

GESTIRE LA RECEPTION IN MANIERA EFFICIENTE

Andrea Imposti

FARSI TROVARE PRONTI

FASE I:



ANALISI CE



GESTIONE AGENDA



TELEFONATA

COME FARE UNA PROGRAMMAZIONE ANNUALE?

Conosco il mio flusso di cassa, il mio punto di pareggio?



Come gestire la programmazione in base all'agenda?

Il valore del tempo, come gestire la chiamata ai pazienti?



Quando programmare le azioni di recall e di marketing?

IL MARKETING	LA TELEFONATA	ACCOGLIENZA	RACCOLTA INFO	ASCOLTO ATTIVO	DIAGNOSI E PIANO CURA	SPIEGAZIONE PIANO CURA	DOMANDE VERIFICA	CHIUSURA PREVENTIVO	FIDELIZZAZIONE
E' COERENTE?	E' CHIARA?	E' PERSONALIZZATA?	COME VIENE FATTA?	COME AVVIENE?	QUALI STRUMENTI E TECNOLOGIA?	COS'E'?		SAPER CHIEDERE I SOLDI	
INFORMA SECONDO DEONTOLOGIA?	TRASFERISCE TUTTE LE INFO?	E' COMPLETA?	GARANTISCE FIDUCIA?	QUANTO TEMPO DEDICO?	COMMENTO CON IL PAZIENTE?	COSA SUCCEDDE SE NON LO FA?		FORME DI PAGAMENTO	
STIMOLA LA CHIAMATA	RACCOGLIE LE INFO?	E' MISURABILE?	GARANTISCE PRIVACY?	ANALISI : PAURA SOLDI CULTURA	GENERO CONSAPVOLEZZA?	BENEFICI		DILAZIONI PER ACCESSO ALLE CURE	
	PARLA DEI SERVIZI?	SODDISFA IL PAZIENTE?	E' CORRELATA DI INFO ADDIZIONALI ?		GENERO CLIMA DI FIDUCIA?				

DAL MINISTERO DELLA SALUTE ITALIANO NELLE RACCOMANDAZIONI IN ODONTOIATRIA:

Nell'ambito delle indicazioni contenute nel Codice etico, di particolare importanza sono quelle che regolano l'informazione e la comunicazione che il sanitario deve garantire alla persona assistita così come il consenso alle cure. Particolare importanza assume la comunicazione come elemento indispensabile per instaurare il corretto comportamento medico/paziente. La comunicazione rappresenta quell'insieme di stimoli verbali volti a garantire la compliance, l'alleanza terapeutica, l'accettazione del piano di prevenzione e/o cura. Il comportamento del paziente è l'esito finale, il risultato delle attività di management, marketing e comunicazione messe in campo dall'odontoiatra e dal suo team, non solo all'interno della struttura sanitaria ma anche nell'ambiente di vita del paziente.

Secondo un diffuso pregiudizio, la comunicazione al paziente svolgerebbe prevalentemente funzioni di marketing, pubblicità, persuasione ad accettare proposte terapeutiche e negoziare condizioni economiche. Per quanto ciò in ambito odontoiatrico sia accertato da tempo, occorre ricordare che la comunicazione svolge funzioni di grande interesse anche per ottenere la compliance (**RICHIAMI) alle terapie da parte del paziente e per aumentare la riuscita clinica degli interventi.**

La comunicazione con il paziente non può essere lasciata all'estro o all'improvvisazione del momento. L'acquisizione di informazioni sull'ambiente di vita attuale e pregresso della persona per conoscere le variabili di cui il suo comportamento è funzione; **ANALISI OGGETTIVA**

individuazione delle modalità di comunicazione (i.e. comportamento verbale dell'odontoiatra e dei suoi delegati) da adottare per ottenere i comportamenti del paziente necessari alla scelta del piano di trattamento, alla compliance durante le terapie, all'accettazione e soddisfazione per gli esiti (alleanza terapeutica). **SPIEGAZIONE PIANO DI CURA..... ALTISSIMA PREDICIBILITA'**

Tali procedure vanno intese come facenti parte del "tempo di cura". Tale concetto viene ampiamente riportato nel codice deontologico sopra menzionato, dove all'articolo 20 così si riporta: "...il medico, nella relazione, persegue l'alleanza di cura, fondata sulla reciproca fiducia e sul mutuo rispetto dei valori e dei diritti e su un'informazione comprensibile e completa, considerando il tempo della comunicazione quale tempo di cura". **QUANTO TEMPO DEDICATE ALLA PRIMA VISTA?**

GLI INDICATORI DA SEGUIRE:

1

TICKET MEDIO =
FATTURATO / NUMERO FATTURE
(DEVE ESSERE SUPERIORE A 600 EURO)

2

VALORE MEDIO PREVENTIVATO =
PREVENTIVATO/NUMERO DELLE PRIME VISITE
(DEVE ESSERE MAGGIORE DI 2500 EURO)

3

VALORE MEDIO DELLA PRIMA VISITA =
FATTURATO/NUMERO DI PRIME VISITE
(DEVE ESSERE MAGGIORE DI 1500 EURO)

ACCOGLIENZA:

Indicazioni di massima in occasione di “primo contatto telefonico”.

