



ARIANTOs.r.l
EDIZIONI MEDICHE

XII edizione

Dal passaparola al Web 2.0

Il CPA è alla sua XII edizione ed in dieci anni più di 590 dentisti vi hanno partecipato con successo

Corso Pratico Annuale (CPA)

di organizzazione, marketing ed economia aziendale dello studio odontoiatrico.

Marketing & Management in odontoiatria. Anno 2015

Date:

Sede di Milano:

19 gennaio – 16 febbraio – 16 marzo – 20 aprile – 18 maggio – 22 giugno

Sede di Roma:

9 febbraio – 9 marzo – 13 aprile – 11 maggio – 8 giugno – 13 luglio

+ 3 mesi di tutoring al termine del corso

Abstract

Costituisce obiettivo centrale del corso la comprensione delle più rilevanti dimensioni che caratterizzano il management ed il marketing odontoiatrico nelle due branche: Economia ed Organizzazione Aziendale, Marketing e Comunicazione nelle sue diverse accezioni (dal Marketing strategico alla comunicazione neuronale). Più specificatamente è finalità principale promuovere il trasferimento, a favore dei partecipanti, di tutte quelle conoscenze relative alla gestione pratica (ma nel contempo strategica) di tutte quelle conoscenze relative alla gestione pratica, stimolate da una didattica interattiva e grazie alle esercitazioni. Fondamentali sono tutti gli aspetti trattati, tra i quali la dimensione organizzativa, il controllo economico e finanziario, la comunicazione dialogica tra medico, team e paziente. Nell'ambito del corso sarà fatto ampio ricorso a case-study, al fine di integrare le riflessioni esposte con evidenze scientifiche.



ARIANTO s.r.l

EDIZIONI MEDICHE

Nella prima parte della lezione si illustrano le metodologie di organizzazione, di controllo e di sviluppo dell'attività gestionale dello studio odontoiatrico; nella seconda parte della lezione viene presentato uno o più strumenti per realizzare in modo pratico quanto esposto precedentemente e nella terza parte si procede alla verifica dell'utilizzo corretto degli strumenti forniti nella lezione precedente.

I partecipanti lavorano sui dati soggettivi e sulle specifiche realtà proprie ottenendo un risultato pratico ed un supporto continuo durante tutta la durata del corso annuale

STRUMENTI: Ad ogni lezione saranno abbinati uno o più strumenti di gestione. Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa. Consegna del Software di Analisi Economica per l'ottimizzazione dei costi e dei ricavi dello studio odontoiatrico; questi strumenti professionali gratuiti per i partecipanti corrispondono al materiale pratico didattico.

Finalità:

La finalità del Corso CPA è di essere pratico e di fornire strumenti operativi.

Il CPA affronta il tema del Management e del Marketing nello studio odontoiatrico, introducendo metodi e modelli di controllo, per l'equipe e per i pazienti in modo che ogni azione sia sempre misurabile e concreta. Le strategie di successo dell'odontoiatra ed il posizionamento dell'attività, sono aspetti che oggi richiedono competenze interne ed il CPA sviluppa queste capacità, rendendo questo Corso molto simile ad una consulenza per il livello di interattività con il docente, il prof. Antonio Pelliccia.

Grazie al corso sarà possibile comprendere:

1. Definizione degli obiettivi dello Studio.
2. Organizzazione e disponibilità i mezzi e le risorse umane, economiche e di mercato.
3. Controllo che i mezzi e le risorse siano ben utilizzati per raggiungere gli obiettivi ed elaborare una serie di azioni atte ad intervenire tempestivamente per la risoluzione di eventuali problemi derivanti dall'utilizzo degli stessi.
4. Controllo sulla gestione organizzativa e quindi produttiva per il miglioramento della "qualità della vita" in studio (Team Building).
5. Marketing & Management: definizione e costruzione del piano operativo di marketing personalizzato. Sistemi di misurazione, obiettivi e governo delle risorse.

Sviluppo di piani di controllo interni:

- a) cosa deve essere fatto e da chi
- b) quando, dove e come deve essere fatto
- c) quali documenti e strumenti di comunicazione devono essere utilizzati
- d) come deve essere organizzato il "controllo di gestione".

