



7 Life for success



7 VITE PER UN DENTISTA

STRATEGY

FINANCE

COMUNICATION

EXPERIENCE

SALES

ORGANIZATION

COMMUNITY

STRATEGY



STRATEGY

IN CHE COSA SEI UNICO?

COME FAI A DISTINGUERTI?

**CHE COSA SEI BRAVO A FARE
COME PERSONA?**

**COME PUÒ QUESTA ABILITÀ
DIVENTARE BUSINESS?**

**STANDARD = POVERTÀ SU LUNGO
PERIODO**

**EXTRA-ORDINARIO = VITA SU
LUNGO PERIODO**

BENEFICI

**PUOI SCEGLIERE CON CHI FARE
BUSINESS....**

....CHI TI PUÒ AIUTARE.....

**....QUANTO PUOI/VUOI
GUADAGNARE....**

**....COME COINVOLGERE I TUOI
CLIENTI.**

I 2 POLI

**PER FARE UNA CORRETTA
STRATEGIA SERVONO ALMENO 2
PERSONE DIVERSE TRA LORO:**

IL SOGNATORE

IL PIANIFICATORE

FINANCE



DIVERSE SPECIE DI COSTO



RESA POLTRONA PER ESSERE IN UTILE

**14.000€
MESE/
POLTRONA
25.000€
MESE/
POLTRONA
35.000€
MESE/
POLTRONA**

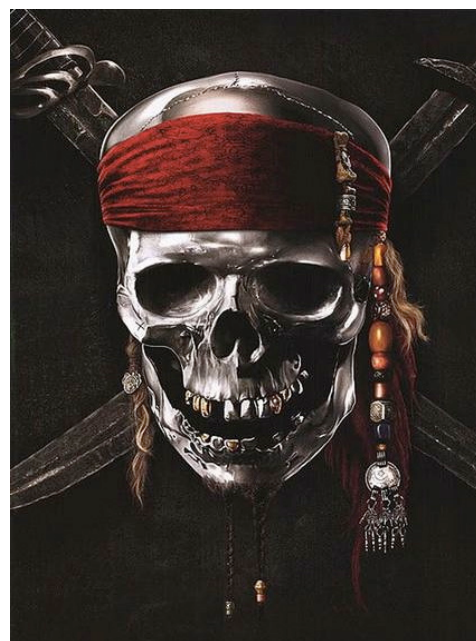
**PERCHÈ:
20-30% COSTO
STRUTTURA
35% COSTO
MEDIO
PROFESSIONISTI
(ANCHE TU)
15% MATERIALE
20-30% UTILE =
INVESTIMENTI**

LE STRATEGIE FINANZIARIE

DIFENSIVA:



ATTACCO:



IL FATTURATO

**IL FATTURATO INDICA QUANTA
FIDUCIA HANNO IN NOI I NOSTRI
CLIENTI.**

**SE CALA O È BASSO/STAGNANTE
NE HANNO POCA**

**SE CRESCE O È ALTO NE HANNO
MOLTA**

“FALSI” MITI DA INVESTIMENTO

CEREC

ORTOPANTO

POLTRONE

TAC

LASER

1000 CORSI CLINICI

CORSO IN AMERICA

**ACQUISTO STUDIO 500MQ E 7
POLTRONE**

GROSSI NOMI

VERI INVESTIMENTI

TU COME MANAGER?

VENDITE?

COMUNICAZIONE?

MARKETING?

STILING STUDIO?

TUO PERSONALE?

**QUANTO INVESTI NELLA TUA
ABILITÀ IMPRENDITORIALE E NELLE
TUE RISORSE INTERNE TI DIRÀ
DOVE SARAI (E QUANTO FATTURERAI)
ENTRO 3 ANNI.**

