

MILANO
21/22 OTTOBRE
17/18/19 NOVEMBRE

BIOMAX COMETOF

VICENZA
1/2
DICEMBRE

Programma di Formazione
Manageriale in:
GENERAL MANAGEMENT
PER LO STUDIO
ODONTOIATRICO

CORSO SVOLTO DA:

SDA Bocconi
School of Management



2016

Presentazione:

La Divisione Commesse di SDA Bocconi School of Management ha sviluppato per Biomax un percorso di formazione destinato a Medici Dentisti o Odontoiatri per apprendere, sviluppare e trasmettere strumenti e modelli manageriali utili a chi ricopre ruoli direzionali e di governo all'interno degli studi dentistici per:

- definire il ruolo di manager;
- analizzare il contesto competitivo;
- analizzare i punti di forza e di debolezza dell'impresa nei confronti dei concorrenti;
- definire il posizionamento competitivo attuale e prospettico dell'impresa;
- rendere efficace e operativo il piano strategico;
- sviluppare un business plan;
- progettare meccanismi di governance funzionali allo sviluppo aziendale;
- educare l'intero team presente in studio ad essere proattivo nei confronti della mission economica aziendale

RELATORI: MARINA PURICELLI - PAOLO MOROSETTI - MARCO MORELLI

I Modulo (due giornate) **MILANO** **STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE**

Per costruire un vantaggio competitivo difendibile nel tempo, cooptando le persone attorno alla propria visione di studio.

- La formulazione e la valutazione della strategia
- Le possibili alternative strategiche per uno studio odontoiatrico
- La definizione del posizionamento attuale e delle linee di sviluppo future
- Crescere restando piccoli: alleanze e reti tra professionisti
- L'organizzazione aziendale e la gestione del personale come elemento di differenziazione competitiva
- Il professionista e la gestione dei collaboratori: la delega, il comando e il lasciar fare
- Le persone, le posizioni, le attività: tre aree di azione per l'organizzazione di uno studio dentistico
- La gestione del ricambio generazionale

II Modulo (due giornate e mezza) **MILANO** **MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE**

Per fornire gli strumenti pratici attraverso i quali misurare i risultati dello studio e riuscire a governare le determinanti.

- Presentare le logiche di misurazione dei risultati di un'impresa
- Identificare i principali strumenti attraverso i quali supportare la misurazione
- Costruire un cruscotto mediante il quale monitorare nel tempo le performance dello studio
- Utilizzare il cruscotto per valutare le scelte passate dello studio e meglio pianificarne il futuro
- Progettare strumenti che consentano di legare i risultati alle principali scelte operative
- Il controllo dei costi e della redditività
- La misurazione del costo del servizio e della redditività del cliente
- Le informazioni economiche a supporto dei processi decisionali di breve periodo

III Modulo (due giornate) **VICENZA**

RELATORE: ROBERTO FERRARI

LA COMUNICAZIONE CON IL PAZIENTE COME MOTORE DELL'ATTIVITÀ ECONOMICA

Il paziente, oltre ad essere la fonte di economia diretta dello studio, è soprattutto il principale motore per la diffusione presso altri pazienti delle informazioni utili all'arruolamento di nuovi candidati al trattamento clinico.

- Il marketing corretto in relazione al rapporto domanda/offerta
- Profili psicologici e mansioni lavorative
- Trasmettere vs comunicare
- Il valore relativo del prezzo
- Analisi degli scambi di beni e/o servizi
- Analisi delle aspettative del paziente
- Classificazione dei comportamenti sociali del paziente
- Il prodotto declinato in funzione della comprensione del paziente
- La negoziazione efficace
- Follow up post vendita
- Misurazione della referenza attiva dei pazienti

SCHEDA D'ISCRIZIONE - Quota di partecipazione Euro 2.500,00 + iva
**MILANO 21/22 OTTOBRE (GIOVEDÌ/VENERDÌ)- 17/18/19 NOVEMBRE
(GIOVEDÌ POMERIGGIO/VENERDÌ/SABATO) - VICENZA 1/2 DICEMBRE (VENERDÌ/SABATO)**



Dr. / Studio

Via / Piazza

Località

CAP

Prov.()

Tel.

e-mail

Nato a

Prov.() il

Cod. Fisc.

P. Iva

Firma*

Data

*Aisensidell'Art. 13delD.Lgs196/03,Viinformiamochetuttii datisonotrattatidal personaleincaricato per le finalità dichiarate. I dati non vengono comunicati o ceduti a terzi. Il trattamento dei dati è facoltativo: se non desiderate ricevere ulteriori comunicazioni o accedere ai dati detenuti in base agli artt. 7 e segg. Del Decreto citato è sufficiente comunicarlo tramite e-mail, lettera o fax al titolare del Trattamento dei dati.

Segreteria organizzativa: BIOMAX S.P.A.

Via Zamenhof, 615 - 36100 Vicenza - T 0444-913410 - mail info@biomax.it

Il costo del corso comprende: partecipazione ai 3 moduli formativi
attestato di partecipazione - 1 lunch - 1 coffee break al giorno

Modalità di pagamento:

0 Assegno bancario di €_____ non trasferibile intestato a "BIOMAX SpA" allegato alla presente 0 Bonifi co bancario di €_____ (si prega di riportare nella causale il cognome del partecipante) effettuato a favore di BIOMAX SpA presso la CASSA DI RISPARMIO DEL VENETO, Corso Palladio, 108 Vicenza, c/c 21610/19 IBAN IT49 J062 2511 8200 0000 2161 019

Sedi:

**MILANO 21/22 OTTOBRE (GIOVEDÌ/VENERDÌ)
17/18/19 NOVEMBRE (GIOVEDÌ
POMERIGGIO/VENERDÌ/SABATO)
SDA Bocconi School of Management
Scuola di Direzione Aziendale
Via Bocconi, 8 - 20136 Milano**

**VICENZA 1/2 DICEMBRE
(VENERDÌ/SABATO)**

**Biomax Spa
Via Zamenhof, 615 - 36100 Vicenza**