1. chiedere come si è arrivati a conoscere la struttura odontoiatrica;
2. chiedere la ragione fondamentale della domanda di osservazione clinica;
3. descrivere succintamente le modalità con cui il rapporto verrà instaurato.

COMPRESO IL DOVERE DI INFORMAZIONE

Indicazioni di massima in occasione del “primo incontro”

1. presentarsi personalmente, possibilmente in una “sede non clinica” quale può essere lo studio, la sala d’attesa o quella di ricevimento;
2. presentare gli eventuali collaboratori presenti, dettagliandone compiti e caratteristiche.
3. Indicazioni di massima in occasione di “contatti successivi”

IL CORRETTO UTILIZZO DEL SOFTWARE GESTIONALE:



IMPLICAZIONI **MEDICO / LEGALI**



LA GESTIONE DELL'**INFORMAZIONE**



IL **DIRITTO ALLA SALUTE**

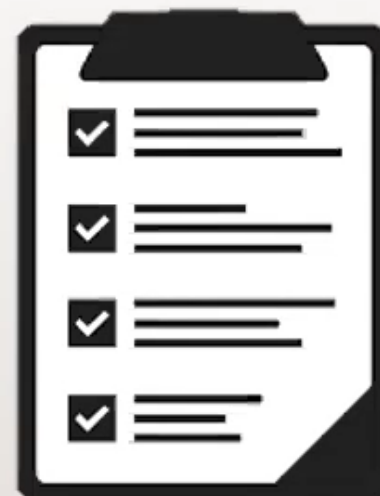


LA **FACILITA'** DI LETTURA DEI DATI E DELLE STATISTICHE

**..... QUINDI NOI ASO/PERSONALE
ACCOGLIENZA DA DOVE COMINCIAMO???**

PASSAGGI PER LA CORRETTA GESTIONE:

- 1) ANALISI DEL CORRETTO UTILIZZO DEL SOFTWARE (DA PARTE DI TUTTI!)
- 2) ANALISI DELLA GESTIONE DELL'ACCOGLIENZA
- 3) LA TELEFONATA
- 4) IL PAZIENTE IN STUDIO
- 5) LA RICHIAMATA
- 6) LA FIDELIZZAZIONE
- 7) I CONTROLLI PROGRAMMATI



RICLASSIFICAZIONE DEL CONTO ECONOMICO: DA COSI'

