

# POST GRADUATE MANAGEMENT & MARKETING IN ODONTOIATRIA

Economia, gestione e organizzazione dell'attività odontoiatrica

### Italian and International Edition

The Success in Dentist Practice **Strategie di successo professionale** 

### **IV EDIZIONE**

Settembre 2019 - Dicembre 2019

Università Vita e Salute Ospedale San Raffaele, Milano HSR





### Presentazione del corso

L'attività odontoiatrica ha bisogno di un management capace di orientare i comportamenti di tutti gli operatori verso il raggiungimento di risultati efficaci, efficienti e in grado di soddisfare le aspettative degli utenti. È il management oggi a giocare un ruolo determinante per la realizzazione di risultati di qualità. È il management oggi a dover innovare, generando le condizioni ottimali affinché i professionisti e gli operatori siano coinvolti in politiche motivanti. La tensione economica di questi anni, la forte competitività, la ricerca della riorganizzazione dei servizi odontoiatrici, la generazione di nuove modalità di erogazione delle prestazioni vede il management attore determinante per la sostenibilità dei servizi odontoiatrici.

#### Il management odontoiatrico è caratterizzato da:

- Capacità organizzative, processi decisionali di organizzazione
- Concretezza nella programmazione
- Capacità di motivare i collaboratori e sviluppare performance

Le attuali spinte all'innovazione e razionalizzazione dei servizi odontoiatrici necessitano sempre più di sofisticati modelli di analisi della domanda e modelli qualitativi di offerta, oltreché di una profonda riconsiderazione delle soluzioni di service management per garantire equità, accessibilità, efficienza e appropriatezza in tutte le aree dell'assistenza odontoiatrica.

Nell'attuale scenario economico e di mercato, caratterizzato da competitività e necessità di maggiori competenze manageriali, diventa determinante ed indispensabile selezionare, valutare, gestire e sviluppare soluzioni in modo sempre più efficace, attraverso percorsi formativi mirati e ben progettati.

Le trasformazioni organizzative e culturali che stanno avvenendo all'interno del settore odontoiatrico evidenziano da una parte il continuo sforzo di adattamento alle mutazioni del mercato, dall'altra le criticità a diversi livelli della dimensione gestionale amministrativa come di quelle relazionali e trasversali. Se da un lato, infatti, vengono richieste sempre più frequentemente competenze clinico-tecnico-scientifiche all'avanguardia, sul versante del management è richiesto lo sviluppo di un portfolio di competenze relazionali e trasversali altrettanto diversificato e ricco.

### Prefazione

Con entusiasmo e orgoglio l'Università Vita e Salute S. Raffaele di Milano presenta la quarta edizione del Post Graduate di Management & Marketing in Odontoiatria.

"L'assunzione di un incarico così stimolante mi ha indotto a realizzare un corso dall'ampio respiro manageriale ed organizzativo, strutturato con modalità didattiche nuove e centrato sulle necessità di chi deve costantemente prendere decisioni a breve-medio e lungo termine per la gestione e lo sviluppo dell'attività odontoiatrica organizzata in forma d'impresa, in associazione professionale, societaria tra professionisti, o libero professionale. La formazione, negli ultimi anni, ha intrapreso nuove vie ed è approdata a nuovi risvolti, cambiando metodi e contenuti. Da una visione tradizionale che vedeva l'apprendimento come un passaggio di mere conoscenze, si è oggi approdati ad una visione "costruzionista", personalizzata e misurabile, dove si apprende con l'esperienza e l'integrazione delle professionalità dei docenti, attraverso il confronto e lo scambio, di un percorso di vita umana e professionale.

Obiettivo primario è quello di fornire risposte significative ed efficaci ai diversi fabbisogni di sviluppo dei contesti e delle professionalità che operano all'interno dell'ambiente professionale, economico, sociale e culturale dove l'attività si svolge, al fine di erogare servizi competitivi, innovativi e qualificati, percepiti dal paziente e dal mercato in modo valoriale.

Questo corso ha l'obiettivo di fornire e sviluppare le competenze necessarie per la gestione ottimale dei ruoli (funzioni) di responsabilità.

