

LA COMUNICAZIONE STRATEGICA NELL'ODONTOIATRIA

Gli autori

Carolina Quarantini è Amministratrice e Dental Manager di un poliambulatorio. Specializzata in comunicazione sanitaria, si occupa di management di tutte le fasi della *medical customer journey*. È Senior Associate Responsabile Area odontoiatria dell'Accademia di Comunicazione Strategica.

Luca Brambilla è Direttore dell'Accademia di Comunicazione Strategica, società specializzata in Master One to One per Executive e consulenza in Comunicazione Strategica e Negoziazione. Insegna inoltre come adjunct professor di Comunicazione Strategica e Negoziazione nelle università e business school più importanti d'Italia.

© 2023 Accademia di Comunicazione Strategica
Foro Buonaparte 59 – 20121 Milano
accademia.comunicazionestrategica.it

Tutti i diritti riservati. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta, memorizzata in un sistema che ne permetta l'elaborazione, né trasmessa, in qualsivoglia forma e con qualsivoglia mezzo elettronico o meccanico, né può essere fotocopiata, registrata o riprodotta altrimenti senza previo consenso scritto dell'editore, tranne nel caso di brevi citazioni contenute in articoli di critica o recensioni.

Progetto grafico e copertina: Enrico Guida

Finito di stampare nel mese di ottobre 2023
presso New Press edizioni Srl, Lomazzo (CO) – Italia

CAROLINA QUARANTINI
LUCA BRAMBILLA

LA COMUNICAZIONE STRATEGICA NELL'ODONTOIATRIA

IL RUOLO DEL DENTAL MANAGER



Indice

Prefazione	9
Introduzione	11
1 Studi dentistici ieri, oggi e domani.....	15
1.1 Analisi numerica degli studi dagli anni '70 a oggi	16
1.2 Dentista e imprenditore? Sì, ma con una figura in più	20
2 Il Dental Manager	23
2.1 Cosa fa il Dental Manager: funzioni e responsabilità.....	23
2.2 Come diventare Dental Manager: il percorso di studi	24
3 Le competenze del Dental Manager	27
3.1 La Comunicazione Strategica e il Metodo O.D.I.® ...	29
3.2 Negoziazione Strategica	44
3.3 Time management	62
3.4 Business Profiling	82
3.5 Arte delle Domande Strategiche	104
3.6 Psicologia	117

4	La relazione con i collaboratori	121
4.1	Le tipologie di collaboratori	122
4.2	Saper scegliere: la selezione del personale di uno studio	125
4.3	Aspetti contrattuali e retributivi	156
4.4	Imparare a delegare con il Metodo 70-30-30®	162
4.5	La gestione degli obiettivi	169
4.6	Dare e ricevere feedback	174
4.7	Motivare e responsabilizzare i collaboratori	179
5	Consulenti esterni: amici o nemici?	185
5.1	Consulente del lavoro	186
5.2	Commercialista	187
5.3	Sicurezza	187
5.4	Finanziarie e crediti al consumo	189
5.5	Assicurazione	189
5.6	Privacy	189
5.7	Tecnologia	190
5.8	Fornitori di materiali	192
6	Il proprio fulcro: il paziente	193
6.1	<i>Suspect</i> – Definire il proprio target	196
6.2	<i>Prospect</i> – Contattare il paziente	197
6.3	<i>Working</i> – Spiegare il piano di trattamento	201
6.4	<i>Buying</i> – Presentare il preventivo	203
6.5	Riattivazione dei pazienti	208
6.6	I trigger di vendita	210
6.7	La gestione delle lamentele	212
6.8	Stile di comunicazione: formale o informale?	214
7	Comunicazione e marketing dello studio odontoiatrico	217
7.1	Sito web	221
7.2	Social Media Marketing	223
7.3	Comunicazione <i>in-store</i>	225

7.4	Creazione di contenuti	230
7.5	La costanza premia	230
8	Extra	233
8.1	Bias cognitivi in campo sanitario	233
8.2	Donne e disparità di genere nell'odontoiatria	237
8.3	Studi di famiglia: le difficoltà del passaggio generazionale	239
	Postfazione	243
	Bibliografia	247