

COMUNICAZIONE & SVILUPPO RISORSE UMANE

FORMAZIONE

FOCUS: comportamenti ed atteggiamenti nella relazione con il paziente per sviluppare il riflesso della Qualità



Comunicazione ad Alto Impatto™: tecniche, strumenti e forme di comunicazione interpersonale	1g ½
Approccio professionale ad obiezioni e reclami	1g ½
Gestione del conflitto	1g
Ruolo strategico del personale "front-line" dello studio odontoiatrico	1g
Laboratorio di Public Speaking: parlare in pubblico sicuri, preparati e motivati. Oratori non si nasce! Abilità e conoscenze di base per esporre idee, progetti, offrire soluzioni, motivare gruppi	1g ½

GESTIONE MANAGERIALE DELLO STUDIO ODONTOIATRICO

FOCUS: una struttura di servizio globale per fidelizzare il paziente



Facilitare e gestire efficacemente le riunioni: chi fa <i>che cosa</i> e <i>quando</i> in studio e nel laboratorio, per lavorare efficacemente e senza stress	1g
Active Implantology™ : educare e motivare correttamente il paziente ad accettare il trattamento implantare e relativo piano economico	1g
Gestione dell'agenda dello studio odontoiatrico: organizzarla e organizzarsi per prevenire ritardi ed imprevisti.	½ g
La gestione dei disservizi: soddisfare e superare le attese del paziente	1 g
Creare valore nella relazione con il paziente: il customer service	1 g
Il Global Service Management, come prendersi cura del paziente mediando tra tutte le sue esigenze espresse e non espresse	2 gg
Sviluppo, gestione e organizzazione dei collaboratori nel cambiamento organizzazionale	1g ½
Le competenze di coaching per il management – Team Coaching	2 gg
Come preparare un Business Plan	1 g
Come preparare un Piano di Marketing	1 g

DENTAL MARKETING & DENTAL WEB***FOCUS: uso strategico della comunicazione istituzionale verso paziente***

Il marketing della sala d'attesa e l'immagine di studio: le leve-base di marketing, compreso il marketing olfattivo, indispensabili per far emergere la congruenza tra livello di servizio atteso e percepito, realizzando il corretto posizionamento verso i pazienti
Brand value & identity: ricerca del logo, preparazione sito internet, newsletter per i pazienti, immagine coordinata, book di studio in sala d'attesa, brochure motivazionali per il paziente, carta dei servizi, video per la sala d'attesa
Advertising: pubblicità tradizionale, web, pianificazione media, gestione delle campagne
Eventi: eventi celebrativi, convegni, meeting: ideazione e regia, scelta location, selezione fornitori, segreteria organizzativa, gestione pratiche burocratiche, ecc.
Come utilizzare il WEB e i social network nell'attività di studio

▶ Metodologia Formativa

I corsi si ispirano al *principio dell'imparare facendo* (formazione on the job), il discente viene accompagnato nel suo percorso di apprendimento partendo dalla sua realtà lavorativa quotidiana per comprendere e modificare consapevolmente e gradualmente i propri comportamenti.

- Strumenti formativi ed esercitazioni: quaderno degli esercizi personale, esercitazioni individuali e di gruppo, role-play, video, case-study su situazioni reali, follow-up.

▶ “Blended Learning” (formazione mista) con e-coaching

Contenuti e metodi progettati per l'apprendimento in aula e successivo supporto a distanza via web. Condivisione delle esperienze e delle conoscenze sia formali che informali rafforzando la condivisione delle eccellenze, il senso di appartenenza e l'efficacia operativa, test, compiti, valutazioni, Non “pillole formative” ma coaching di formazione con un percorso ricco e completo.

▶ Follow-up diretto in studio

Il formatore supervisiona le dinamiche del gruppo durante l'interazione con i pazienti, senza interromperne l'attività; per questo è previsto un *PROCESS DEBRIEFING* finale come strumento di supporto e di apprendimento.

▶ Programmazione

I corsi sono organizzati direttamente nella sede del committente, scegliendo giorni e orari secondo necessità e sono rivolti al medico e al suo staff ed eventualmente ad alcune tipologie di suoi fornitori.