I valori costituenti del progetto saranno le parole d'ordine dell'operatività quotidiana:

- Cambiamento
- Confronto > momenti di condivisione > Networking
- Crescita
- Misurazione e Controllo

Il Cambiamento non vuole essere meramente un titolo, una parola, un modo di dire, bensì una sfida per affrontare un modo diverso di concepire l'operatività, fondandola innanzitutto su valori morali ed etici, che implementano gli stimoli innovativi, attraverso il confronto con chi già opera all'interno delle realtà e ogni giorno ha modo di adoperarsi per superare le difficoltà, risolvere problematiche tipiche della gestione e agevolare lo sviluppo oggi sempre più competitivo nel settore."

### Obiettivi del corso

- Approdare ad un modello gestionale più consapevole ed organizzato che sappia interpretare il mercato
- Sviluppare procedure standardizzate per ottenere un modello eccellente dal punto di vista della qualità clinica ed extra clinica
- Sperimentazione di nuovi paradigmi di azione per creare competenze gestionali e per lo sviluppo personale dei collaboratori
- Formare nuove figure che posseggano capacità e competenze interdisciplinari e che siano in grado di operare in maniera eccellente nel settore per personalizzare e contestualizzare gli interventi rispetto ai bisogni specifici
- Fornire a tutti gradi di consapevolezza di tutte le fasi della operatività: dalla promozione alla gestione dei servizi nonché a tutti i comparti dell'organizzazione
- Offrire una completa preparazione multidisciplinare necessaria per comprendere il complesso sistema del "ciclo paziente" e tutte le variabili sociali, economiche, giuridiche e cliniche ad esso connesse
- Sviluppare ampie conoscenze relative alle problematiche di natura organizzativa, con particolare attenzione allo sviluppo delle ca-

- pacità di problem solving e di gestione dei ruoli affidati, assicurando alle strutture capacità competitiva e adattabilità ai cambiamenti tecnologici e organizzativi del mercato
- Far acquisire approfondite ed evolute conoscenze specialistiche, teorico-applicative, nelle aree funzionali della gestione aziendale: rapporti tra comparti, area produttiva (clinicooperativa), area amministrativa/commerciale, front/back office
- Sviluppare le competenze e gli atteggiamenti personali di analisi, di ascolto, di iniziativa, nonché l'attitudine al lavoro di gruppo
- Programmare e gestire il cambiamento e inserirsi, con funzioni chiave, nel complesso ed affascinante mondo dell'odontoiatria
- Focalizzare l'attenzione sull'azione manageriale, ovvero sui risultati
- Sviluppare le capacità di ciascun partecipante per la direzione di organizzazioni complesse
- Proporre e realizzare soluzioni organizzative innovative per la gestione dei servizi odontoiatrici
- Promuovere capacità personali di negoziazione e di comunicazione

### **Finalità**

#### La finalità del corso è di essere pratico e di fornire strumenti operativi concreti.

Il corso affronta il tema del management e del marketing nel settore odontoiatrico, introducendo metodi e modelli di controllo, per l'equipe e per i pazienti in modo che ogni azione sia sempre misurabile e concreta. Le strategie di successo ed il posizionamento dell'attività sono aspetti che oggi richiedono competenze interne ed il corso sviluppa queste capacità, rendendo questo corso molto simile ad una consulenza personale per il livello di interattività con i docenti e con le realtà che fungeranno da partner. Con questo programma si vuole offrire un momento di riflessione approfondita sulle modalità attraverso cui si opera nelle organizzazioni odontoiatriche, sulle proprie competenze e sullo stile di management praticato.

# Grazie al corso sarà possibile comprendere:

- · Definizione degli obiettivi dell'attività
- Organizzazione e disponibilità di mezzi e risorse umane, economiche e di mercato
- Controllo che i mezzi e le risorse siano ben utilizzati per raggiungere gli obiettivi ed elaborare una serie di azioni atte ad intervenire tempestivamente per la risoluzione di eventuali problemi derivanti dall'utilizzo degli stessi
- Controllo sulla gestione organizzativa e quindi produttiva per il miglioramento della "qualità della vita" nella attività (team building)
- Marketing & Management: definizione e costruzione del piano operativo di marketing personalizzato. Sistemi di misurazione, obiettivi e governo delle risorse.

