

La delega nella vendita.

«Come ho delegato tutte le fasi per ottimizzare
l'attività di studio»

Bologna 20 ottobre 2020



Il CoViD19

Per noi si sintetizza in quattro guerre da combattere:

1. La gestione dell'infezione.
2. La gestione delle prescrizioni di legge.
3. La gestione della paura.
4. Il recupero del fatturato.



*L'azienda,
però,
deve fatturare
comunque*

Il fatturato è un indicatore

Il fatturato è un indicatore di cinque attività (AVPIM):

- **A**Attrarre
- **V**endere
- **P**rodurre
- **I**ncassare
- **M**antenere

AVPIM

Il fatturato e le 5 capacità

AAttrarre = Intercettare la domanda

Vendere = Saper capire i bisogni

Produrre = Saper lavorare bene

Incassare = Buona gestione del denaro

Mantenere = Buon recall

Per prima cosa

Abbiamo fatto una riunione dei responsabili:

- Ricontattare **tutti** i pazienti.
- Organizzare un sistema di richiami.
- Organizzare i ripescaggi dei dormienti.
- Avviare un MKTG di posizionamento.
- Modificare le modalità di visita e di vendita.
- Cambiare il VFP delle segretarie.
- Cambiare l'overview degli appuntamenti.

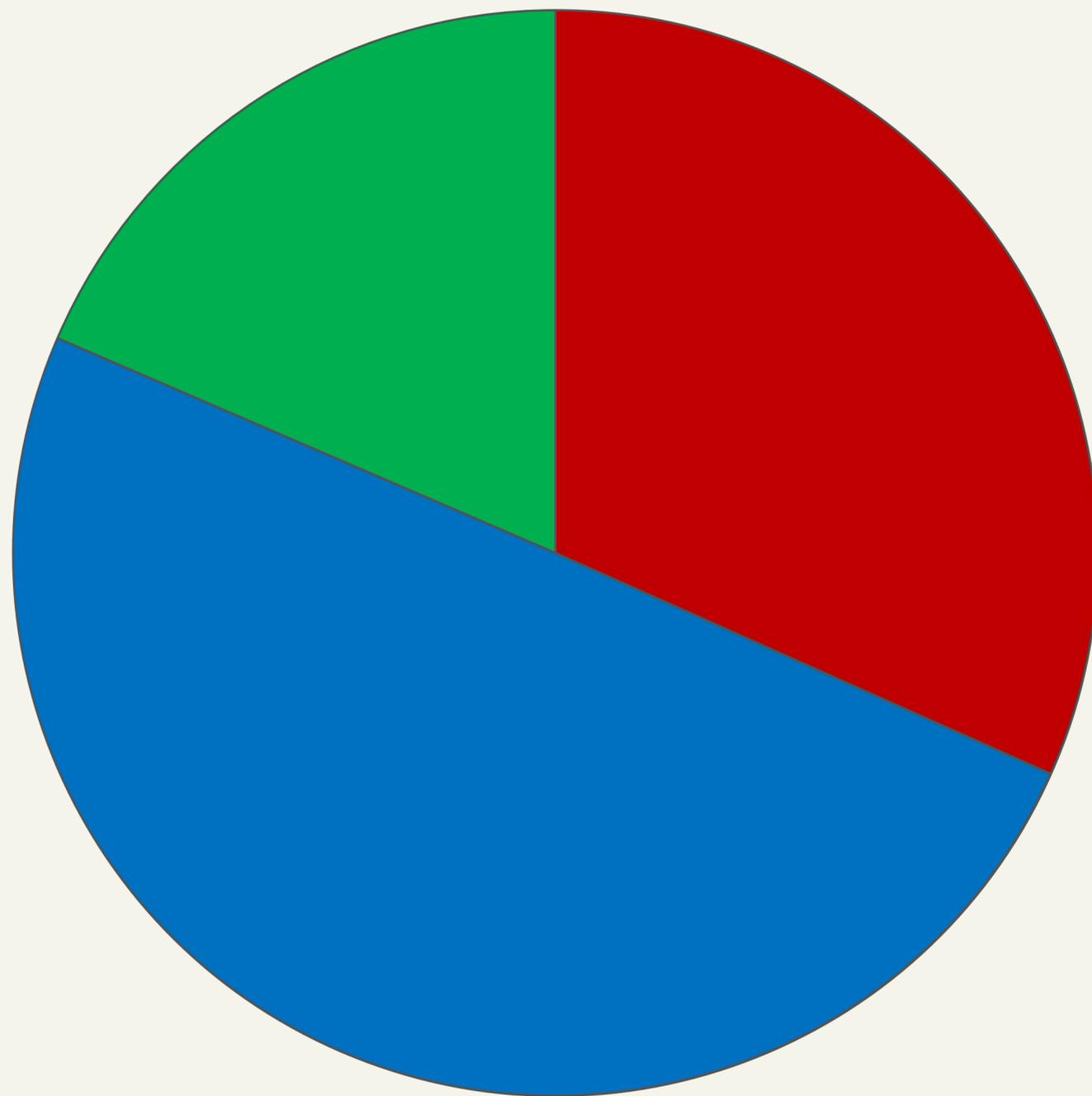
AVPIM **Composizione del fatturato**

Il fatturato di uno studio ha tre componenti:

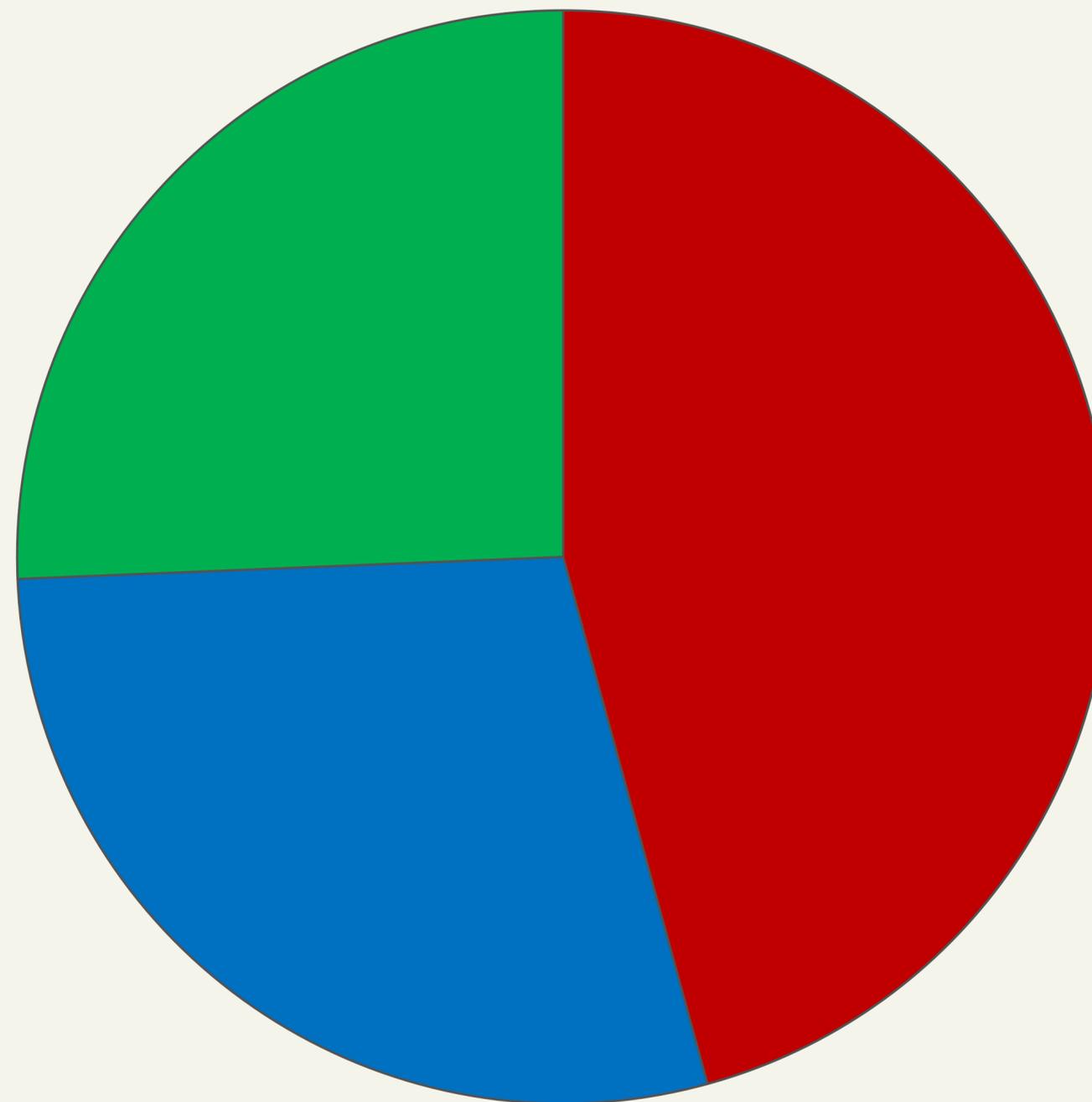
1. Igiene di mantenimento: circa il 15% - 20%.
2. Cicli di cura da Prima Visita: circa il 50%.
3. Cicli di cura da pazienti fidelizzati: circa il 30 % - 35%.

