

BUDOWANIE PLANU ROZWOJU PLACÓWKI MEDYCZNEJ – SCHEMAT KROK PO KROKU

CEL SZKOLENIA:

Celem szkolenia jest zdobycie kompetencji w zakresie budowania przewidywalnego, poukładanego planu rozwoju gabinetu medycznego i znacznie szybszy rozwój. Uczestnicy szkolenia nauczą się prowadzić analizy wewnętrzne i zewnętrzne, opisywać mocne i słabe strony gabinetu, wyciągać wnioski i na tej podstawie wyznaczać właściwe cele. Każdy uczestnik będzie potrafił rozpisać spójną strategię rozwoju, opisaną w sposób spójny i usystematyzowany. Cele będą realizowane skuteczniej i szybciej.

GŁÓWNE REZULTATY PO WDROŻENIU KNOW-HOW ZE SZKOLENIA:

- Posiadanie spójnego planu rozwoju gabinetu;
- Posiadanie rzetelnych analiz, jasność problemów;
- Szybsze wyznaczanie i osiąganie jasnych i konkretnych celów;
- Działania ukierunkowane, przewidywalne i usystematyzowane.

DLA KOGO:

Właściciele, menadżerowie.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. Czym jest strategia i dlaczego jest konieczna:

- Rozpoczęcie: cele szkolenia, przedstawienie się uczestników i test wprowadzający;
- Czynniki decydujące o sukcesie firm medycznych;
- Czym jest doradztwo? Trzy kluczowe obszary funkcjonowania każdej firmy;
- Czym jest strategia firmy?

2. Proces budowy planu rozwoju:

- Etapy budowy strategii firmy. Co zawiera plan rozwoju gabinetu medycznego?
- Zarządzanie czasem właściciela przy procesie budowania planu rozwoju gabinetu. Jak znaleźć czas i podzielić obowiązki?
- Jakich doradców od strategii warto mieć w zespole i gdzie ich szukać?

3. Analizy zewnętrzne i wewnętrzne:

- Analiza wewnętrzna wskaźników finansowych i niefinansowych – jak określić prawidłowe

wartości dla naszej firmy?

- Analiza wewnętrzna luk kompetencyjnych – jak określać stan obecny wiedzy, umiejętności i postawy poszczególnych członków zespołu?
- Analiza wewnętrzna procesów – jak określić stan obecny jakości oferowanych usług w stosunku do konkurencji?
- Analiza wewnętrzna zarządzania.

4. Budowanie przewagi konkurencyjnej:

- Kluczowe Czynniki Sukcesu (KCS) w branży. Jak ocenić naszą firmę na tle konkurentów? Wybór metod i zakresu analizy;
- Analiza konkurencji – co analizować u naszej konkurencji i jakie wnioski z tego wyciągać? Czy warto kopiować cennik konkurencji?
- Jaka jest przyszłość branży medycznej – gdzie możemy zdobyć przewagę konkurencyjną? Przykłady.

5. Jak analizować dane i dokonywać wyborów:

- Jak określić mocne strony i szanse oraz słabe strony i zagrożenia danego gabinetu?
- Sztuka dokonywania wyboru, które elementy należy rozwijać w gabinecie?
- Diagnoza strategiczna, czyli jakie możliwości posiada mój gabinet na rynku? Propozycje działań rozwojowych i wykorzystanie szans rynkowych. Propozycje działań służących poprawie efektywności z uwzględnieniem zagrożeń płynących ze strony zespołu.

6. Misja, wizja, cele:

- Jak wyrazić aspiracje gabinetu medycznego? Definiowanie wizji;
- Jak ukierunkować myślenie firmy na rozwój we właściwych kierunkach? Definiowanie misji i wartości organizacji;
- Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi? Formułowanie celów finansowych zgodnych z metodyką SMART;
- Przeprowadzanie symulacji. Poszukiwanie źródeł wzrostu i poprawy wyników finansowych i jakościowych;
- Wyznaczanie kluczowych celów.

BUDOWANIE PLANU ROZWOJU PLACÓWKI MEDYCZNEJ – SCHEMAT KROK PO KROKU

7. Budowanie strategii gabinetu medycznego:

- Budowanie strategii – ćwiczenia;
- Plany rozwojowe: jakie kierunki działania zagwarantują sukces? Czym jest dla nas sukces?
- Wybór głównej grupy pacjentów i usług, które chcemy świadczyć w placówce medycznej;
- Określenie głównych obszarów doskonalenia kompetencji i poszczególnych członków zespołu;
- Jak dotrzeć do właściwej grupy pacjentów?

8. Inicjatywy i pomysły na rozwój gabinetu medycznego:

- Określanie pomysłów na rozwój gabinetu – ćwiczenie;
- Mapa doświadczeń pacjenta – jak nasza firma widziana jest oczami klientów?
- Strategia rozwijania zespołu i procesów;
- Jak zwiększyć jednocześnie jakość obsługi pacjenta i zyskowność usług? Budowa propozycji wartości dla najważniejszych grup pacjentów;
- Wyróżniki konkurencyjne, rozwój dzięki innowacjom na poziomie firmy, relacji z pacjentami i dobrej organizacji pracy;
- Wybieranie pomysłów do realizacji i projektów rozwojowych gwarantujących dostarczanie usług wysokiej jakości przy optymalnych kosztach.

9. Plan rozwoju firmy:

- Najważniejsze kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie planu rozwoju gabinetu;
- Jak opracować „Program Rozwoju Firmy” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych – przykłady z praktyki;
- Mapa strategii opisująca plan rozwoju gabinetu medycznego w formie zbioru celów powiązanych w związku przyczynowo-skutkowe;
- Najczęstsze błędy w procesie budowy i wdrażania planu rozwoju firmy. Jak ich unikać? – doświadczenia z biznesu;

CHARAKTER SZKOLENIA:

- Na szkoleniu podzielimy się praktyczną wiedzą ze współpracy z kilkudziesięcioma gabinetami

- medycznymi i przedstawimy najważniejsze, sprawdzone metody rozwoju;
- Podczas szkolenia każdy uczestnik przygotuje plan rozwoju gabinetu w oparciu o realne *case study* z rynku medycznego (stomatologia);
- Szkolenie ma charakter praktyczny: podczas każdego modułu analizowane są realne przykłady z różnych placówek medycznych.

KAŻDY UCZESTNIK OTRZYMA:

- Arkusze do wykonywania planu rozwoju gabinetu, przykłady planów rozwojowych z innych gabinetów.

UCZESTNIK SZKOLENIA ZDOBĘDZIE WIEDZĘ Z ZAKRESU:

- Procesu budowania planu rozwoju gabinetu medycznego;
- Metod analiz strategicznych pomagających wyciągnąć właściwe wnioski;
- Poznania procesu formułowania celów i strategii głównej oraz strategii w różnych obszarach przedsiębiorstwa;
- Planowania strategicznego w czterech perspektywach.

UCZESTNIK SZKOLENIA ZYSKA KOMPETENCJE W ZAKRESIE:

- Budowy planu rozwoju dla placówki medycznej;
- Kategoryzowania danych wg priorytetów i nadawania im kolejności;
- Wyciągania wniosków opartych o analizy danych;
- Podejmowania szybszych i bardziej trafnych decyzji;
- Wyznaczania misji, wizji, wartości i celów strategicznych na podstawie danych z analiz;
- Budowy strategii w formie mapy strategicznej, gdzie cele są ze sobą ściśle powiązane;
- Skuteczniejszego wdrażania planu rozwoju w życie;
- Szybkiego podejmowania działań.

