



Società di Formazione EXTRA CLINICA
fondata e diretta da Medici odontoiatri

Finalizzata ad aumentare le performance del team odontoiatrico



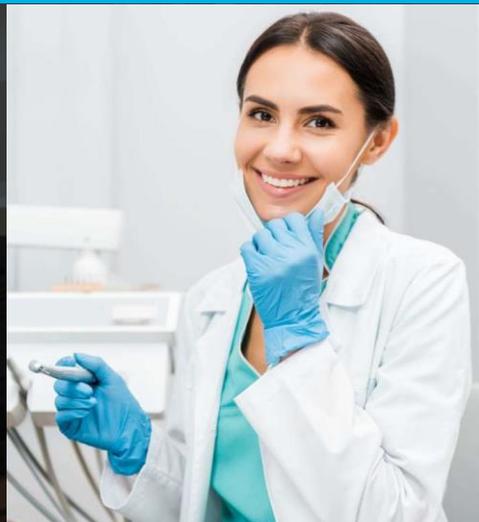


INIZIO CARRIERA

Neo laureato, non hai ancora avviato la professione, oppure sei partito da poco o stai cercando lavoro



LIVELLO



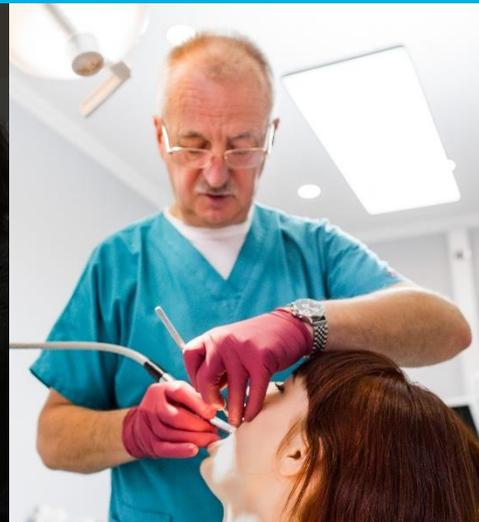
CONSULENTE

Non hai uno studio tuo ma ti sei costruito un lavoro da consulente.

Oppure sei stanca/o di lavorare per i sogni degli altri e desideri aprire uno studio tutto tuo



LIVELLO



TITOLARE DI STUDIO

Il tuo studio funziona ma se non ci sei tu, **tutto si ferma**.



LIVELLO



CLINICA ODONTOIATRICA

Hai una organizzazione che funziona anche senza la tua presenza.



LIVELLO



NETWORK ODONTOIATRICO

La tua è un'azienda che si espande con nuove sedi sul territorio.



LIVELLO



Come costruire una
efficace strategia di
marketing & comunicazione
in ambito sanitario

5

PASSI FONDAMENTALI



Costruire una strategia di marketing:

I 5 PASSI FONDAMENTALI

Il marketing e la comunicazione sono essenziali per qualsiasi attività ed anche per un professionista che vuole riposizionare il tuo studio rispetto ai competitor

oppure se sei un consulente comunicare la tua proposta di valore per farti preferire rispetto ad un altro specialista.

Costruire una strategia di marketing & comunicazione

I 5 PASSI FONDAMENTALI

Oggi ti presento quello che sono a mio avviso
i **5 passaggi fondamentali** iniziali per costruire la tua strategia
di marketing e comunicazione in modo efficace e coerente



PASSO NUMERO 1

INDIVIDUA LA TUA AUTENTICITÀ

(LA TUA DIFFERENZA)



PASSO NUMERO 1

La base della tua strategia **SEI TU!**
Ed ecco perché per iniziare devi
pensare a ciò che ti **DISTINGUE**
dagli altri.

Ed è per questo che ti parlo di
AUTENTICITÀ
perché siamo in un mondo
COPIA E INCOLLA



distinguersi
per non estinguersi



CHE COSA SIGNIFICA PER UN PROFESSIONISTA DISTINGUERSI/DIFFERENZIARSI?



sii specifico
e concreto

- Il primo passo da compiere è avere una filosofia
- Cosa deve pensare un osservatore esterno di te o del tuo studio?
- Per quale motivo un paziente deve scegliere proprio il tuo studio?
- Qual è la differenza che distingue noi dagli altri?

