

Il rischio di mercificazione delle prestazioni sanitarie è in questo momento molto forte. La figura dell'odontoiatra, per mantenere saldo il proprio ruolo e valore, deve impegnarsi a costruire una rinnovata capacità di dialogo e relazione con il paziente.

Comunicare FORMAZIONE CUSTOMIZZATA più valore.

CORSO
CUSTOMIZZATO

Dialogo e relazioni personalizzate con il paziente

Come comunicare la qualità dei servizi offerti

È fondamentale l'elevata competenza tecnica e gestionale, ma ciò che maggiormente fa la differenza oggi è la capacità di stabilire con ogni singolo paziente una relazione attraverso la quale egli possa percepire la qualità e il valore del servizio offerto e l'importanza di poter essere seguito da un professionista non focalizzato sul profitto, ma interessato ad individuare il trattamento ottimale per la specifica patologia diagnosticata e ancor più a prevenire.

Stabilire con ogni paziente una relazione personalizzata, adeguandosi al suo stile e alle sue tipicità e facendogli percepire la sua unicità, non solo ne garantisce la fidelizzazione, ma fa di lui uno spontaneo e potente generatore di referenze attraverso cui sviluppare nuovo business. Un altro aspetto fondamentale da considerare è che l'efficacia degli interventi in studio è spesso valutabile solo a distanza di tempo. Questo implica che per ottenere referenze dai pazienti è necessario soddisfarli anche su altri versanti, quali: la capacità di dialogo, di accoglienza, di "amicalità". Quando un paziente parla bene di un professionista lo fa considerando la totalità di fattori che concorrono a creare in lui la percezione di "bravura", umanità, semplicità, disponibilità.



Fare la differenza: stabilire con ogni paziente relazioni personalizzate

Il corso è finalizzato a dare stimoli e la giusta spinta motivazionale ad investire sullo sviluppo delle proprie abilità negoziali e di vendita per avere quella "marcia in più" che non solo garantisca di consolidare i risultati ad oggi ottenuti, grazie all'ottima professionalità, ma anche di incrementare il fatturato conquistando un numero sempre maggiore di pazienti, facendo percepire loro dell'alta qualità e valore dei prodotti/ servizi offerti.

- > **Il momento della verità:** dare una prima impressione positiva e mantenerla nel tempo
- > **Fare la differenza:** proporsi in modo autorevole, valorizzando la capacità competitiva dello studio
- > **Giocare in attacco.** Tutti. Da un atteggiamento reattivo a uno proattivo
- > **Il controllo della trattativa attraverso domande finalizzate a sviluppare dialogo,** ottenere attenzione e partecipazione attiva da parte del paziente
- > **Presentare efficacemente la soluzione proposta**
- > **Superare le classiche obiezioni del paziente** (dal "ci devo pensare" al "pensavo costasse meno", alle altre obiezioni più frequenti...)
- > **Superare l'argomento prezzo:** condivisione dei vantaggi e valore dei benefici
- > **"Always be closing"** e l'ottenimento di impegni da parte del paziente
- > **Dimostrare a se stessi e al team la propria capacità di migliorarsi** come segno di professionalità e di motivazione al successo