Sviluppo di piani di controllo su:

- a) i criteri di gestione dei preventivi
- b) i metodi di presentazione controllo dei pagamenti
- c) come trasformare i pazienti in "divulgatori"
- d) la gestione dei collaboratori e delle risorse umane
- e) il coordinamento all'interno dello studio
- f) la documentazione rilasciata al paziente ed il marketing



g) il Referral Program e la comunicazione Web 2.0 (internet, mail, social...media)

Organizzazione ed Economia Aziendale

Il management odontoiatrico.

CPA 2015 Corso Pratico Annuale di Management & Marketing Odontoiatrico

PRIMO incontro

ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI

- Il concetto ed il processo di formazione dei costi della libera professione odontoiatrica.
- Le finalità del calcolo dei costi.
- Gli oggetti di riferimento del calcolo dei costi. Costi speciali e comuni.
- Le configurazioni di costo.
- I costi standard.
- Le analisi costi - volumi - risultati. La break even analysis di uno studio odontoiatrico.
- L'analisi dei costi nel settore odontoiatrico. Case study.
- Il target costing.
- Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Cenni.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

SECONDO incontro

GESTIONE ECONOMICA E CAPACITÀ PRODUTTIVA REDDITIVITÀ, ANALISI FINANZIARIA E STUDI DI SETTORE

- L'economia e la natura del servizio odontoiatrico.
- Normativa vigente e rapporto con ASL.
- Le condizioni di equilibrio, economico e finanziario della libera professione odontoiatrica.
- L'economicità: efficacia ed efficienza.
- Cenni su elementi di strategia e politica aziendale.
- Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione.
- I fondamenti della valutazione del flusso di cassa.
- L'equilibrio monetario e la capacità di reddito.
- L'autofinanziamento e la capacità di reddito.
- L'analisi del rischio.
- La stima del costo del capitale.
- La pianificazione finanziaria.



ARIANTO_{s.r.l}

EDIZIONI MEDICHE

- La rappresentazione contabile delle operazioni. La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

TERZO incontro

CONCETTI DI MARKETING E DI GESTIONE DELLA QUALITÀ DELLA LIBERA PROFESSIONE MEDICA: IL CASO DELLA PROFESSIONE ODONTOIATRICA.

- Il Marketing deontologico e le diverse tipologie di marketing
- La pubblicità sanitaria concessa.
- Impostare una strategia di marketing.
- Saper misurare gli effetti positivi e negativi del marketing. L'importanza della misurazione.
- I prodotti tangibili della comunicazione: cartella clinica visiva, carta dei servizi dello studio, piano terapeutico e contabile, libretto di mantenimento della terapia, videoclip, sito internet, mail e newsletter, ... I prodotti di marketing diretto ed il marketing indiretto.
- La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management). Cenni.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

QUARTO incontro

LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE.

- L'organizzazione di un Team. Metodologie a confronto.
- La gestione della motivazione. La motivazione del team odontoiatrico.
- La gestione della leadership. La leadership situazionale.
- Le coppie dialogiche: medico - personale - pazienti.
- La formulazione corretta delle domande e la loro interpretazione.
- La prevenzione. La collaborazione. Motivazione di un paziente.
- La comunicazione verbale e paraverbale, diretta e indiretta. Cenni sulla PNL.
- Organizzazione e gestione dell'amministrazione.
- Le informazioni sulla gestione destinate all'interno: il controllo di gestione.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

QUINTO incontro

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE ED ASSETTO PRESENTE E FUTURO DELL'ATTIVITA'.

- Principi generali di organizzazione aziendale.
- Le fasi della vita aziendale - odontoiatrica: istituzionale, di funzionamento e terminale.
- Fase istituzionale: le scelte fondamentali. I rapporti libera professione - ambiente e incertezza: il rischio di impresa. Come realizzare la crescita.



- Fase di funzionamento: il finanziamento della libera professione odontoiatrica: capitale di rischio e capitale di credito. Criteri di scelta della forma di finanziamento. Pianificazione degli investimenti.
- Le diverse forme di aggregazione tra liberi professionisti nel settore odontoiatrico. Come ridistribuire i costi ed i ricavi tra i soci.
- Studi monoprofessionali o associati. Il sistema degli “studi odontoiatrici familiari”: caratteristiche principali e requisiti di successo.
- Fase terminale: cessazione dell’attività e valore di avviamento. Metodologie di calcolo del valore.