Perché è vitale essere in grado di rispondere a questa domanda?

La risposta è semplice.

PREZZO

“Le persone tengono conto del **prezzo** solo quando non hanno nient'altro da prendere in **considerazione**”

PASSO NUMERO 2

INDIVIDUA IL TUO PUBBLICO



PASSO NUMERO 2

Bene ora che sai chi sei, cerca di capire **CHI SONO GLI ALTRI**. Da chi è composto il tuo pubblico?

CHI COMPONE LA TUA AUDIENCE?

Quando avrai capito chi compone il tuo pubblico, **pensa a quali sono i suoi interessi**, i suoi problemi e le sue esigenze.

Mettendo insieme le tue e le loro caratteristiche avrai **la base di partenza perfetta** per costruire **la tua strategia di marketing** e formulare la tua **proposta di valore**.



**CHI COMPONE LA
TUA AUDIENCE?**

PASSO NUMERO 3

POSIZIONATI NEL MODO CORRETTO





PASSO NUMERO 3

POSIZIONATI NEL MODO CORRETTO

Da una parte hai le tue competenze, le tue differenze e le tue capacità, dall'altra hai le caratteristiche e soprattutto i desideri della tua audience.

Ora, devi unire queste informazioni e capire come
POSIZIONARTI

Cosa sai fare meglio o di diverso degli altri? [Cosa desidera davvero il tuo pubblico?](#)

Il punto d'incontro tra queste due risposte, ti permette di individuare quella che viene definita la tua **VALUE PROPOSITION** che devi posizionare....

MA DOVE DEVI POSIZIONARE LA TUA PROPOSTA DI VALORE?

NELLA MENTE DEL
TUO POTEZIALE
NUOVO
CLIENTE



PASSO NUMERO 4

PIANIFICA LA COMUNICAZIONE

PIANO 
COMUNICAZIONE 

PASSO NUMERO 4

PIANIFICA LA COMUNICAZIONE

Ora sai chi sei tu, chi sono loro e cosa puoi offrire.

Ma tutto questo non deve stare **rinchiuso nella tua testa**



PASSO NUMERO 4

PIANIFICA LA COMUNICAZIONE



**CONTENT
MARKETING**

Fatto questo potrai iniziare a creare contenuti **per diffondere il tuo verbo** così da farlo arrivare alle orecchie e agli occhi della tua audience.

Non creare dei contenuti per vendere, concentrati su articoli, video e post che possano effettivamente **AIUTARE** il tuo pubblico così da costruire un rapporto di **FIDUCIA** iniziale.

PASSO NUMERO 5

AUMENTA LA TUA VISIBILITÀ



PASSO NUMERO 5

AUMENTA LA TUA VISIBILITÀ

Ora la tua macchina è avviata, non devi fare altro che giocare bene le tue carte, puntando a far arrivare il tuo messaggio a un gran numero di persone interessate (**in target**)

Per fare questo, oltre ai tuoi canali di comunicazione, puoi utilizzare anche delle risorse.



PASSO NUMERO 5

AUMENTA LA TUA VISIBILITÀ

INFLUENCER MARKETING

Campagne e strategie
di engagement

Prima idea di leva: campagne di influencer marketing

Un numero crescente di aziende utilizza gli influencer per sviluppare la visibilità sui social network. Tante aziende stanno investendo in questa leva di marketing per raggiungere un pubblico più ampio.



