



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

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 osiągnięcie jasnych i konkretnych celów;
- Działania ukierunkowane, przewidywalne i usystematyzowane.

Dla kogo:

właściciele, menadżerowie

Program szkolenia:

- **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?
- **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?
- **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?



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

- Analiza wewnętrzna procesów – jak określić stan obecny jakości oferowanych usług w stosunku do konkurencji?
- Analiza wewnętrzna zarządzania.
- **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.
- **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.
- **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 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?



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

- **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.
- **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:

1. Na szkoleniu podzielimy się praktyczną wiedzą ze współpracy z kilkudziesięcioma gabinetami medycznymi i przedstawimy najważniejsze, sprawdzone metody rozwoju.
2. Podczas szkolenia każdy uczestnik przygotowuje plan rozwoju gabinetu w oparciu o realne *case study* z rynku medycznego (stomatologia).
3. 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.



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

Efekty szkolenia:

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.

Długość szkolenia: 2 dni