# Sviluppo di piani di controllo interni / esterni:

- Cosa deve essere fatto e da chi
- Quando, dove e come deve essere fatto
- Quali documenti e strumenti di comunicazione devono essere utilizzati
- Come deve essere organizzato il "controllo di gestione"
- Criteri di gestione dei preventivi e metodi di presentazione
- Come trasformare i pazienti in "divulgatori"
- La gestione dei collaboratori e delle risorse umane
- · Il coordinamento all'interno della clinica
- La documentazione rilasciata al paziente ed il marketing
- Il Referral Program e la comunicazione Web 3.0 (internet, mail, social media, neuromarketing)

# Struttura e metodologia didattica, destinatari e strumenti

La formazione manageriale non necessita solo di una didattica tradizionale basata su lezioni frontali. Lo sviluppo di competenze manageriali si realizza anche attraverso un diretto coinvolgimento dei partecipanti. Per questo motivo, workshop e simulazioni sono preparati "ad hoc" per il programma e presentati e discussi in modo approfondito anche con gli interlocutori che hanno vissuto l'esperienza.

La caratteristica di questo programma, oltre ad essere nel tempo sempre rinnovato ed aggiornato, è quella di rappresentare quasi una "consulenza" manageriale: economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale.

Questo corso è il livello più elevato di formazione extra clinica grazie anche al gruppo di docenti che vi collabora, tutti esperti che si sono specializzati nell'ambito dell'organizzazione aziendale del sistema-clinica con molti anni di attività diretta presso network dentistici, strutture ospedaliere ed Università.

Il programma di formazione si rivolge ai titolari di studi odontoiatrici ed ai ruoli dell'alta direzione dell'attività odontoiatrica (proprietari o dirigenti) per un percorso manageriale.

In termini di leadership le figure interessate, saranno fortemente orientate sia al compito sulla "customer satisfaction", sia alle attività di Referral Program (dal passaparola al web, dalla comunicazione motivazionale alle neuroscienze), ottimizzando i requisiti essenziali quali la flessibilità, il cambiamento, il problem solving.

Ad ogni lezione saranno abbinati uno o più strumenti didattici. Consegna foglio elettronico, esercitazioni e dispense (libri, manuali, protocolli).

### Parte speciale del Corso:

Esempio di geolocalizzazione e "Case report" pratici documentati, normative e autorevole bibliografia nazionale ed internazionale.

**Role Playing** - Teoria e pratica a confronto.

Ogni giornata inizierà alle ore 9:00 e terminerà alle ore 18:00.

# Programma

# Inaugurazione 20/09/2019

#### Autorità e Stampa di Settore Lectio Magistralis

#### Carlo Guastamacchia

Il relatore pratica la professione di dentista da più di sessant'anni, con oltre 75.000 ore di lavoro alla poltrona, davanti al paziente e per il paziente. Da tutta questa esperienza ha dedotto una conseguenza basilare: alla gente, fondamentalmente, interessa essere "trattata bene".

Questo significa che, per esserlo e dimostrarlo, occorre aver affrontato e risolto questi due problemi:

- Avere, con l'ergonomia, la massima cura di sé stessi, della propria squadra e del proprio modo di lavorare, dato che il primo strumento efficace di lavoro è la squadra;
- · Avere imparato a comunicare con il paziente, ispirandosi alla deontologia, prima che alla redditività

I MODULO - 20/09/2019

#### ANALISI DEL SETTORE ODONTOIATRICO

- Mercato di riferimento
- Trend attuale
- I bisogni delle cure odontoiatriche in Italia a confronto con quelli di altri Paesi Europei
- Scenario futuro

#### ANALISI TERRITORIALE

- Analisi Geomarketing
- Approccio metodologico
- Mappe e cartografie mediante utilizzo software GIS
- Mercato di riferimento
- Georeferenziazione
- Gestione del Marketing locale:
  - Mappa trading area
  - Mappe di acquisizione
  - Marketing intelligence

