



PROGRAMMA CORSO SIA 18 GENNAIO 2018

RELATORE

Dott. Corrado Lagona



“Da Studio Dentistico a Brand Odontoiatrico. Come trasformare un’attività indifferenziata in un marchio riconoscibile (sia a livello locale che nazionale)”

SEDE

Starhotels President Genova, Corte Lambruschini 4 - Genova

Apertura Segreteria Iscrizioni ore 19.30

L’evento è riservato ai soli soci SIA. Per gli studenti l’accesso è gratuito.

L’incontro avrà un costo di 5,00 € oltre alla quota associativa annuale di 5,00€.

È possibile acquistare l’intero ciclo di incontri SIA per l’anno 2018 al costo di 75,00€.

ABSTRACT

Decifrare la figura dell’odontoiatra oggi – in un periodo di profondi mutamenti risulta un compito assai difficoltoso visto che la stragrande maggioranza degli operatori si sente combattuta tra l’essere un medico con la M maiuscola, dedito alla somministrazione di cure di alto valore – non pensando a nient’altro – e trasformarsi in una figura professionale ibrida orientata più ai ricavi che alla salute dei propri pazienti. La risposta a questo dubbio amletico viene fornita proprio dall’agenzia delle entrate nel momento in cui si richiede una partita Iva. Per lo stato il



possessore di una partita Iva, infatti, è da definirsi un imprenditore e come tale – oltre ad essere un eccellente ed etico Professionista deve conoscere le due leggi fondamentali di questo difficile mestiere:

1. Saper leggere un conto economico di bilancio;
2. Essere un esperto di marketing per far prosperare la propria attività.

Questa è la differenza tra chi sceglie di essere il titolare della propria azienda e chi si comporta come un dipendente di se stesso. Anche in odontoiatria tutti coloro che possiedono uno studio, o effettuano prestazioni di consulenza presso gli studi dei propri colleghi, sono soggetti a queste leggi superiori del mercato. Se qualche decennio fa la domanda risultava superiore all'offerta, da qualche anno a questa parte le figure professionali in ambito odontoiatrico si sono moltiplicate, di conseguenza ci ritroviamo nella situazione opposta. Quella in cui l'offerta supera la domanda. In questo difficile contesto la spunterà chi, non soltanto possiede i requisiti tecnici per svolgere delle prestazioni di alto livello, ma chi ha appreso le basi del marketing per attrarre nuova paziente e soddisfare i bisogni di coloro che usufruiscono già delle tue prestazioni. La base da cui partire per strutturare delle strategie di marketing ad elevato ritorno si chiama Brand Positioning: posizionamento di marca. Si tratta di un concetto totalmente nuovo per l'odontoiatria italiana e si basa sul trovare un'idea differenziante che permetta allo studio dentistico di distinguersi dalla concorrenza e collocarsi in una posizione ben precisa nella mente del potenziale paziente. Durante la serata dimostreremo come il marketing non sia una battaglia di prestazioni o prodotti, ma una battaglia di percezioni che si gioca nella mente.

CV

Corrado Lagona è l'autore del libro Markedonzia™ - "sala d'attesa piena per il tuo studio dentistico, senza abbattere i prezzi, anche se non sei un esperto di marketing" (CreateSpace 2016).

Allievo di Frank Merenda e appassionato di Marketing in continua formazione, lavora nel settore dell'odontoiatria digitale dal 2012 e sin da subito ha introdotto con successo nella sua attività i metodi basati sul marketing a risposta diretta che lo hanno fatto conoscere nell'ambiente. È autore di "Leva" il Primo sistema di Prima Visita Step by Step con il quale ha permesso ai suoi clienti di incrementare fino all'84% la chiusura di preventivi in fase di prima visita. Dal 2017 aiuta i suoi clienti a trovare l'idea differenziante attraverso un metodo da lui ideato chiamato Sistema Markedonzia™ (www.SistemaMarkedonzia.com)

Con il contributo di:

MAJOR SPONSOR



GOLD SPONSOR

