

# S V I

# Costruire

# L U P

nella professione odontoiatrica

# P O

Supporto alle vostre idee. **Anche a quelle ambiziose!**

Coaching

**A scuola d'impresa  
con SisStudio**

Gestire in  
odontoiatria

Speciale formazione

**Il Clinic Manager**

La nuova figura che  
valorizza il vostro studio

Corso odontoiatri

**Come conquistare mente e  
cuore dei propri collaboratori**

Il leader, ruolo chiave  
per il successo

Per odontoiatri

**Comunicare per vendere**

Dialogo e relazione con  
il paziente: cosa fa la  
differenza oggi?

Per odontotecnici

**Vendere creando  
partnership di valore**

Diventare punto di  
riferimento dell'odontoiatria

La maggior parte degli odontoiatri che hanno un loro studio pensano che il modo migliore per farlo funzionare sia quello di lavorare di più, produrre di più.



# SiStudio

**Tu.** Il miglior manager di te stesso.

## ➤ Produzione o produttività?

**Cosa pensereste di un manager senza preparazione da manager?** Come vi trovereste a lavorare alle dipendenze di un manager che non ha mai imparato a gestire il vostro tempo? e se doveste affidare la vostra attività a qualcuno che non conosce come ottimizzarla, promuoverla e valutarne i risultati nel migliore dei modi? Ehm... sì, stiamo parlando della maggior parte degli studi dentistici italiani. Ogni odontoiatra nasce come medico, ma quando avvia la propria attività autonoma si trasforma anche in un manager di se stesso e di tutto il proprio staff.

**Essere un ottimo professionista in campo medico non conferisce automaticamente gli skill necessari ad essere un imprenditore efficace**, anzi, porta spesso al contrario. Si confondono spesso produzione e produttività, con l'esito che nel tentativo di massimizzare i risultati si aumentano solo le ore lavorate e non il valore delle stesse. Nelle pieghe dell'amministrazione si annidano poi ampi margini di ottimizzazione. Senza la dovuta preparazione tutto ciò semplicemente sfugge dal controllo andando a distruggere valore anziché crearne.

## ➤ Develo per andare oltre

Il corso SiStudio è la soluzione semplice per gli odontoiatri che vogliono avere un sistema e non essere il sistema del loro studio, anche senza essere esperti nell'organizzazione, nei numeri e nella valorizzazione delle persone. In tempo record sarà possibile rendere profittevoli e in seguito automatiche tutte le dinamiche e i processi coinvolti nella gestione dello studio.

## SiStudio, perché?

- Per aumentare il numero di pazienti.
- Per incrementare i flussi di cassa dello studio.
- Per avere collaboratori responsabili e motivati.
- Per sviluppare più marginalità sulle prestazioni.
- Per avere un metodo di gestione per sistematizzare il tuo studio.
- Per accrescere l'efficienza delle aree strategiche.
- Per continuare a fare il professionista e non avere pensieri che ti distolgono dalla professione che hai scelto: l'odontoiatra.

## Educazione d'impresa

SiStudio

Dove

**Coccaglio (BS)**

Quando

**25-29 Settembre 2019**

### Full-immersion

Aperto a voi, al vostro staff e a chi è coinvolto nella gestione del vostro studio

**5**  
giorni

- › **Fotografia della situazione del tuo studio.**
- › **Formalizzazione del sogno.**
- › **Scrittura della costituzione aziendale** (*visione, missione, valori, obiettivi, identità, codice d'onore*).
- › **Marketing per lo studio odontoiatrico** (*definizione del target primario e secondario, imbuto di vendita, posizionamento, analisi dei concorrenti, idea differenziante, categoria, branding, offerta unica di valore, canali di comunicazione, materiali e contenuti di comunicazione, piano e realizzazione del piano di comunicazione*).
- › **Valorizzazione delle persone** (*organigramma, i tipi di collaboratori e gli stili di direzione, l'analisi del potenziale, il processo di delega*).
- › **Vendite** (*il processo di vendita nello studio, la piramide rovesciata*).
- › **Relazione con il cliente** (*la segreteria al centro dello studio*).
- › **Spartito** (*mappa dei processi*).
- › **Cash flow** (*il punto di pareggio, differenza tra produzione, cassa e offerte ai clienti, l'analisi economica delle cure principali - pulizia, otturazione*).
- › **Gestione della conoscenza** (*lista dei KPI, il KPI - l'analisi dei preventivi*).
- › **Redazione del tuo MODELLO DI BUSINESS ideale** (*il target, il brand, l'offerta di valore, strategia generazione contatti, la vendita, la relazione con il cliente, l'erogazione, i ricavi, le entrate, le risorse, i sistemi, le strutture, le attività, i costi, le uscite*).
- › **Scheda obiettivo e piano d'azione.**

