

Corso di **MARKETING**

Vincere la concorrenza

DOCENTI: Gaetano Toffali e Carloalberto Baroni

PERCHÉ UN CORSO SPECIFICO IN MARKETING?

Per sviluppare il proprio studio dentistico occorre ripensare al valore della propria offerta di servizi di cura odontoiatrica **alla luce della nuova concorrenza**.

Per fare ciò è necessario **rivalutare il proprio posizionamento** nei confronti del paziente/cliente e mettere in pratica nuovi modi per comunicare (**sms, video, web, email**) che per la loro accessibilità e il largo utilizzo costituiscono un'arma vincente.

Fidelizzare il cliente e verificare la sua soddisfazione sono le premesse indispensabili per **attivare il passaparola**, oggi come ieri potente strumento per reperire nuovi clienti.

OBIETTIVI DEL CORSO

- Definire il proprio posizionamento e **mettere a punto il proprio vantaggio competitivo** (spiegare le ragioni per cui il paziente/cliente dovrebbe usufruire dei nostri servizi di cura anzichè rivolgersi alla concorrenza)
- Comunicare il proprio vantaggio competitivo nei vari modi (di persona, attraverso i collaboratori, per iscritto, sul sito, sul preventivo, sui depliant)
- Adattare il messaggio (e il preventivo!) al cliente per mettere in luce i vari elementi del proprio vantaggio competitivo
- **Individuare metodi per trovare nuovi clienti** (dal bisogno del cliente al contatto con lo studio) e **riattivare i clienti dormienti**
- **Assicurare la continuità** tra una prestazione e l'altra (presidio del cliente)
- Misurare la redditività delle prestazioni (**mix di offerta**)
- **Attivare le promozioni** a nuovi clienti e a clienti acquisiti
- Ottimizzare la partnership con gli intermediari/clienti indiretti (assicurazioni, ect.)
- Iniziare a comunicare via web e nuovi media

CONTENUTI

- Il marketing in odontoiatria
- Come differenziarsi nel Mercato
- Il processo di acquisto del cliente: fasi, motivazioni, attività
- Il marketing Esterno allo studio
- Il marketing Interno allo studio
- Il team come strumento di marketing
- Le promozioni mirate: creazione, realizzazione, monitoraggio
- La Pianificazione delle azioni di marketing
- Tecniche di fidelizzazione del cliente

- Web, il sito: come deve essere e quali contenuti deve offrire
- Basi di SEO e SEM, come ottimizzare e promuovere la propria presenza online
- Social media, cosa sono e a cosa servono
- Email, strumenti gratuiti e a pagamento per la comunicazione

METODO

Il corso avrà un taglio pratico ed esperienziale con lezioni frontali, esercitazioni, attività di gruppo.

I partecipanti riceveranno i materiali didattici e gli strumenti di lavoro proposti (file excel, ecc.) per mettere in pratica da subito quanto appreso.

DURATA: 3 giorni