

FONDAZIONE AID-ALLIANCE FOR IMPLANT DENTISTRY



# Il management e il coaching nello studio odontoiatrico: esperienze a confronto

**MODULO 1:** 8 e 9 marzo 2024 RIMINI

**MODULO 2:** 12 e 13 aprile 2024 BOLOGNA

**MODULO 3:** 24 e 25 maggio 2024 BOLOGNA

**MODULO 4:** 14 e 15 giugno 2024 BOLOGNA

## RELATORI CLINICI

**Marzo 2024** Mauro Merli

Processi evolutivi in chirurgia e protesi implantare

**Aprile 2024** Alberto Fonzar

Implantologia patient based: il paziente protagonista e membro del team odontoiatrico

**Maggio 2024** Leonardo Trombelli

Semplice ed efficace: la via economica alla rigenerazione



Mauro  
Merli



Alberto  
Fonzar



Leonardo  
Trombelli



Francesco  
Giordano

**La gestione** di uno studio odontoiatrico richiede una tale mole di abilità e capacità che, probabilmente, al fine del successo professionale gli aspetti extra clinici sono diventati così importanti come quelli clinici. Come in tutte le realtà professionali, negli ultimi 50 anni si è passati dall'organizzazione, al management e infine alla leadership come fattori vincenti dell'attività. Mentre l'organizzazione e il management con gli aspetti clinici sono diventati solo il presupposto, la leadership e il coaching si stanno affermando come il vero motore per ottenere risultati in linea con gli obiettivi e le aspettative di uno studio odontoiatrico.

Questo Corso, diviso in quattro moduli, utilizzando una didattica semplice e una metodologia partecipativa, offre le basi necessarie affinché uno studio odontoiatrico sia gestito in maniera tale da essere sempre competitivo.

Orari dei 4 moduli:

venerdì: 9-18 (con lunch break 13-14)

sabato: 9-13

## MODULO 1

### LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DELLO STUDIO

La pianificazione strategica è il processo di creazione di un piano che servirà per raggiungere gli obiettivi strategici dello studio odontoiatrico. È composto da tre fasi:

- raccogliere le informazioni utili,
- sviluppare una strategia,
- gestire le prestazioni una volta che il piano è stato messo in atto.

Il ruolo principale spetta alla direzione dello studio, che ha la visione e la responsabilità della strategia aziendale. Tuttavia, il management si avvale anche del supporto di esperti interni ed esterni, che forniscono analisi, dati e suggerimenti per elaborare il piano strategico.

In questo modulo si analizzeranno aspetti tali come:

- Situazione attuale e scenari evolutivi.
- Analisi Politica, Economica, Sociale e Tecnologica (PEST Analysis).
- Visione, Missione e Valori dello studio.
- Punto di Forza, Debolezze, Opportunità e Minacce (SWOT Analysis).
- Segmentazione, Targeting, Posizionamento.
- Strategie competitive: Pricing, Differenziazione, Nicchia.
- Strategie di crescita.

## MODULO 2

### LE STRATEGIE DI GESTIONE DEL PAZIENTE E DELLA SUA SALUTE

Il rapporto dentista-paziente è uno dei pilastri fondamentali per il successo di uno studio odontoiatrico. Essendo la cura della salute orale un tema molto delicato, un buon odontoiatra deve mettere al centro della sua strategia una comunicazione efficace con il paziente.

In questo modulo si tratteranno aspetti tali come:

- Coinvolgimento del paziente.
- Educazione del paziente.
- Valutazione del paziente.
- Consulenza al paziente.
- Servizio al paziente.
- Gestione del paziente.
- Compliance del paziente.
- Follow-up del paziente.
- La sicurezza del paziente.
- Esperienza del paziente.
- Feedback del paziente.
- Soddisfazione del paziente.
- Fidelizzazione del paziente.
- Crescita del paziente.