#### STRATEGIA AZIENDALE

- Analisi del settore odontoiatrico locale
- Vision, Mission e valori aziendali
- Situazione della concorrenza: competitors
- Analisi SWOT
- Analisi PEST

II MODULO - 21/09/2019

#### PIANO DI MARKETING

- Marketing analitico
- Marketing strategico
- Marketing operativo
- Marketing esperienziale/relazionale
- Marketing motivazionale
- Brand Reputation

#### TECNICHE E FORME DI

#### **COMUNICAZIONE ESTERNA**

- Local Marketing
- Approccio S.M.A.R.T.
- Strategie comunicative
- Marketing emozionale
- Sviluppo layout grafico persuasivo

#### MARKETING DIGITALE

- Web Marketing
- Costruzione di un piano marketing digitale
- Social Media Marketing per la comunicazione odontoiatrica
- Tecniche e Strategie

#### **DIGITALE**

- Il flusso digitale come approccio alla professione.
  Costruire un digital team efficiente e di sicuro successo.
- Utilizzo della Cartella Clinica Visiva CCV, come garanzia di sicurezza e di semplicità gestionale. Potenziare le possibilità di comunicare con il proprio paziente per facilitare la comprensione e cooperazione del piano di trattamento migliore tra le varie alternative possibili.
- Firma digitale e complete digital flow. Aumentare la percentuale di preventivi accettati. Diagnosi 4D. Protocolli di comunicazione.

#### III MODULO 18/10/2019

#### **CUSTOMER SATISFACTION**

#### La Qualità del servizio odontoiatrico

- · Le dimensioni della qualità percepita
- L'attenzione ai pazienti come strumento di marketing
- Orientamento e metodologie di analisi della soddisfazione del paziente
- Principi base di una Customer Satisfaction eccellente

· Analisi dei risultati provenienti dai contesti locali

#### CONCETTI DI MARKETING E DI GESTIONE DELLA QUALITÀ

- Il Marketing deontologico in relazione alle diverse tipologie di marketing
- La pubblicità sanitaria concessa
- Impostare una strategia di marketing
- Saper misurare gli effetti positivi e negativi del marketing. L'importanza della misurazione
- I prodotti tangibili della comunicazione:
  - cartella clinica visiva
  - carta dei servizi
  - piano terapeutico
  - piano contabile
  - libretto di mantenimento della terapia
  - videoclip
  - sito internet
  - mail e newsletter
- I prodotti di marketing diretto ed il marketing indiretto
- La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management)
- PARTE PRATICA Case History

#### IV MODULO 19/10/2019

# IL MARKETING DELLO STUDIO ODONTOIATRICO

- Il tema del marketing nella clinica odontoiatrica: punto di vista economico e giuridico
- La pianificazione strategica della comunicazione mass-mediatica
- Efficacia, costi, punti di forza e minacce della comunicazione televisiva ed editorial
- Il marketing deontologico ed i "mediatori"
- I comportamenti di comunicazione efficace
- Gli strumenti di Comunicazione Indiretta interni ed esterni alla clinica
- Come attivare il paziente Divulgatore: i Referral Programs ed il Passaparola
- I mezzi: come si pu diffondere la pubblicità sanitaria.
- Inquadramento della problematica. Esame dei mezzi: dai mezzi tradizionali all'uso delle nuove tecnologie

- Le problematiche del Direct marketing
- Il contenzioso sulla pubblicità sanitaria
- Parte speciale del Corso: Esempi e casi pratici "Case report" documentati, normative e autorevole bibliografia nazionale ed internazionale

#### CONTROLLO DI GESTIONE

- Piattaforma
- Economie di scala
- Analisi dei costi
- Gestione Magazzino
- Protocolli clinici
- Indici di performance
- Analisi marginale
- Quote di opportunità
- ROI Analysis
- ROE Analysis