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 figura del *Clinic Manager* è quella che è chiamata ad assolvere questo compito. **La differenza la farà la formazione!**

Master avanzato



# Clinic Manager.

## La formazione.

### ➤ Che mercato avremo di fronte?

Così come è già realtà in altri paesi e in altre discipline mediche, anche nel settore dentale il modello di business dello studio odontoiatrico tradizionale sta per essere soppiantato da un paradigma più articolato. Sfide saranno rappresentate da player differenti e ci saranno interessanti opportunità di differenziazione. Ciò avverrà a patto che esistano all'interno delle strutture quelle figure manageriali in grado di programmare e coordinare le risorse così come avviene in campo aziendale in tutti i settori industriali. Discipline tipicamente distanti dal quotidiano dello studio dovranno quindi entrare di uso comune col duplice intento di conservare competitività ed espandersi verso nicchie ad alto valore rappresentate dalle tante opportunità che si stanno delineando all'orizzonte nel settore.



 **EVELO**  
Supporto allo Sviluppo

▣ **Develo è il prodotto, erogato da Bquadro**, indispensabile allo sviluppo dello studio dentistico e del laboratorio odontotecnico dal punto di vista delle logiche di impresa nel rispetto delle peculiarità ed in coerenza agli obiettivi di business della struttura stessa.



## Develo, la risposta alla formazione dei Clinic Manager

La struttura del corso, con approccio sia teorico che pratico, ha l'obiettivo di fornire fondamenti e strumenti operativi di analisi strategica, progettazione e pianificazione in chiave imprenditoriale dello studio dentistico. Il programma didattico fornisce all'odontoiatra imprenditore, nonché al personale preposto alla gestione, il corretto percorso formativo ed esperienziale per la gestione del cambiamento in atto, l'assunzione delle decisioni strategiche e l'organizzazione di un sistema manageriale.

**9**  
giorni

**Piano formativo**  
per la figura di Clinic Manager

Bologna 23-24-25 Gennaio  
**3**  
giorni  
**Preliminary Skills**  
Visione imprenditoriale e strategia di impresa

Modulo  
**1**

Bologna 19-20 Marzo  
**2**  
giorni  
**Business training**  
Comunicazione, leadership e gestione delle negoziazioni

Modulo  
**2**

Bologna 23-24 Aprile  
**2**  
giorni  
**Business tactics**  
Marketing operativo, comunicazione d'impresa e social media

Modulo  
**3**

Bologna 11-12 Giugno  
**2**  
giorni  
**Process Analysis**  
Controllo di gestione e sistema di budgeting

Modulo  
**4**

### Quali competenze verranno trasferite? Formazione esclusiva Develo

#### Il valore della gestione



#### 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.

Un'esperienza per scegliere consapevolmente di  
«perseguire un futuro preciso tra i tanti possibili»

Il fattore competitivo vincente delle aziende sono le persone e le loro competenze. Le persone, individualmente e collettivamente, sono la chiave per il successo delle organizzazioni.