**NON STUPIRTI MAI DI CHI
AFFRONTA MALE LE CRISI.....NON SI
ERA PREPARATO PRIMA.**

LEGGI DEL DENARO

**PRIMA SI INCASSA E POI SI SPENDE
IL DENARO SI FA PRIMA A PRODURLO CHE
A FARSELO PRESTARE**

**UN'AZIENDA, COME UNA PERSONA,
SPENDERÀ SEMPRE PIÙ DENARO DI
QUELLO CHE INCASSA**

LE RISERVE NON SI TOCCANO

COMUNICATION



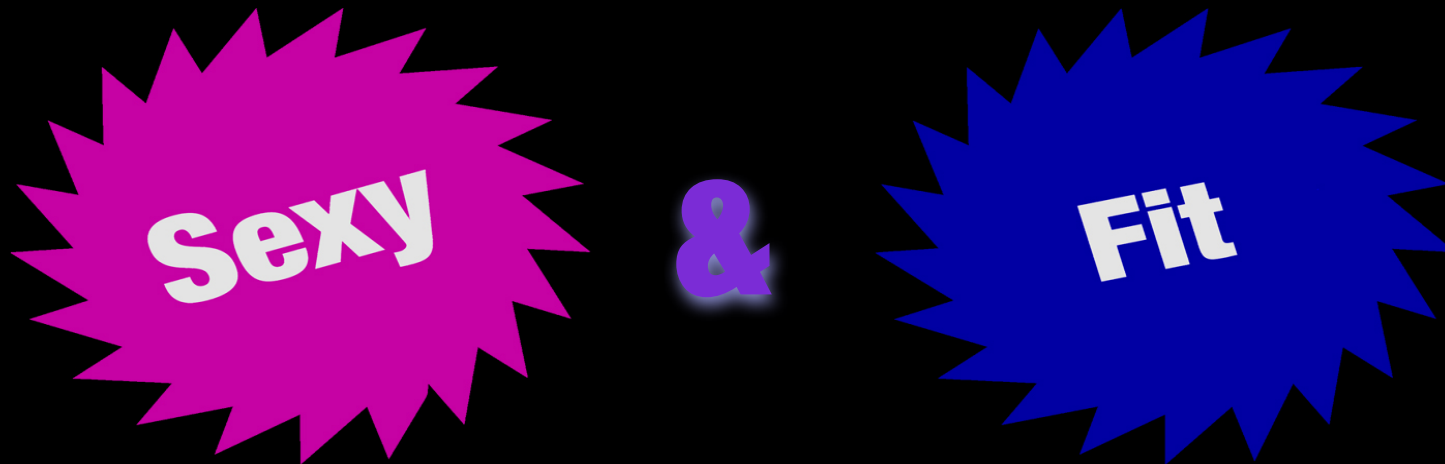
COMUNICATION

**SEI IL MIGLIORE O
SANNO CHE SEI IL MIGLIORE?**

**DOVE SONO FINITI I
PAZIENTI?**

**COSA COMUNICHI AL
TUO MERCATO?**

IL MARKETING CHE FUNZIONA



Sexy

&

LOUIS VUITTON





&

Fit

SEXY & FIT

Abbigliamento bello

Un clown in studio.

Bei quadri appesi con
sorrisi.

Belle persone.

Gestione delle referenze

Tutti i clienti gestiti

Sorrisi

Soluzioni alla persona

Solito camice

L'assistente

I "dentoni"

Persone che lavorano/
danno servizio.

Nuovi pazienti

Dov'è la Sig.racome si
chiama?

Otturazioni

Preventivi

DOMANDE DA FARSI

**COSA DESIDERANO I TUOI CLIENTI
VERAMENTE?**

IN COSA SEI UNICO PER LORO?

CHE PROBLEMATICHE RISOLVI?

**OGNI QUANTO COMUNICHI CON
LORO?**

EXPERIENCE



EXPERIENCE

DIMMI CON CHI VAI E TI DIRÒ CHI SEI!....O DOVE ANDRAI....

L'ESPERIENZA E LE PERSONE SONO LA BASE DEL BRAND

CREATORI E DISSIPATORI



RESPONSABILI



PROBLEMABILI

CHI CREA IL TUO BRAND?

**LE PERSONE VANNO SELEZIONATE
PER L'ESPERIENZA CHE VOGLIAMO
CREARE.**

**IL CLIENTE DEVE ENTRARE E
USCIRE DALLO STUDIO CON UNA
BELLA SENSAZIONE. SI SENTE
CURATO TOTALMENTE O SOLO AI
DENTI?**

CHI CREA IL TUO BRAND?

**CHI COLLABORA CON TE LO FA PER:
PASSIONE?**

DENARO?

POSTO DI LAVORO?

COMODITÀ?

AFFETTO VERSO DI TE?

ALTRO?