04 Costi ed oneri			
01 Canoni di locazione finanziaria	7.314,09	954,85	6.359,44
004 Canoni leas. finanz. str. elettromed	556,00		556,00
005 Spese di istruttoria leasing finanzia	4.066,04		4.066,04
007 Canone leasing, D.L.I.			10.300,40
Totale 01 Canoni di locazione finanziaria			
02 Canoni di locazione non finanziaria	21,75	315,16	2.558,91
002 Noleggi	2.874,87	13,50	86,00
003 Noleggio lungo term. auto	78,50		2.645,00
008 Canoni leasing Sp. accessorie-EasyPas			
Totale 02 Canoni di locazione non finanziaria			
03 Spese relative agli immobili	251,00		251,00
002 Spese condominiali			251,00
Totale 03 Spese relative agli immobili			
04 Spese per il personale dipendente	29.305,63		29.305,63
001 Salari e Stipendi	8.493,70		8.493,70
002 Oneri sociali INPS azienda	295,83		295,83
005 Oneri sociali Inail			38.095,18
Totale 04 Spese per il personale dipendente			
05 Compensi corrisposti a terzi	36.301,20		36.301,20
001 Compensi a terzi			36.301,20
Totale 05 Compensi corrisposti a terzi			
06 Interessi passivi	131,09		131,09
002 Interessi passivi cessione cred	3.219,16		3.219,16
003 Commissioni servizio cessione cred+s			3.250,25
Totale 06 Interessi passivi			
07 Consumi	1.403,48		1.403,48
001 Energia elettrica	872,31		872,31
002 Spese telefoniche	282,15	10,49	282,15
003 Spese utilizzo cellulare	430,54		430,54
005 gas			2.988,28
Totale 07 Consumi			
08 Spese di rappresentanza	137,11		137,11
001 Spese di rappresentanza			137,11
Totale 08 Spese di rappresentanza			
11 Altre spese documentate	4.062,83		4.062,83
001 Altri costi e spese deducibili	9,50		9,50
003 Spese bancarie	17,42		17,42
005 Cancelleria e stampati	7.138,78		7.138,78
011 Piccoli cespiti e attrezzature	570,89		570,89
014 Tassa smaltimento rifiuti	281,36		281,36
016 Spese di manutenzione beni propri	150,00		150,00
018 Quota associativa medici	368,40		368,40
020 imposta di bollo	1,61		1,61
023 Arrotondamenti passivi	1.120,20		1.120,20
025 Servizi internet-alo web	173,87	6,52	166,55
027 Assicurazione attrezz. in leasing	71,84		71,84
080 Spese pubblicità	1.797,61		1.797,61
091 Acq. materie princ. comuni 5 aree	6.987,56		6.987,56
093 Materie prime per protesi_a2	297,75		297,75
094 Materie prime per Conserv.-Chirurgia	1.154,40		1.154,40
099 Servizi da professionisti	200,00		200,00
103 Visite mediche	1.371,55		1.371,55
104 Materiale di consumo claoq.	93.224,68	564,39	92.659,19
118 Materie prime per implantologia_a1	2.800,00		2.800,00
119 Elaborazioni dati contabili e buste	392,54		392,54
120 Acquisto materiale di ortodonzia_a4	220,02		220,02
121 Servizio smaltimento rifiuti	35,43		35,43
181 Materie prime per igiene orale_a5	15.260,75	209,46	15.051,29
40 Iva indebitabile ma deducibile			186.548,33
Totale 11 Altre spese documentate			

04 Costi ed oneri		
12 Ammortamenti		
005 Amm.to attrezzature	196,87	
006 Amm.to impianti	112,50	
Totale 12 Ammortamenti		
13 Costi indeducibili		
008 Spese cellulare indeducibili	43,95	2,62
010 Spese telefoniche indeducibili	195,24	
014 Noleggio lterm. auto indec.	11.496,29	1.260,79
Totale 13 Costi indeducibili		
Totale 04 Costi ed oneri		
Totale Costi		
15 Ricavi e proventi		
01 Compensi e proventi		
002 Prestazioni professionali senza rite		339.746,00
010 Postazione co-working	250,00	2.250,00
Totale 01 Compensi e proventi		
Totale 05 Ricavi e proventi		
Totale Ricavi		

A COSI' !!!

	1° anno		MESE 1	MESE 2	MESE 3	MESE 4	MESE 5	
Ricavi	260.000,00	100,00 %	20000	22000	15000	35000		
Costi del personale	60.000,00		5600	5600	5600	5600	5600	
Medici, Laboratori e materiali	122.200,00	47,00 %						
laboratorio	10%				2000	2200	1500	
medici	30%			3000	6300	5550	7500	
materiali	7%			1400	1540	1050	2450	
COSTI FISSI								
affitti	24.000,00		6000			6000		
gestionale + sito	2.400,00		200	200	200	200	200	
Telefonia	1.500,00		120	120	120	120	120	
Assicurazioni	3.000,00		3000					
ammortamento	20.000,00							
Pubblicità locale	5.000,00		1000	1000	1000	1000	1000	
premi produzione	0,00							
management	0,00							
Altre spese fisse (comm+eq)	12.000,00		3000			3000		
finanziamento banca	0,00							
Costi per finanziamenti	0,00		1500	1500	1500	1500	1500	
debiti pregressi	0,00	??????	2000	2000	2000	2000	2000	
Spese struttura	12000				5000		3000	
EURO DI CASSA			- 2420	+ 11780	- 10260	+7780		

SCENARI NEL BREVE PERIODO:



AREE DI MIGLIORAMENTO:

- ELABORAZIONE DEL PROPRIO **CONTO ECONOMICO** E SCADENZA PAGAMENTI (PER MESE).
- CALCOLO DEL **PUNTO DI PAREGGIO**.
- FORMAZIONE PERSONALE PER LA **GESTIONE DELLE RICHIAMATE**, GESTIONE DELL'AGENDA, GESTIONE DEI PREVENTIVI (VD SOTTO)
- OTTIMIZZAZIONE DEL **SITO** E DELLE **PAGINE SOCIAL**.
- ATTIVAZIONE DEI MECCANISMI DI **PAGAMENTO ALTERNATIVI**.
 - (credito al consumo / pagodil)
- VALUTARE **APERTURA IL SABATO**.