Corso odontoiatri



# Come conquistare mente e cuore dei propri collaboratori

## ► La crescita passa dallo sviluppo di capitale umano e capitale sociale

La complessità del mercato, i mutati valori sociali, le pressioni di tipo economico si sovrappongono con ritmo incalzante e impongono mutamenti e trasformazioni significativi alle aziende. Essere in grado di “fare le cose bene” è ormai un prerequisito: le persone, ad ogni livello, devono essere in grado di “fare le cose giuste”, cioè appropriate e coerenti con il contesto, la tipologia di organizzazione e le caratteristiche dei clienti interni ed esterni. Oggi sempre più le organizzazioni hanno bisogno di sviluppare sia il potenziale produttivo della conoscenza, delle abilità e del comportamento di un individuo (il capitale umano) sia il potenziale produttivo risultante dalle relazioni forti, dalla motivazione, dalla fiducia e dalla collaborazione, dalle capacità di leadership (il capitale sociale).

## 202%

Le aziende che riescono a coinvolgere i propri collaboratori, **migliorano le proprie performance dal 47% al 202%**

(fonte: Watson-Wyatt)

## +28%

Le strutture con un alto tasso di coinvolgimento ottengono **incrementi di fatturato fino al 28%**

(fonte: NCFC)

## ➤ **Il leader**, ruolo chiave per il successo

È necessario che i leader assumano una funzione propulsiva nei confronti dei propri collaboratori, che svolgano una funzione continua di stimolo per la loro crescita, che sappiano coinvolgerli ed orientarli, che li inducano a sfidare gli standard e uscire dalla loro zona di comfort.

In un contesto di continuo cambiamento, i capi potranno ottenere migliori risultati dai loro collaboratori solo se essi stessi, per primi e non occasionalmente, svilupperanno la consapevolezza che “ciò che ha sempre funzionato in passato oggi non è più sufficiente”, dimostreranno un concreto orientamento ai loro stessi clienti interni, supportato da coinvolgimento e partecipazione, comunicazione a due vie, flessibilità e creatività, capacità di leadership percepita, unitamente alla creazione della “mentalità di gruppo”, dell’abitudine a lavorare in team e ad essere “squadra vincente”.

### **Corso per odontoiatri**

Come conquistare mente e cuore dei propri collaboratori

**2**  
giorni

Dove <b>Cagliari</b>	Quando <b>31 Ottobre - 6 Dicembre 2019</b>
-------------------------	---

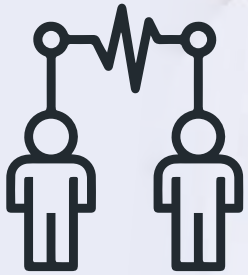
Dove <b>Milano</b>	Quando <b>7 Febbraio - 5 Marzo 2020</b>
-----------------------	--

Dove <b>Bologna</b>	Quando <b>23 Marzo - 20 Aprile 2020</b>
------------------------	--

- **Pianificare un futuro di successo:** costruire la propria vision
- Gli strumenti per **creare un team e mantenerlo allineato**
- **Diffondere motivazione ed entusiasmo**, sviluppando atteggiamenti positivi e vincenti
- **Identificare** le diverse possibili **leve motivazionali**
- Consapevolizzare e interiorizzare il concetto che **“giusto quanto basta non è più abbastanza”**, riducendo la “cultura dell’alibi”
- **Creare maggiore valore** attraverso una maggiore focalizzazione, sinergia e proattività, assumendosi la responsabilità per le azioni intraprese
- **Mantenere focus** costante e continuo **sugli obiettivi**
- I principi della delega
- **Il feedback come dono:** come dare e come non dare feedback
- **Fornire feedback motivazionali e feedback costruttivi:** quando e perché
- Comprendere la differenza **tra coaching direttivo e coaching supportivo**
- **Sviluppare commitment:** partecipazione attiva, impegno, attaccamento e senso di responsabilità
- Far percepire **l’importanza del lato umano del business**
- **I benefici della fiducia** e i costi della sfiducia

Il rischio di mercificazione delle prestazioni sanitarie è in questo momento molto forte. La figura dell'odontoiatra, per mantenere saldo il proprio ruolo e valore, deve impegnarsi a costruire una rinnovata capacità di dialogo e relazione con il paziente.