## MODULO 3

# PERFORMANCE ORGANIZZATIVE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Per comprendere meglio in che modo si possa agire a livello delle risorse umane promuovendone lo sviluppo e il benessere, si farà riferimento a tre aspetti relazionali con la squadra:

- L'efficienza clinica, che dipende dalle conoscenze scientifiche e dalle competenze dei clinici.
- L'efficienza produttiva, che dipende dalle decisioni manageriali finalizzate a produrre beni e servizi più efficacemente.
- L'efficienza distribuzionale, che è inerente al coinvolgimento diretto e reale di tutta la squadra nelle attività di promozione e implementazione della qualità.

Realizzato il tutto, però, le risorse umane hanno bisogno di ulteriori azioni di supporto, tra le quali:

- La formazione. L'investimento di tempo e risorse economiche sulla squadra affinché ottengano nuove competenze e aggiornino le acquisite, garantisce maggiori livelli di efficacia e di efficienza.
- Le azioni di sviluppo individuale. Il focus sul singolo individuo e le sue esigenze favorisce la capacità di ciascuno nella gestione della cosiddetta "stanchezza emotiva".
- La partecipazione ai processi decisionali. Il lavoratore che si sente partecipe e coinvolto nella definizione di strategie e obiettivi, sarà in grado di sviluppare comportamenti autonomi e orientati alla qualità.
- La comunicazione efficace. La chiarezza nella condivisione di obiettivi e intenti garantisce una maggiore consapevolezza dei ruoli.

Tutto ciò si configura, quindi, quale incentivo imprescindibile e irrinunciabile per l'engagement dell'intera squadra, a garanzia di maggiore qualità percepita e benessere lavorativo.

Questi ed altri saranno gli aspetti che verranno trattati in questo modulo.

## MODULO 4

# LE ALTERNATIVE PROFESSIONALI E IL CONTROLLO DI GESTIONE

Alle soglie del nuovo millennio, lo sbocco naturale dell'odontoiatra per esercitare la professione era quello dello studio di proprietà, e quelli che sceglievano di fare collaborazioni erano gli "specialisti", spesso in ortodonzia o implantologia.

Ma oggi il titolare di studio è ancora il modello di esercizio non solo ambito, ma quello più presente tra gli esercenti? La scelta di non aprire un proprio studio è dettata solamente da fattori oggettivi, come costi elevati e troppa burocrazia, oppure da scelte precise come quelle di voler esclusivamente occuparsi di clinica?

A ciò bisogna aggiungere che sempre meno figli seguono la strada del genitore dentista. Come comportarsi nel passaggio generazionale?

Lo studio odontoiatrico che ha una vision del mercato utilizza di routine lo strumento del controllo di gestione per disporre una serie di rapidi indicatori che consentono di realizzare aggiustamenti just in time.

Gestire lo studio odontoiatrico del terzo millennio significa monitorare e controllare l'attività; stilare il budget e il business plan, un progetto scritto di sviluppo triennale con indicazioni quantitative e qualitative sulle azioni da sviluppare a 360° in azienda.

Frutto di tutto ciò, in questo modulo verranno trattati aspetti tali come:

- Conviene aprire uno studio proprio o lavorare per altri?
- Come acquistare uno studio odontoiatrico già esistente?
- Stabilirsi da solo o con altri colleghi?
- Le problematiche dell'azienda familiare e la successione.
- Controllo di gestione e i principali indicatori della performance.



## Carlo Maria Gallucci Calabrese

Dottore in Scienze Economiche e Aziendali (PhD). Pontificia Università Comillas (ICADEICAI), Madrid, Spagna.

Master in Business Administration (MBA). Esade Business School, Barcellona, Spagna.

Dottore in Economia e Commercio. Università degli Studi di Messina.

Executive Management Program. Università della California, Los Angeles (UCLA), Stati Uniti.

Strategic Marketing Management

Program. Università di Harvard, Boston, Stati Uniti.

"Doctor Honoris Causa" dell'Università Cattolica di Córdoba, Argentina.