#### V MODULO - 22/11/2019

#### **QUALITÀ E SICUREZZA**

- Garanzia della salute e sicurezza dei lavoratori
- Informazione e formazione per la sicurezza
- Percorso di miglioramento continuo per garantire qualità totale

#### **GRAFICA E DESIGN**

- Realizzazione grafica off line e on line
- Gli strumenti di immagine
- Assistenza design ed ergonomicità degli ambienti

#### GESTIONE ECONOMICA E CAPACITA' PRODUT-TIVA, REDDITIVITA', ANALISI FINANZIARIA E FISCALE

- L'economia e la natura del servizio odontoiatrico
- Le condizioni di equilibrio, economico e finanziario della libera professione odontoiatrica
- L'economicità: efficacia ed efficienza
- Cenni su elementi di strategia e politica aziendale

- Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione
- I fondamenti della valutazione del flusso di cassa
- L'equilibrio monetario
- L'autofinanziamento
- La capacità di reddito
- L'analisi del rischio
- La stima del costo del capitale
- La pianificazione finanziaria
- La rappresentazione contabile delle operazioni
- La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio

#### VI MODULO - 23/11/2019

#### ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI

- Il concetto ed il processo di formazione dei costi
- Le finalità del calcolo dei costi
- Gli oggetti di riferimento del calcolo dei costi: Costi speciali e comuni
- Le configurazioni di costo
- I costi standard
- Le analisi costi: volume e risultati. La break even analysis di una clinica odontoiatrica
- L'analisi dei costi nel settore odontoiatrico. Case study
- Il target costing
- Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Cenni
- PARTE PRATICA: Case History

#### LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

- L'organizzazione di un Team: Metodologie a confronto
- La gestione della motivazione: la motivazione del team odontoiatrico
- La gestione della leadership. La leadership situazionale
- Le coppie dialogiche: medico personale pazienti
- La formulazione corretta delle domande e la loro interpretazione
- La prevenzione. La collaborazione. La Motivazione di un paziente
- La comunicazione verbale e paraverbale, diretta e indiretta
- La PNL

- Organizzazione e gestione dell'amministrazione
- Le informazioni sulla gestione destinate all'interno: il controllo di gestione
- PARTE PRATICA: Case History

Fase terminale: cessazione dell'attività e valore di avviamento e metodologie di calcolo

VIII MODULO - 14/12/2019

#### AREA ECONOMICO - FINANZIARIA

\_\_\_\_

- Capitalizzazione delle strutture
- Dati finanziari
- Reddito annuo previsto
- Costi sostenuti: costi fissi e costi variabili
- Totali proventi
- Conti di esercizio
- Presti a breve e relative rimborsi
- Patrimonio netto
- Attività / Passività
- Percentuali di incidenza dei costi variabili sulle vendite
- Break even
- Margine di contribuzione
- Conto Economico

#### VII MODULO - 13/12/2019

#### LA FORMAZIONE AZIENDALE

- Business Model: Filosofia aziendale, Vision, Mission
- Codice Etico Aziendale
- Procedure standardizzate:

Manuale Direttore Sanitario

Manuale Amministratore

Manuale Front Office

Manuale ASO

Protocollo Prima Visita

Protocollo Consulenza Odontoiatrica

Protocollo Commerciale

Protocollo Customer Satisfaction

Manuale del Consulente Commerciale

Manuale di Management odontoiatrico

# ORGANIZZAZIONE AZIENDALE: ASSETTO PRESENTE E FUTURO DELL'ATTIVITA'

- Principi generali di organizzazione aziendale
- Le fasi della vita aziendale odontoiatrica: istituzionale, di funzionamento e terminale
- Fase istituzionale: le scelte fondamentali
- I rapporti di libera professione Ambiente e incertezza: il rischio di impresa.
- Come realizzare la crescita
- Fase di funzionamento: il finanziamento della clinica odontoiatrica
- Il capitale di rischio
- Il capitale di credito
- Criteri di scelta della forma di finanziamento
- Pianificazione degli investimenti
- Le diverse forme di aggregazione nel settore odontoiatrico
- Come ridistribuire i costi ed i ricavi tra i soci
- Studi monoprofessionali o associati. Il sistema degli "studi odontoiatrici familiari": caratteristiche principali e requisiti di successo

