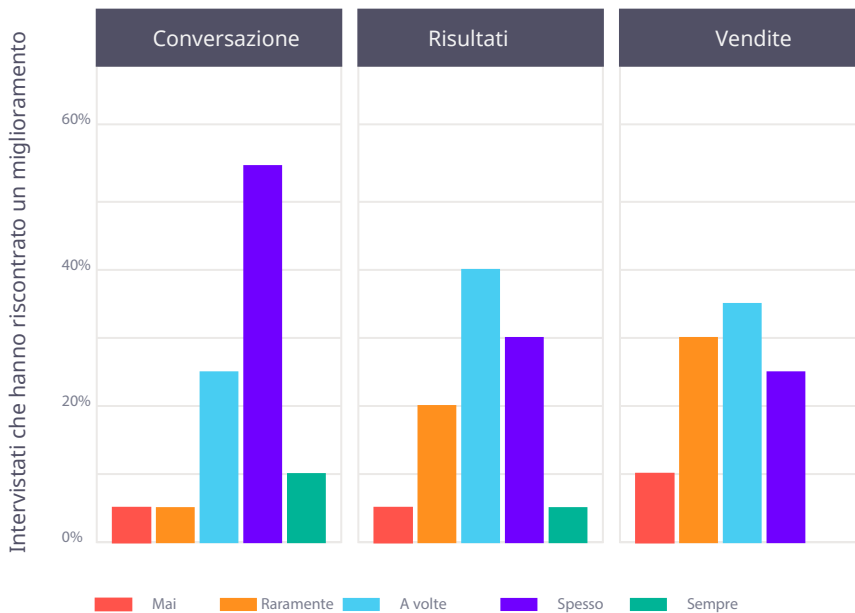
Approccio

Spiegare ai clienti che la preferenza sonora può influenzare l'esperienza con l'apparecchio acustico e il processo di adattamento e che il passaggio a un diverso design sonoro può essere un'opzione se l'adattamento e l'uso risultano difficili.

Risultati

Risposte a questionari ed esperienze qualitative.

RISULTATI



Risposte di 20 professionisti dell'udito alle domande relative al miglioramento delle conversazioni cliniche, degli esiti per i clienti e di vendite/resi quando si utilizza l'Approccio alla Preferenza Sonora. Le risposte A volte, Spesso e Sempre sono raggruppate come indicazione di miglioramento nelle aree considerate.

90%

riporta che l'approccio alle preferenze sonore aiuta gli appuntamenti audiologici.

75%

riporta risultati migliori quando le preferenze sonore vengono discussa già al primo appuntamento.

60%

riporta un aumento delle vendite e una riduzione dei resi utilizzando l'approccio alle preferenze sonore.

Sintesi delle esperienze qualitative:

- Esplorare la preferenza sonora con il paziente supporta la selezione del design sonoro corretto fin dall'inizio
- Affrontare la preferenza sonora favorisce un approccio centrato sul paziente
- Sebbene molti problemi possano essere risolti con regolazioni fini, il passaggio a un design sonoro alternativo può essere più efficace di un prolungato processo di fine-tuning
- La conversazione sulla preferenza sonora può coinvolgere anche clienti meno inclini a parlare di sé
- Enfatizzare le esperienze soggettive migliora fiducia e flessibilità.

OPPORTUNITA' CLINICHE

Fornire una scelta di design sonori e lavorare in modo intenzionale sulla preferenza sonora nel flusso di lavoro porta a: migliori appuntamenti audiologici, migliori risultati per i pazienti, maggiore fiducia e flessibilità.

Fonti:

Balling, L.W., Jensen, N.S., Nielsen, M., Best, S., Lelic, D., Marmel, F. & Engelund, G. (2026). Sound preference as a measurable dimension in hearing aid fitting: Evidence from comparisons of time-domain and frequency-domain processing. *WSA White Paper*.

Fischer, R.-L. & Engelund, G. (2026). Sound That Feels Like You: The Sound Preference Framework for Personalized Hearing Part 1. *WSA White Paper*.

Marmel, F., Balling, L.W. & Rønne, F. (2026). Comparing time-domain and frequency-domain processing: Preference across platforms. *WSA White Paper*.