



Programa de Formación Continuada

del Colegio Oficial de Dentistas de Granada



Colegio Oficial de Dentistas
de Granada

Curso 2015

Título:

GESTIÓN Y MARKETING PARA LA CLÍNICA DENTAL

Ponentes: D. Ignacio Tomás y D. Ignacio Díez

Duración: 8 horas

Plazas: 106

Fecha: 16 y 17 de octubre de 2015

Horario: Viernes: 16,30 a 20,30 horas

Sábado: 10,00 a 14,00 horas

Importe: Gratuito previa inscripción

10

CURRICULUM VITAE

Ignacio Tomás

- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.
- Presidente de N7 (www.n7net.com), empresa especializada en Marketing Online: redes sociales, diseño web y formación a medida.
- Socio Fundador y Director Comercial de romMurcia (www.rommurcia.es), la primera radio exclusivamente online de contenido generalista de España, en donde además dirige y presenta #TuitOClock, programa de 2 horas semanales dedicado a Twitter.
- Profesor habitual de Marketing Online en la Universidad de Murcia, Universidad de Cartagena, UCAM, Universitat de Barcelona y diversas Escuelas de Negocios.



Ignacio Díez

- Director Gerente de Clínica Dental San Basilio (gestión, contabilidad, marketing, organización y atención al paciente).
- Director y coordinador de las Jornadas de Marketing Dental organizadas por Clínica Dental San Basilio.
- Grado superior en Administración y finanzas.
- Diploma en Dirección Odontológica y



Gestión Clínica, impartido por dentalDoctors.

- Curso de Gestión y Organización en Odontología dirigido por el Ilustre Consejo General de Colegios de Odontólogos y Estomatólogos de España.
- Ponente en diversos actos en el ámbito de la Gestión y el Marketing Dental.

OBJETIVOS

- Dotar de una visión empresarial respecto a la clínica dental.
- Impulsar un modelo de gestión y organización para mejorar los resultados de la clínica.
- Optimizar la rentabilidad económica de la clínica mediante sistemas de evaluación de costes.
- Identificar las competencias de los integrantes del equipo.
- Establecer una línea de trabajo en equipo con el fin de mejorar el rendimiento de los profesionales de la clínica.
- Acercar los conceptos de marketing adaptándolos a nuestro sector.
- Dar las herramientas necesarias para desarrollar su propia campaña de marketing para la clínica dental.
- Diseñar estrategias de fidelización con una actitud proactiva hacia el paciente.
- Mejorar la comunicación y conseguir la excelencia en la atención al paciente.
- Captación de nuevos pacientes en la red: Promoción de un sitio web, posicionamiento y redes sociales.

PROGRAMA

I. GESTIÓN DE LA CLÍNICA DENTAL

- 1. El pensamiento de dirección. Liderazgo**
 - Descripción del negocio: Visión, Misión, Objetivos.
 - Estudio de mercado. DAFO.
 - Concepto de liderazgo.
 - Inteligencia emocional. Autoliderazgo.
- 2. Recursos humanos.**
 - Organización de actividades. Organigrama.
 - Coordinación de recursos y equipos.
 - Protocolización.
- 3. Gestión de la calidad.**
 - Elaboración de un proceso. Mapa de procesos.
 - Modelo EFQM.
 - Indicadores.
- 4. Gestión económico-financiera.**
 - Conceptos básicos de contabilidad.
 - Análisis de rentabilidad.
 - Tipos de costes.
- 5. Aspectos legales de la gestión.**
 - Forma jurídica.
 - LOPD.
 - Riesgos laborales.
 - Consentimientos informados.

II. MARKETING DENTAL Y ATENCIÓN AL PACIENTE

- 1. Introducción al marketing dental.**
 - Principios básicos del marketing en odontología.
 - Características del marketing de servicios.
 - Tipos de marketing, interno Vs externo.
 - Plan de marketing.
- 2. Atención al Paciente**
 - Terminología de paciente.
 - Perfil del paciente actual.
 - ¿Qué es la atención al paciente?
 - Cumplir las expectativas. Satisfacción del paciente.
 - Cómo crear pacientes felices buscando su fidelización.
 - Gestión de la primera visita.
 - Gestión de reclamaciones.
- 3. Comunicación Clínica**
 - Elementos de una buena comunicación.
 - Leyes de la comunicación.

- Cómo mejorar la comunicación con el paciente.
- Comunicación clínica. Cómo conseguir el "sí" del plan de tratamiento.
- Prohibiciones en la comunicación.

III. MARKETING ONLINE PARA CLINICAS DENTALES

- 1. Página Web**
 - La piedra angular de toda la estrategia de Marketing Online.
 - Objetivos.
 - Funcionalidades.
- 2. Posicionamiento**
 - Cómo generar tráfico a la web desde buscadores y posicionar adecuadamente la web.
 - SEO: Posicionamiento orgánico o natural.
 - SEM: Posicionamiento pagado (Google Adwords).
- 3. Redes Sociales**
 - Consejos para interactuar con los pacientes.
 - Una herramienta del día a día.
 - ¿En qué redes sociales tiene que estar mi clínica?
 - Facebook: El rey de reyes.
 - Twitter: Lo pequeño se hace grande.
- 4. Blog**
 - El lugar en el que desarrollar los conceptos más interesantes.
 - Integración con el resto de patas del Marketing Online.
- 5. Newsletter**
 - Cómo fidelizar y mantener a los pacientes más allá del momento de la prestación del servicio.
 - Herramientas disponibles.
 - El e-mail perfecto.
- 6. El plan de Marketing Online**
- 7. Conceptos básicos**
- 8. La nueva publicidad: Medios tradicionales y nuevos medios**



Colegio Oficial de Dentistas de Granada
Urb. Parque del Genil, C/Maestro Montero,
Ed. Guadiana, bajo 18004 Granada
Tel.: 958/ 52 29 53 52 31 92 • Fax. 958 52 31 92
E-mail: cooe18@infomed.es • colegiooeg@dentistasgranada.org
www.dentistasgranada.org