È prorettore dell'Università Ramon Llull (URL), Barcellona, Spagna.

È professore ordinario di marketing presso l'Esade Business School-URL e membro del suo International Advisory Board.

È membro del Comitato Scientifico del "Master in Marketing, Comunicazione e Sales Management" di Publitalia '80 (gruppo Mediaset), di Cologno Monzese (Mi), e docente e coordinatore del modulo di marketing del master.

È membro del Consiglio di Qualità dell'Università Cattolica Portoghese.

È membro del Consiglio Direttivo della Federazione delle Università Cattoliche d'Europa e del Libano (FUCE).

È membro del Comitato Esecutivo e del Comitato Strategico della Strategic Alliance of Catholic Research UniversiPes (SACRU).

È membro dello Steering Committee di SACRU-Centesimus Annus Pro Pontefice.

È membro del Comitato Direttivo e del Comitato di Gestione della European University Alliance ENGAGE.EU.

Insegna al Master in Economia e Commercio dell'Università della Calabria.

È visiting professor dell'Università LUMSA di Roma.

È visiting professor della Pontificia Università Gregoriana, di Roma.

È stato visiting professor in 32 Università in Europa, America e Asia.

È super numerario della Royal European Academy of Doctors, che tra i suoi membri conta vari premi Nobel.

È membro del comitato editoriale e scientifico di diverse riviste internazionali specializzate.

Ha tenuto più di 100 conferenze in diversi paesi, pubblicato più di 30 articoli in spagnolo, italiano, catalano e inglese, e ha scritto 5 libri in collaborazione con altri autori.

Ha presentato più di 30 relazioni e comunicazioni a congressi nazionali e internazionali e ha realizzato più di 20 progetti di ricerca, in Europa e America.

Ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti, tra i quali: "Cosentino Eccellente", dal Comune di Cosenza, Italia; il premio "Città di Spezzano Albanese", a cura del Bashkim Kulturor Arbëresh, Italia; il titolo onorifico d'"Ufficiale dell'Ordine della Stella d'Italia", conferito dal Presidente della Repubblica Italiana, e quello di "Chevalier dans l'Ordre des Palmes académiques", conferito dal Governo francese.

Per motivi professionali ha visitato più di 50 paesi.

Le sue aree di interesse sono il marketing management, il marketing strategico e il management della Salute.

Le sue lingue di lavoro sono l'italiano, lo spagnolo, il catalano e l'inglese.

## MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

Il percorso formativo 2024 è rivolto al Team di Studio Odontoiatrico

Quota di partecipazione (IVA inclusa):

- 2 partecipanti per Team di SOCIO AID\* € 1.800
- 2 partecipanti per Team di NON SOCIO AID € 2.800

*\*La quota associativa 2024, in qualità di Socio Ordinario è di € 200.-*

**I Soci Ordinari AID, in regola con la quota associativa per l'anno 2024 hanno diritto a:**

- partecipare ad eventi e corsi nazionali ed internazionali della Fondazione AID-Alliance for Implant Dentistry usufruendo di quote d'iscrizione agevolate.
- partecipare gratuitamente ai Mentoring Club AID dedicati agli associati sul territorio nazionale.
- accedere gratuitamente ai webinar dedicati agli associati.

Il modulo di associazione è scaricabile dal sito: [www.aid-foundation.org](http://www.aid-foundation.org)

Per info: [info@aid-foundation.com](mailto:info@aid-foundation.com)

## SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

**MJ Eventi**

Via del Gelsomino, 20

50125 Firenze

Tel. 055 576856

E-mail: [AID2024@mjeventi.it](mailto:AID2024@mjeventi.it)



Si ringrazia per il contributo educativo non vincolante



SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

**MJ Eventi**

Via del Gelsomino, 20

50125 Firenze

Tel. 055 576856

E-mail: [eventi@mjeventi.eu](mailto:eventi@mjeventi.eu)