Corso odontoiatri



# Comunicare per vendere

## ► Come comunicare la qualità dei servizi offerti

È fondamentale l'elevata competenza tecnica e gestionale, ma ciò che maggiormente fa la differenza oggi è la capacità di stabilire con ogni singolo paziente una relazione attraverso la quale egli possa percepire la qualità e il valore del servizio offerto e l'importanza di poter essere seguito da un professionista non focalizzato sul profitto, ma interessato ad individuare il trattamento ottimale per la specifica patologia diagnosticata e ancor più a prevenire.



**2**  
giorni

### Corso per odontoiatri

Comunicare per vendere

Dove **Milano** Quando **26 Marzo - 27 Aprile 2020**

Dove **Bologna** Quando **27 Marzo - 28 Aprile 2020**

Dove **Catania** Quando **21 Aprile - 3 Giugno 2020**

- › **Il momento della verità:** dare una prima impressione positiva e mantenerla nel tempo
- › **Fare la differenza:** proporsi in modo autorevole, valorizzando la capacità competitiva dello studio
- › **Giocare in attacco.** Tutti. Da un atteggiamento reattivo a uno proattivo
- › **Il controllo della trattativa attraverso domande finalizzate a sviluppare dialogo,** ottenere attenzione e partecipazione attiva da parte del paziente
- › **Presentare efficacemente la soluzione proposta**
- › **Superare le classiche obiezioni del paziente** (dal "ci devo pensare" al "pensavo costasse meno", alle altre obiezioni più frequenti...)
- › **Superare l'argomento prezzo:** condivisione dei vantaggi e valore dei benefici
- › **"Always be closing"** e l'ottenimento di impegni da parte del paziente
- › **Dimostrare a se stessi e al team la propria capacità di migliorarsi** come segno di professionalità e di motivazione al successo

## › Fare la differenza: stabilire con ogni paziente relazioni personalizzate

Il corso è finalizzato a dare stimoli e la giusta spinta motivazionale ad investire sullo sviluppo delle proprie abilità negoziali e di vendita per avere quella "marcia in più" che non solo garantisca di consolidare i risultati ad oggi ottenuti, grazie all'ottima professionalità, ma anche di incrementare il fatturato conquistando un numero sempre maggiore di pazienti, facendo percepire loro dell'alta qualità e valore dei prodotti/servizi offerti.



Un altro aspetto fondamentale da considerare è che l'efficacia degli interventi in studio è spesso valutabile solo a distanza di tempo. Questo implica che per ottenere referenze dai pazienti è necessario soddisfarli anche su altri versanti, quali: la capacità di dialogo, di accoglienza, di "amicalità". Quando un paziente parla bene di un professionista lo fa considerando la totalità di fattori che concorrono a creare in lui la percezione di "bravura", umanità, semplicità, disponibilità.

Per l'odontotecnico è fondamentale proporsi al clinico come partner capace di superare le sue aspettative, grazie alla comprensione delle sue vere esigenze, e alla capacità di individuare le migliori soluzioni.

Corso odontotecnici



# Vendere creando partnership di valore

## ► Come differenziarsi in modo sostanziale dalla concorrenza?

Comunicare efficacemente per valorizzare la propria professionalità e i propri servizi agli occhi dell'*odontoiatra*. Proporsi al *clinico* come partner capace di superare le sue aspettative, grazie alla comprensione delle sue vere esigenze e individuare le migliori soluzioni per lui non solo dal punto di vista tecnico.

Questi sono obiettivi fondamentali per differenziarsi in modo sostanziale ed essere per l'*odontoiatra* un professionista di riferimento. L'*odontotecnico* non sarà quindi solo una struttura a cui affidare la realizzazione di protesi - perfettamente conformi alle sue prescrizioni e nello stesso tempo consolidare e sviluppare il proprio business -, ma anche un professionista con capacità di analisi e negoziali che gli consentano di proporre soluzioni altamente personalizzate capaci di generare valore condiviso e soddisfare pienamente "cliente e fornitore" in una prospettiva win-win.

## ➤ La gestione dei clienti

Obiettivo del corso è consentire agli odontotecnici di differenziarsi attraverso l'acquisizione di avanzati metodi e strumenti per profilare in modo puntuale gli odontoiatri loro clienti o potenziali tali. Verranno trasferite le tecniche per gestire ogni singolo colloquio/trattativa in modo personalizzato, ottenendo risultati di vendita dei propri servizi sempre più elevati.