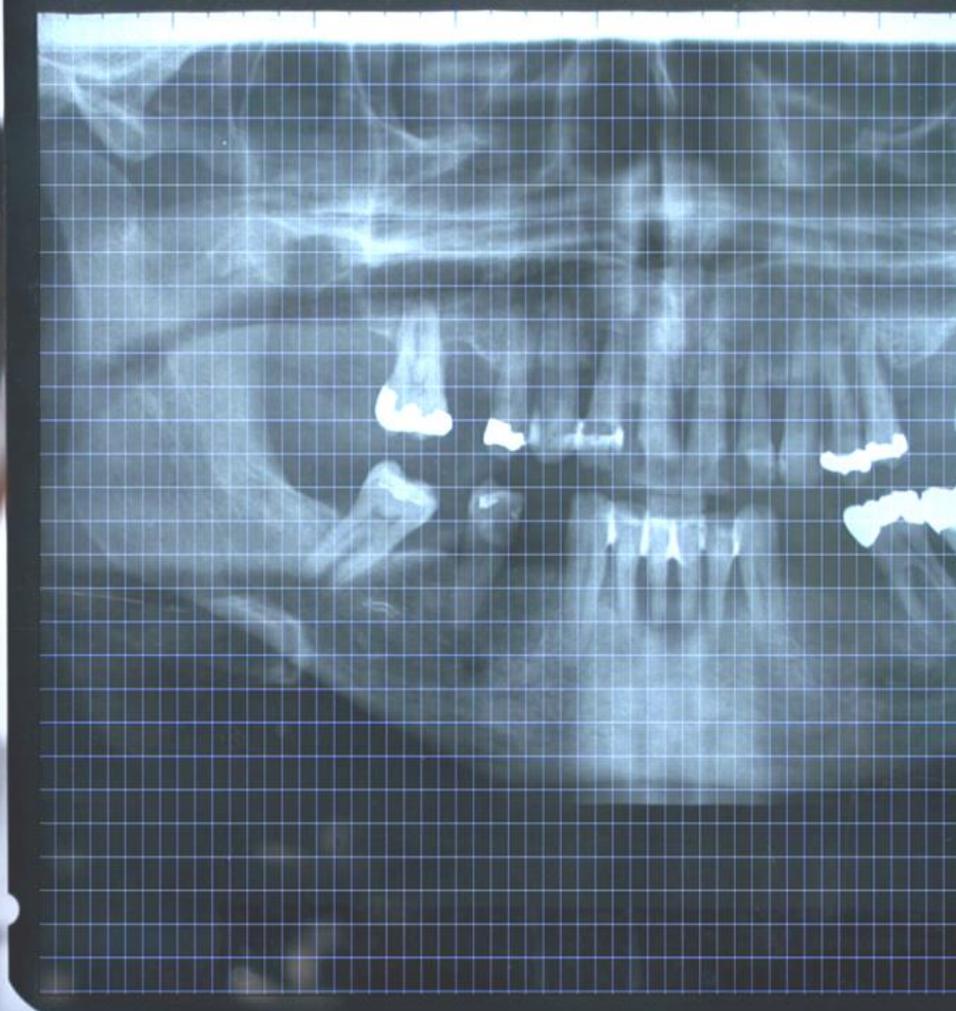
SFRUTTA IL VANTAGGIO COMPETITIVO

Hai tanti i strumenti e conosci i passi principali per *costruire la TUA strategia di marketing e di comunicazione*, non ti resta che pianificare le attività e rilanciare la tua struttura.



CORSO DI FORMAZIONE:
MANAGEMENT & MARKETING SANITARIO
GLI ELEMENTI **CHIAVE** DEGLI
STUDI ODONTOIATRICI DI
SUCCESSO

Quali sono gli studi destinati a sopravvivere
e quali invece diventeranno **LEADER**?



PROGRAMMA 9 MARZO 2024

CORSO SPECIFICO PER IL TEAM ODONTOIATRICO

- ANALISI DEI **FATTORI ESTERNI** CHE INFLUENZANO LA CRESCITA DELLO STUDIO ODONTOIATRICO
- **FARE MARKETING** NEL SETTORE SANITARIO COSA SIGNIFICA E COME FARLO PER IL TUO STUDIO
- ANALISI DEI **FATTORI INTERNI** CHE INFLUENZANO IL SUCCESSO DI UNO STUDIO ODONTOIATRICO
- **MANAGEMENT SANITARIO**: LA VISIONE PROSPETTICA DELLO STUDIO:
2 DIVERSI MODELLI DI GESTIRE IL TUO CENTRO
- IL **CICLO DI VITA** DEL BUSINESS DELL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE
- LA **PIANIFICAZIONE** STRATEGICA E LA VARIABILE TEMPORALE
- ANALISI DELLE **AREE STRATEGICHE** DELLO STUDIO
- **OPPORTUNITA' DI CRESCITA**

**ISCRIVI ORA
IL TUO TEAM**



www.odontoacademy.it



SCAN ME
contatti



GRAZIE