#### **PROTOCOLLI**

- Criteri dell'accoglienza
- tempo operativo alla poltrona
- protocolli operativi di igiene
- la motivazione come cardine della cura
- il sistema dei richiami
- Fldelizzazione del paziente
- il paziente come referente attivo

Consegna degli strumenti di analisi e controllo gestionale

Test di apprendimento

**Case History** 

Consegna dei Diplomi

## Docenti

#### Agnello Stefano

Architetto esperto di progettazione e realizzazione di studi odontoiatrici da più di 15 anni. Autore di diverse pubblicazioni su riviste specializzate di settore. Negli anni novanta progetta il primo studio odontoiatrico: ne seguiranno altri 45 interamente progettati e realizzati, tra Italia e Francia, oltre a più di 100 consulenze di progettazione nello stesso settore.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Ancarani Fabio**

Professore ordinario di Marketing presso Alma Mater Studiorum, Università di Bologna e Direttore dell'Executive Master in Sales e Marketing di Bologna Business School. Autore di numerose pubblicazioni nazionali ed internazionali, ha recentemente coautorato la quattordicesima edizione italiana di uno dei manuali di marketing più diffusi al mondo, il Kotler, Keller, Ancarani, Costabile, "Marketing Management".

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Facincani Andrea

Consulente senior Minding Consulenza d'Impresa. Membro Consigliere GLG - Gerson Lehrman Group. Presente in contesti multinazionali, imprenditoriali - cooperativi. Ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità fino a General Manager. Profondo conoscitore della gestione commerciale di reti distributive dirette ed in franchising.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Toia Edoardo

Dottore in economia con laurea in economia aziendale conseguita presso l'Università Luigi Bocconi di Milano, iscritto all'albo dei consulenti finanziari, abilitato IVASS.Gia in UBS Italia spa, nel 2008 passa in Santander Private Banking Italia dove è private banker e consulente patrimoniale, contribuisce al processo di start up della banca in Italia. Dal 2011 al 2015 in Banca Cesare Ponti, piccola banca milanese specializzata nella gestione di grandi patrimoni. Nel 2016 passa a San Paolo Invest-Banca Fideuram, gruppo Intesa. Dal 2016 tiene incontri formativi sulla previdenza ad ordini professionali.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Monestiroli Paolo**

Titolare per affidamento insegnamento della Medicina Legale Odontoiatrica Corso di Laurea in Igiene Dentale ed in Odontoiatria Università Vita Salute S. Raffaele Milano. Consulente tecnico d'ufficio del Tribunale di Milano/Bergamo. Collaboratore per l'Odontoiatria Legale con l'Istituto di Medicina Legale di Milano e con Istituti assicurativi privati dal 1985.

#### Gisco Aurelio

Aurelio Gisco ha riscoperto nel corso degli anni incarichi da senior executive in aziende operanti nel settore dentale, medicale ed healthcare. È professore a contratto di Economia Aziendale presso l'Università Vita e Salute San Raffaele, docente del master in Marketing press BBS (Bologna Business School) e autore di libri e ricerche a livello internazionale. Da oltre trent'anni si occupa per passione di ricerca e formazione in collaborazione con le più prestigiose Università italiane ed americane nell'area Marketing-Vendite-Management.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Pelliccia Antonio**

Coordinatore del Post Graduate e Professore a contratto in Economia Aziendale Università Vita-Salute San Raffaele Milano. Professore a contratto in Gestione dei Processi Decisionali Università Cattolica del Sacro Cuore Roma Policlinico Agostino Gemelli. Consulente di direzione per le strategia d'impresa e per la gestione strategica delle risorse umane. Autore di quattro libri di economia e marketing su management, marketing e organizzazione in odontoiatria. Relatore nazionale ed internazionale. Scrive su riviste specializzate del settore e Sole 24 Ore Sanità. Fondatore e Direttore di Arianto la società leader in sanità, che da 27 anni svolge attività di informazione, formazione e consulenza di Marketing e di management, in particolare in odontoiatria.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Colla Edoardo