Ma la proporzione è variabilissima in funzione di molti fattori.

2017



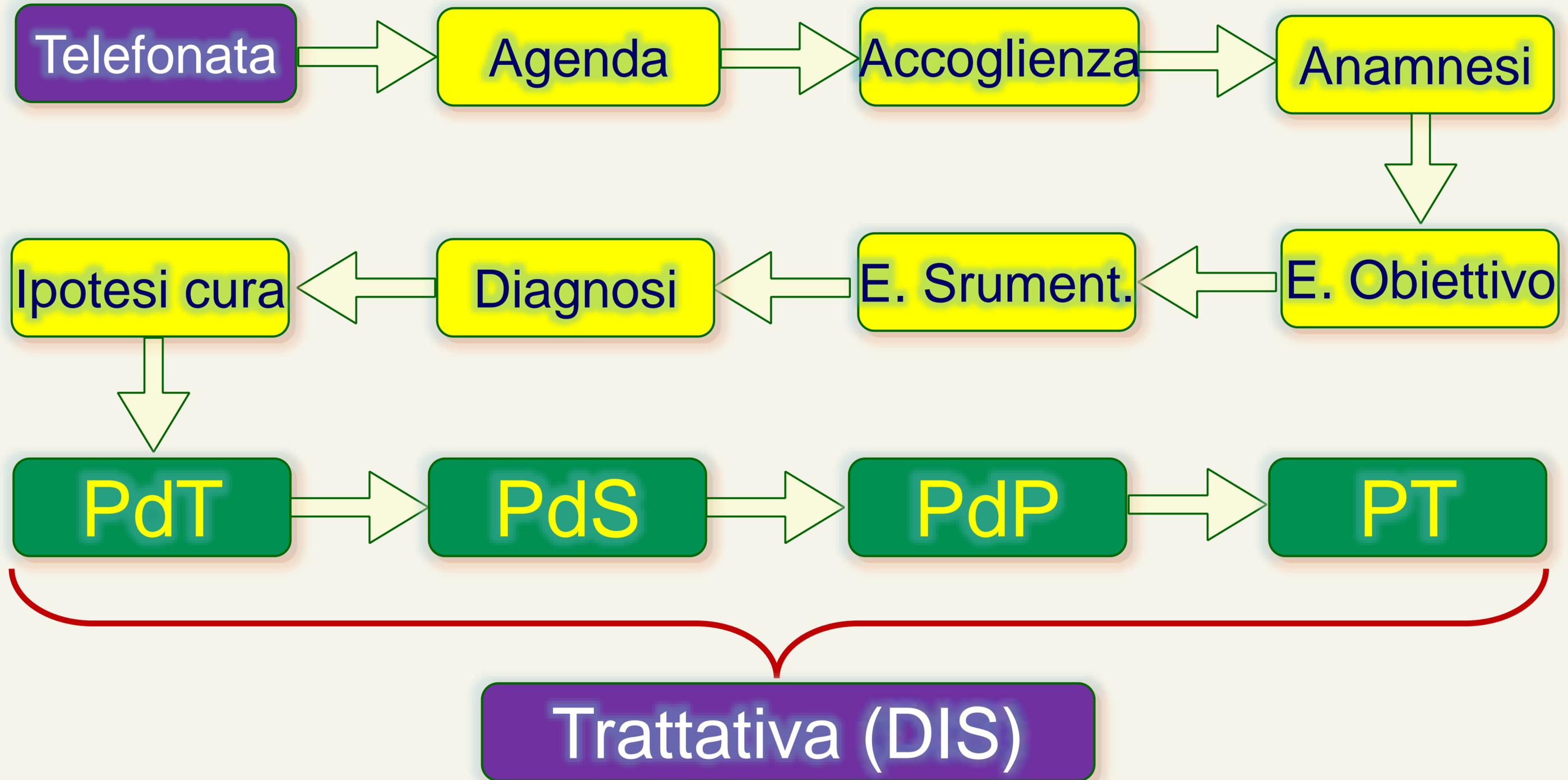
2020



Un paziente chiama per:

1. Richiesta di prima visita.
2. Richiesta di visita di urgenza.
3. Richiesta di seduta di igiene orale.
4. Richiesta di parere o consulto.
5. Richiesta di visita di controllo di un paziente che in passato era stato in cura da noi.

La sequenza





Protocolli post CoViD

Non ci possiamo permettere di creare occasioni inutili di contatto:

- Far venire in studio solo i veri interessati.
- Semplificare in massimo grado le procedure.
- Rendere semplice la vita al paziente.
- Rendere semplice la nostra vita.

I sette gruppi di informazioni

Durante il contatto telefonico e durante le fasi successive:

- Ricezione della telefonata (o tramite il sito).
- Assegnazione dell'appuntamento.
- Conferma di appuntamento.
- Accoglienza in studio.
- Fase anamnestica.
- Fase dell'analisi dei bisogni e delle esigenze.

Si raccolgono molti dati fondamentali per la gestione del paziente.

I sette gruppi di informazioni

1. Dati della persona.
2. Problema emergente.
3. Disabilità emergente.
4. Beneficio ricercato.
5. Obiezioni prevenute.
6. Readyness.
7. Fit:
 - Tempo e
 - Denaro.