**OGNI MOTIVAZIONE PORTA CON SE
DELLE CONSEGUENZE. CHI LAVORA CON
TE PERCHÈ LO FA E COSA CREERÀ?**

ACCORGIMENTI

**OCCHIO ALL'APPROCCIO
AGGHIACCIANTE**

**SCEGLI CHI HA CARATTERISTICHE
PERSONALI FORTI, NON SCEGLIERE
SOLO ASPETTI TECNICI**

ALLENA LE PERSONE, FORMALE

**RENDILI PARTE ATTIVA DEL
GRUPPO**



**9 DENTISTI SU 10 DICONO DI
SAPER VENDERE
SOLO 1 SU 10 SA REALMENTE
VENDERE**

SINTOMI DI BUONA VENDITA

**IL CLIENTE PAGA REGOLARMENTE
SENZA CHE TU GLIELO RICORDI**

**IL CLIENTE FA MOLTE PIÙ CURE DI
QUELLE CHE SONO URGENTI E
SCEGLIE SOLO IL MEGLIO**

**HAI PIÙ DI 300 NUOVE VISITE
L'ANNO**

CHI VENDE?

**LA VENDITA È FATTA D'EQUIPE:
SEGRETARIA + ASSISTENTE +
IGIENISTA + DOTTORE
SE MANCA UN INGREDIENTE LA
VENDITA È DIFFICILE**

GESTIONE VENDITA

SAI DISTINGUERE UN SEGNALE DI CHIUSURA DA UN'OBIEZIONE?

SAI GESTIRLE ENTRAMBE?

HAI UNA PLURALITÀ DI SERVIZI CHE VANNO AL DI LA DELLE CURE “COMUNI”

SAI INDIVIDUARE LE NECESSITÀ DEI PAZIENTI?

SAI GESTIRE IDEE SBAGLIATE?

QUANTO TEMPO DEDICHI?

ORGANIZATION



ORGANIZATION

**ESISTONO 2 TIPI DI
ORGANIZZAZIONE**

INTROVERSA

ESTROVERSA

ORGANIZATION

IMPOSTAZIONE

PROCEDURE

CARTE (BUROCRAZIA)

ISO

SCHEMI

=

INGESSATURA

ORGANIZZAZIONE

RESPONSABILITÀ

“CLONAZIONE”

CLIENTE

ACCORDO

=

ESPANSIONE

**COSA VUOLE IL
TUO CLIENTE?**

ORGANIZZAZIONE

**E' PIÙ DELLA SEMPLICE
FORMALIZZAZIONE DI RUOLI
E' COMPOSTA DA: 1 SEGREタリア
FISSA, 1 IGIENISTA, ASSISTENTI,
DOTTORI. TUTTI BRAVI A VENDERE
E ORIENTATI A CREARE QUELLO
CHE VUOLE IL CLIENTE :-)**

COME CAMBIA L'ORGANIZZAZIONE

PAZIENTE

DENTISTA

CURE

DENTE CURATO

SIGNORINA

Io

CLIENTE

IMPRENDITORE-MEDICO

SERVIZI BENESSERE

SORRISO

COLLABORAT(T)RICE

BRAND



CHANGE

**NOI SIAMO STATI BRAVI E
FORTUNATI**

**LA FORTUNA È COME LA MONETA,
DEVE CIRCOLARE**

**I TUOI CLIENTI E IL TUO MERCATO
HANNO ESIGENZE DI CUI NON
PARLANO**

SCOPRI LE ESIGENZE!

CREA EVENTI

YOUR CHANGE = PEOPLE CHANGE

**A VOLTE I TUOI CLIENTI HANNO
ESIGENZE PERSONALI CHE TI
COMUNICANO**

**VOGLIONO TROVARE UN AMBIENTE
SOCIETARIO MIGLIORE...SI VOGLIONO
POTER CONFRONTARE CON ALTRI
SENZA PROBLEMI**

**IL TUO COMPITO È QUELLO DI CREARE
UN PEZZO DI SOCIETÀ MIGLIORE**

ETHICS

**SE VUOI DIVENTARE UN PILASTRO
DELLA SOCIETÀ DEVI INIZIARE AD
ESSERLO**

**L'ETICA PROFESSIONALE NON
RIGUARDA SOLO IL FARE IL LAVORO
FATTO BENE**

**RIGUARDA ANCHE L'ESSERE UN
MODELLO IN TUTTI GLI AMBITI**

**LA GENTE VUOLE STARE ASSIEME E
AMMIRARE I MODELLI, PURCHÈ SIANO
ESTREMI!**

ESSERE IL NUMERO 1

**DEVONO SAPERE CHE LO SEI
DEVI MOSTRARE CHE LO SEI
SI DEVE RESPIRARE CHE LO SEI
TI SENTI IL NUMERO 1? O.....**

FORTUNA



SLIDES E RIFERIMENTI

m.calore@osmanagement.it

www.maxcalore.it

www.osmm.it

393 9089906