### Corso per odontotecnici

Vendere creando partnership di valore

**2**  
giorni

Dove	Quando
<b>Palermo</b>	<b>22 Aprile - 4 Giugno 2020</b>

Dove	Quando
<b>Cagliari</b>	<b>9 Giugno - 2 Luglio 2020</b>

Dove	Quando
<b>Milano</b>	<b>7 Settembre - 5 Ottobre 2020</b>

Dove	Quando
<b>Bologna</b>	<b>8 Settembre - 6 Ottobre 2020</b>

- **Applicare i 9 principi di Dale Carnegie** per sviluppare solide e proficue relazioni personali e professionali utili a raggiungere i propri obiettivi di business conquistando stima e fiducia da parte degli odontoiatri
- **Profilare i propri clienti per poter utilizzare approcci relazionali** differenti in base alle caratteristiche e alle esigenze del singolo odontoiatra
- **Sviluppare dialoghi di vendita differenti** in base alle diverse tipologie di clienti: esercitazioni e role play
- **Valorizzare le informazioni raccolte** nel colloquio per superare le aspettative e diventare punto di riferimento e risorsa per l'odontoiatra
- **Proporre soluzioni fortemente personalizzate, toccando "mente e cuore" del cliente**
- **"Always be closing"**, l'ottenimento di impegni da parte del cliente
- **Sapere quando è il momento di chiudere la trattativa:** esercitazioni e role play
- **Applicare un metodo testato** per sviluppare un approccio collaborativo






## ➤ Diventare punto di riferimento dell'odontoiatra

Grazie all'acquisizione e sperimentazione - attraverso esercitazioni, simulazioni e role -playing personalizzati di modalità utili non solo a comprendere le esigenze dell'odontoiatra, ma anche a saper utilizzare le informazioni raccolte durante il colloquio per proporre soluzioni altamente personalizzate e focalizzate al raggiungimento di risultati ottimali, l'odontotecnico riuscirà a trasmettere il valore aggiunto del suo supporto e a massimizzare i suoi risultati di business.



# Calendario corsi Develo



	Educazione d'impresa  <b>Si Studio</b>	Percorso formativo  <b>Clinic Manager</b>	Corso odontoiatri  <b>Come conquistare mente e cuore dei propri collaboratori</b>	Corso odontoiatri  <b>Comunicare per vendere</b>	Corso odontotecnici  <b>Vendere creando partnership di valore</b>		
<b>2019</b>							
Settembre	<b>Coccaglio (BS)</b> dal 25 al 29						
Ottobre			<b>Cagliari</b> 31				
Novembre							
Dicembre			<b>Cagliari</b> 6				
<b>2020</b>							
Gennaio		<b>Bologna</b> 23-24-25					
Febbraio			<b>Milano</b> 7				
Marzo		<b>Bologna</b> 19-20	<b>Milano</b> 5	<b>Bologna</b> 23	<b>Milano</b> 26	<b>Bologna</b> 27	
Aprile		<b>Bologna</b> 23-24	<b>Bologna</b> 20	<b>Catania</b> 21	<b>Milano</b> 27	<b>Bologna</b> 28	<b>Palermo</b> 22
Maggio							
Giugno		<b>Bologna</b> 11-12		<b>Catania</b> 3		<b>Palermo</b> 4	<b>Cagliari</b> 9
Luglio						<b>Cagliari</b> 2	
Agosto							
Settembre						<b>Milano</b> 7	<b>Bologna</b> 8
Ottobre						<b>Milano</b> 5	<b>Bologna</b> 6

## Per info

Numero verde 800-642.777  
eventi@astidental.com

Bquadro è un marchio appartenente ad Astidental di Sabbione S.p.A.  
Azienda con Sistema di Qualità certificato da DNV UNI EN ISO 9001:2015.  
Capitale Sociale 510.000 e i.v. - R.E.A 76661  
Registro Imprese - C.F. - P.IVA 01067490050 - Rec.Min-San 02948A

[www.bquadro.it](http://www.bquadro.it)