Edoardo Colla ha maturato esperienze pluriennali in primari studi legali milanesi. Vanta competenze specialistiche nell'ambito di operazioni societarie straordinarie, acquisizioni di partecipazioni sociali e aziende, contrattualistica commerciale e, in generale, in relazione a tutti i profili di diritto societario e commerciale. Ha altresì maturato una significativa esperienza nell'assistenza legale correlata a progetti di trasmissione generazionale di patrimoni e imprese familiari.È co-autore della monografia "Operazioni Straordinarie - cessione e affitto di azienda" per la casa editrice Il Sole 24 Ore ed ha collaborato all'aggiornamento per la riedizione del libro "Operazioni Straordinarie" edita dal Gruppo 24 Ore.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Russo Vincenzo

Membro del comitato scientifico di Expo 2015. Capo dell'Area "Society and Health" Fondazione IULM e Direttore del laboratorio di Neuroscienze. Vicerettore della IULM University di Feltre. Professore di Consumer Psychology alla IULM University di Milano. Direttore scientifico del Centro di Ricerca di Neuromarketing BEHAVIOR and BRAIN LAB IULM ha diretto progetti di ricerca nazionali sui temi riguardanti il rapporto tra emozioni, decisioni e comportamenti di consumo. Co-Autore di uno dei più utilizzati manuali di Psicologia dei Consumi (MCGRAW-HILL).

#### Andriolo Paolo

Laureato a Padova in odontoiatria nel 1988, da sempre si interessa di gestione, marketing e sviluppo d'impresa. Ha partecipato già 25 anni fa a corsi con il Prof. Gustamacchia e Tosolin e con gran parte dei relatori di spicco del dentale, relativamente alla gestione. Dal 2003 per una decina di anni ha frequentato la scuola per impreditori OSM di Bologna. E' stato relatore per Andi regione Veneto e tiene corsi di aggiornamento in particolar modo centrati sulle risorse umane. Negli ultimi anni sta seguendo da vicino il mondo del web e dei social. In questo momento dirige una clinica di oltre 1000 m2 composta da circa 30 persone tra professionisti e personale dipendente.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Beretta Daniele**

Laureato a Padova in odontoiatria nel 1988, da sempre si interessa di gestione, marketing e sviluppo d'impresa. Ha partecipato già 25 anni fa a corsi con il Prof. Gustamacchia e Tosolin e con gran parte dei relatori di spicco del dentale, relativamente alla gestione. Dal 2003 per una decina di anni ha frequentato la scuola per impreditori OSM di Bologna. E' stato relatore per Andi regione Veneto e tiene corsi di aggiornamento in particolar modo centrati sulle risorse umane. Negli ultimi anni sta seguendo da vicino il mondo del web e dei social. In questo momento dirige una clinica di oltre 1000 m2 composta da circa 30 persone tra professionisti e personale dipendente. È stato relatore a congressi nazionali e internazionali. Ha scritto il libro "Il dentista di successo" (Engage ed.)

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Stori Simone**

Laureato con Lode nel 2008 all'Universita' di Bologna con una tesi sperimentale in Parodontologia. Nativo Digitale, oltre sulla strategia, su Google Adwords e Facebook Ads, formazione in ambito marketing segue americani come Dan Kennedy, Al Ries ed i corsi negli Stati Uniti col il Dr. Dustin Burleson. L'amore per il marketing ma soprattutto per il Customer Care ed il Marketing Esperienziale gli hanno permesso di sviluppare il concetto di Microdent Dental SPA aprendo nel 2012 la sede Microdent di Bari e nel 2014 Microdent Dental SPA a Bologna. Struttura unica nel suo genere, di 650mq, ha 5 sale operative, uno staff di 20 persone ed un centro benessere completo e Private SPA.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Gabrielli Roberta

Roberta Gabrielli ha conseguito il suo Executive MBA presso la Business School di Bologna nel 2017. È una consulente di strategia e marketing ed è esperta in ricerche di marketing qualitative e quantitative. Negli ultimi anni ha lavorato nel campo della pianificazione strategica per la progettazione di piani commerciali e di marketing. Attualmente è professore a contratto presso l'Università di Bologna e la Business School di Bologna, coordinatrice del Master Executive Vendite e Marketing.