Quattro tipi base di visita

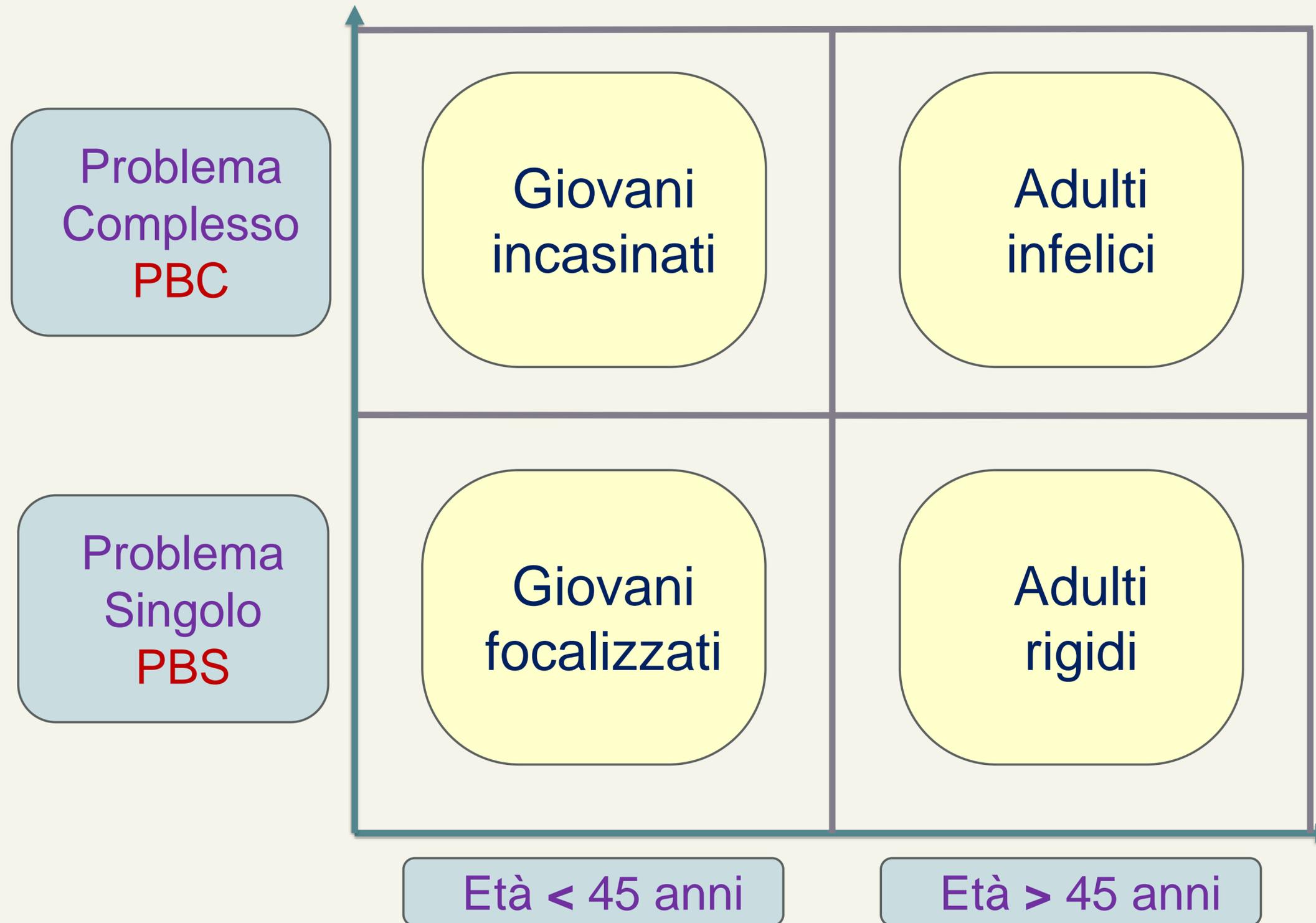


Tabella riassuntiva

	Under 45	Over 45
Salute generale	Ottima	Patologie croniche
Assunzione di farmaci	Raro	Frequente
Salute orale	Ottima	Cattiva
Parodontite attiva	Rara	Frequente
Cultura generale	Ottima	Media
Cultura informatica	Ottima	Scarsa
Percezione dei problemi della bocca	Ottima	Buona / Cattiva
Capacità di spiegarsi	Ottima	Meno buona
Capacità di focalizzare	Ottima	Meno buona
Consapevolezza di problemi	Scarsa	Buona
Disponibilità economica	Scarsa	Buona
Tono emozionale	Buono	Basso
Desideri espliciti	Ben espressi	Male espressi
Desideri impliciti	Poco percepiti	Percepiti ma non esplicitati
Idee sulla propria salute	Buone	Cattive
Arrivano in studio	45' prima della visita	15' prima della visita
Compilano l'anamnesi	In sala d'attesa	Con il dottore in ufficio
Portato in sala operatoria	Dall'ASO	Dall'ASO

I pazienti con Problema Semplice **PBS**

Se readiness e fit sono positivi, il paziente è pronto per la cura e ha i soldi per farla.

Si procede così:

- Spiegazione sintetica di massimo un minuto.
- Si consegnano brochure specifiche.
- La segretaria ha già preparato il PdS.
- La segretaria si accorda per PdP e PT

I pazienti con Problema Complesso **PBC**

La gestione del paziente con piano complesso è molto diversa da quella del caso semplice:

- Molto tempo dedicato a parlare.
- Diagnosi completa.
- Indagini complete (radiografie, status, OPT, CBCT, modelli di studio, fotografie, ...)

Il grande errore nella vendita

*Trattare un problema semplice
come uno complesso o il
viceversa*

Positivo

Entusiastico

Allegro

Razionale

Annoiato

Gradevole

Soluzioni

Compra

Il tono del paziente

Antagonista

Collerico

Risentito

Ansioso

Afflitto

Sgradevole

Problemi

Non compra

Negativo

La vendita

Un paziente lo prendi in 10'

Lo confondi in 20'

Lo perdi in 30'



**"I SOLDI SIGNORA,
I SOLDI"**

La delega nella vendita.

«Come ho delegato tutte le fasi per ottimizzare
l'attività di studio»

Bologna 20 ottobre 2020

