



DENTISTRY  
PAINLESS

## COME USARE IL MARKETING PER AUMENTARE PRESTIGIO E PAZIENTI DELLO STUDIO ODONTOIATRICO

*“Il marketing è lo strumento per comprendere, creare, comunicare e distribuire valore”*

Philip Kotler

*Cosa è il marketing?*

*E quanto serve ad un odontoiatra per far crescere il buon nome e il fatturato del proprio studio?*

*Quali sono le “leggi” del marketing che è utile conoscere e saper applicare per spingere i pazienti ad affidarsi proprio a noi anziché ad un altro dentista qualsiasi?*

*Come fare marketing in modo efficace e redditizio, senza cedere alla trappola della “comunicazione a tutti i costi” buttando via fior di quattrini con le “ricette miracolose” dell’espertone di turno?*

*Che ruolo e che importanza ha il prezzo nelle strategie di marketing di uno studio odontoiatrico?*

**Àgape Consulting S.A.S. di Fancellu Massimo A.P. & C.**

Via Turritana, 20 - 07100 Sassari – Tel. e fax 079 233476 - [www.agapeconsulting.it](http://www.agapeconsulting.it) – [info@agapeconsulting.it](mailto:info@agapeconsulting.it)  
P.IVA 02024820900

Queste sono le domande a cui risponderemo durante l'incontro di **sabato 14 dicembre a Sassari presso la sala dell'Ordine dei Medici e degli Odontoiatri in via Cavour 71\b, dalle 9:00 alle 12:00.**

In un mercato che è ormai diventato maturo e competitivo, per fare "un buon lavoro" bisogna partire dalle esigenze dei propri pazienti di riferimento per dare sempre maggior valore alla propria professione ed al proprio servizio.

Ma questo non basta: bisogna anche farlo sapere e farlo percepire proprio a quei pazienti, per differenziare il proprio servizio, rendendosi unici rispetto agli altri colleghi. Questo, ovviamente, nel rispetto della deontologia e dell'etica professionale.

Durante questo incontro saremo lieti di aiutarvi a ragionare sui principi di marketing più adatti per aiutare uno studio dentistico a "fare la differenza" rispetto agli altri, senza dover competere solo sul terreno del prezzo.

## **PERCIÒ, PARLEREMO DI:**

---

Su che cosa si basa la redditività di uno studio dentistico

Il rapporto tra organizzazione, marketing e vendite

Il marketing: cioè cosa offrire, a chi, in che modo, a che prezzo e come promuoverlo

In base a che cosa i pazienti valutano la qualità di un dentista e di uno studio?

Le leve del marketing: posizionamento, prodotto, prezzo, promozione, distribuzione e servizio (persone)

Come far sapere che siamo bravi: la comunicazione e i suoi strumenti

Il ruolo e l'importanza delle tecniche di vendita nello studio

Bisogno e desiderio nel processo di vendita

Come scrivere un preventivo

Come proporre il preventivo e gestire le obiezioni del cliente/paziente

Come chiudere una trattativa

Le persone come leve di marketing e l'importanza del team di lavoro

Esercitazioni, casi e domande

## **ISCRIZIONI**

---

L'iscrizione è gratuita per i Soci ANDI

La quota d'iscrizione per i non soci è di € 50,00.

## **RELATORI**

**RAIMONDA FARRIS**

Consulente esperta in scrittura professionale (Business, Web & Copy writing) e in Digital marketing.  
Responsabile del servizio Comunicazione di Àgape Consulting Sas.

Dal 2009 svolge la professione di redattrice e docente esperta in comunicazione scritta e web marketing.  
E' specializzata, in particolare, nella scrittura di testi per siti web, blog, newsletter, mailing per la gestione dei clienti, relazioni e bilanci di fine mandato, e nel curare la promozione della *brand identity* delle aziende clienti mediante attività pianificate e coordinate di marketing.

### **MASSIMO FANCELLO**

Coach professionista, opera con le credenziali di PCC (Professional certified coach), secondo gli standard ICF (International coach federation), specializzato nello sviluppo dei Team aziendali ed ideatore del metodo [TEAM IN 3 PASSI](#).

Amministratore e responsabile delle aree consulenza, formazione e coaching di Àgape Consulting.

Laurea in Economia e Commercio, Master "Formazione Formatori" (ISMO – Milano) e "Comunicazione ipnotica" (Neuro Hypnotic Repatterning – NHR con Richard Bandler), Master Practitioner in Programmazione neuro linguistica (PNL), Master in "Outdoor management training" (IEN – Genova).

Dal 1996 svolge la professione di formatore occupandosi, in particolare, di sviluppo del potenziale umano e, soprattutto, di competenze relazionali, tecniche di vendita, teambuilding & team coaching, leadership, creatività e innovazione.