#### Pocecco Michela

Laureata a pieni voti in Igiene Dentale presso l'Università Degli Studi Di Trieste. Già socia dell'U.N.I.D. (Unione Nazionale Igienisti Dentali) nel 2015 viene nominata Presidente Regionale U.N.I.D. Friuli Venezia Giulia, diventa Consigliere Nazionale. Consegue il Master in Igiene Dentale presso la MEG Institute di Milano. Consegue il Post Graduate in Management e Marketing dello Studio Odontoiatrico presso l'Università San Raffaele Vita e Salute, Milano. Dental Office Manager si occupa di management per lo studio dentistico, organizzazione delle risorse umane, immagine dello studio, personal branding.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### **Terzuolo Umberto**

Dottore Commercialista e Revisore Contabile dal 2007. Oltre a una decennale esperienza in ambito tributario e di bilancio, pianificazione strategica e di accertamento tributario. Sindaco in diverse società del settore industriale. Specializzato nel settore dentale, pubblica mensilmente articoli su DoctorOs ed è pubblicista su Odontoiatria33 e AIO News.Collabora stabilmente con primarie riviste specialistiche in ambito tributario contabile e con enti di formazione nazionali per Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili. È Vice Presidente e socio fondatore dell'Associazione Scientifica multidisciplinare Business|us.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

#### Terzuolo Alessandro

Dottore Commercialista e Revisore Contabile dal 2010. Collabora stabilmente con il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino. È stato Professore a contratto per l'anno 2013 – 2014 in Diritto Tributario Internazionale e Comunitario, nel corso di Laurea Magistrale di Finanza Aziendale e Mercati finanziari presso la Facoltà di Management dell'Università degli Studi di Torino, dove è anche Cultore della materia di Diritto Tributario. È specializzato in diritto tributario nazionale e internazionale, diritto societario e si occupa da diversi anni di trust e strumenti di protezione del patrimonio. Si occupa anche di pianificazione strategica, operazioni straordinarie e di contenzioso tributario. È specializzato nel settore dentale.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

### **Cappellin Mario**

Ha ottenuto con il massimo dei voti, lode e dignità di stampa la Laurea in Odontoiatria e Protesi dentaria all'Università degli Studi di Torino, Nel 2010 ha fondato e attualmente dirige la clinica dentale di proprietà a Pinerolo (TO). La struttura si è distinta per l'alto contenuto tecnologico, recentemente la gestione del flusso di lavoro è interamente digitale. Summa cum laude il Master in Bioetica. Ha studiato Organo e Composizione al Conservatorio di Cuneo, apprezzato direttore d'orchestra. È stato insignito dal Rotary Club International della Paul Harris Fellow e due volte dal Lions Club International della Melvin Jones Fellowship.

# Info e Iscrizioni

#### PER UN MASSIMO DI 20 PARTECIPANTI

Per l'attivazione dell'iter di iscrizione al Post Graduate si chiede la gentilezza di inviare una mail alla:

- → SEGRETERIA ARIANTO: info@arianto.it
- Avente come oggetto: Post Graduate MANAGEMENT E MARKETING IN ODONTOIATRIA allegando il proprio Curriculum Vitae.

La Segreteria provvederà a fornire tutte le indicazioni necessarie ai fini dell'iscrizione.

#### SEDE DEL CORSO

Università Vita e Salute San Raffaele, Via Olgettina, 58, Milano

#### **ORARIO**

9.00 - 18.00 - Inclusi break

#### **PAGAMENTO RATEALE:**

- la prima pari al 40% dell'importo (€ 1.600 + I.V.A. entro il 31/07/2019);
- la seconda pari al 30% dell'importo (€ 1.200 + I.V.A. entro il 30/09/2019);
- la terza pari al 30% dell'importo (€ 1.200 + I.V.A. entro il 15/11/2019).

