

Nel settore dentale è in atto un cambiamento che impone alle strutture di trasformarsi in un'ottica più aziendale, in cui risorse e risultati sono entrambi da gestire per ottenere l'ottimo. La disciplina del Clinic Management è quella che è chiamata a fornire il quadro di competenze necessarie per questo obiettivo.

ClinicManagement. FORMAZIONE AVANZATA

I meccanismi della buona gestione.

Hard /Soft Skills

Che mercato avremo di fronte?

Mai prima d'ora è chiaro a tutti come affrontare il cambiamento in modo rapido ed efficace è fondamentale per garantirsi opportunità di sviluppo. Saper reagire, ma anche saper anticipare è la chiave di volta che ogni organizzazione deve mettere in campo per sopravvivere, per svilupparsi e, auspicabilmente differenziarsi dalla concorrenza. In tutto questo le strutture odontoiatriche non sono diverse da tutte le altre organizzazioni, da tutte le altre aziende. Flussi, risorse, processi fanno di ogni studio una realtà che va gestita come un'azienda. La disciplina che si occupa di fare questo è il Clinic Management e la figura di riferimento è il Clinic Manager. I nuovi linguaggi e i nuovi strumenti della gestione oggi si fondono con un mondo che ha accelerato i suoi, già incalzanti, ritmi di trasformazione. Con il programma di formazione avanzata in Clinic Management mettiamo a disposizione i formatori più competenti e i contenuti più aggiornati per affrontare al meglio il cambiamento.

Quali obiettivi attendersi

L'individuazione di obiettivi e strategie, l'efficace gestione dei pazienti e dei collaboratori, l'utilizzo di moderne tecniche di management aziendale e i programmi di sviluppo commerciale: fattori che diventano fondamentali per il successo dello studio e del professionista.

Docenti



Roberto Rosso

Visione imprenditoriale, strategie d'impresa, gestione del personale e accenni al controllo di gestione e sistema di budgeting

(3 giornate)

- Analisi PEST e scenari evolutivi del settore dentale
- L'evoluzione digitale e l'impatto nell'attività dello studio odontoiatrico
- La strategia di impresa in odontoiatria
- Vision, Missione e Valori
- Il processo di pianificazione strategica
- L'analisi strategica (SWOT Analysis) e le decisioni strategiche
- Sistemi e modelli organizzativi dello studio dentistico
- La comunicazione interpersonale efficace
- I fondamentali nella gestione delle risorse umane e il sistema premiante
- Leadership e negoziazione interna
- Il controllo di gestione nello studio dentistico
- Il sistema di budgeting, dalla pianificazione al monitoraggio

Obiettivi:

Comprendere le dinamiche del settore, reagire ai suoi cambiamenti e sviluppare un pensiero critico in ottica strategica sulla visione futura del proprio studio. Sviluppare delle skill relazionali volte a migliorare il clima lavorativo nello studio e conoscere i vantaggi dei sistemi incentivanti per orientare i comportamenti dell'organizzazione verso gli obiettivi strategici prefissati. Ottimizzare le risorse dello studio grazie a un sistema di controllo di gestione puntuale e alla corretta pianificazione di budgeting dello studio.

Marketing strategico e operativo, comunicazione interna ed esterna e applicativo Excel a supporto del controllo di gestione

(3 giornate)

- La triade S-T-P: Segmentazione, Targeting e Posizionamento
- Differenziazione e Value Proposition
- Le leve del marketing operativo
- Il piano di comunicazione: strategie e mezzi di comunicazione
- Il web marketing: sito internet, SEO, Google ADS, Retargeting
- Social media: strategie, strumenti e operatività
- Strategie di fidelizzazione e marketing diretto
- La gestione dell'agenzia e il sistema di controllo
- Aspetti deontologici e normativi
- I fondamentali della contabilità analitica nello studio
- Il data quality e l'organizzazione dei dati interni
- La costruzione operativa del sistema di controllo
- Fondamenti nell'uso di Excel per il controllo di gestione

Obiettivi:

Pianificare e gestire in modo efficiente la comunicazione di marketing. Migliorare l'efficienza nella gestione delle risorse dello studio grazie all'acquisizione di metodologie analitiche e criteri di analisi oggettivi.

Date aggiornate, moduli di iscrizione e download brochure a questo indirizzo



DURATA

6 giorni in presenza
2 moduli da 3 giorni

ORARI

Dalle 09.00 alle 18.00

DOVE

Bologna

PER CHI?

Titolari/Soci

POSTI LIMITATI

Iscrizione

4.200 EURO
+I.V.A.

Per due partecipanti