SESTO incontro

IL MARKETING DELLO STUDIO ODONTOIATRICO.

Il tema del marketing nello studio odontoiatrico, dal punto di vista economico e giuridico.

1. La pianificazione strategica della comunicazione mass-mediatica.
 - a. Efficacia, costi, punti di forza e minacce della comunicazione televisiva ed editoriale.
 - b. Il marketing deontologico ed i “mediatori”.
 - c. I comportamenti di comunicazione efficace.
2. Gli strumenti di Comunicazione Indiretta interni ed esterni allo studio.
 - a. Come attivare il paziente Divulgatore: i Referral Programs ed il Passaparola.
1. I mezzi: come si può diffondere la pubblicità sanitaria.
2. Inquadramento della problematica. Esame dei mezzi: dai mezzi tradizionali all’uso delle nuove tecnologie. Le problematiche del Direct marketing.
3. Il contenzioso sulla pubblicità sanitaria.

Parte speciale del Corso:

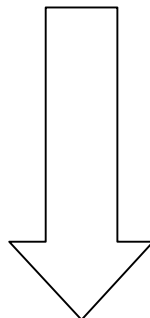
4. Esempi e casi pratici “Case report” documentati, normative e autorevole bibliografia nazionale ed internazionale.

Extra:

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

Consegna del Software di Analisi Economica per l’ottimizzazione dei costi e dei ricavi dello studio odontoiatrico;

Informazioni & Iscrizioni





ARIANTO s.r.l
EDIZIONI MEDICHE

Iscrizioni: Corsi Pratici Annuali CPA (Milano – Roma)

"Corsi pratici annuali": i corsi si svolgono sia a Milano sia a Roma. La caratteristica di questo programma, oltre ad essere costante nel tempo, sempre rinnovato ed aggiornato, è quella di rappresentare quasi una "consulenza" manageriale (economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale) per lo studio odontoiatrico. Questo corso è il livello più elevato di formazione extraclinica grazie anche al gruppo di docenti che vi collabora, tutti esperti che si sono specializzati verso l'odontoiatria con molti anni di attività diretta presso gli studi dentistici.

Una volta scelta la sede (es. Milano) e formalizzata l'iscrizione, lo studio fa parte di un programma di incontri a "numero chiuso" per la durata di sei mesi in un lunedì mattina al mese. Si è scelto l'inizio della settimana per dare la possibilità ai partecipanti di applicare subito i concetti pratici che saranno affrontati.

Le domande di ammissione dovranno pervenire complete di ragione sociale studio, nome, cognome, indirizzo, cap, città, telefono, e mail, p.iva, codice fiscale e nominativi delle persone partecipanti, tramite mail direttamente a info@arianto.it

Il costo del corso completo di dispense e materiale didattico è di 2.500,00 € + iva (22%) per due partecipanti dello stesso studio. La quota può essere suddivisa in 2 quote di 1.250,00 euro + iva (22%) : una di acconto all'atto dell'iscrizione ed il saldo entro il 3 incontro. Possono essere ammessi partecipanti aggiuntivi al costo di 1.000,00 € (+ 22% iva) cadauno, indicando nella domanda di ammissione i nominativi.

Le iscrizioni saranno accettate in base all'ordine di prenotazione. Corso a numero chiuso, si consiglia di effettuare tempestivamente la domanda di iscrizione*.

*Con l'iscrizione i partecipanti sono a conoscenza ed accettano che l'organizzatore possa modificare le date del corso e che in caso di annullamento del corso, sempre da parte dell'organizzatore, riceveranno interamente ed esclusivamente la quota di partecipazione versata.

Dati per bonifico bancario: Arianto s.r.l. Iban IT38 S 02008 01600 000041206117

Per iscrizioni: Segreteria Arianto Srl Milano:Mail: info@arianto.it - telefono (24 ore call center lasciare messaggio) 02 4800 0053. Corso a numero chiuso.