

PLAN SZKOLENIA

Sprawdzone strategie budowania marki i pozyskiwania pacjentów

Cel szkolenia

Celem szkolenia jest wdrożenie wiedzy marketingowej dostosowanej do specyfiki rynku medycznego. Uczestnicy nauczą się planować systematyczne działania marketingowe, dopasowane do potrzeb rynku oraz własnych możliwości. Poznają praktyczne, sprawdzone rozwiązania, dzięki którym zbudują wartość i prestiż placówki medycznej. Uczestnicy szkolenia poznają również zależności między poszczególnymi elementami tworzącymi biznes a ich wpływem na generowanie przychodów.

Dla kogo

Szkolenie przeznaczone jest dla lekarzy, właścicieli i menadżerów chcących poprawić wizerunek gabinetu, wypromować swoje usługi oraz pozyskiwać więcej pacjentów na kompleksowe zabiegi medyczne zwiększające zyski gabinetu.

Ramowy program szkolenia:

- **Elementy marketing-mix w placówkach zdrowotnych**
 - Elementy marketingu 7P;
 - Planowanie działań marketingowych.
- **Tworzenie strategii marketingowej**
 1. Istota strategii marketingowej;
 2. Proces formułowania strategii marketingowej;
 3. Wpisanie strategii marketingowej w ogólną strategię placówki.
- **Praktyczne narzędzia analizy rynku stosowane w placówkach medycznych**
 - Definicja, istota i elementy rynku;
 - Podstawy analizy rynku;
 - Mierniki statystyczne i ich analiza w czasie.
- **Oferta placówki medycznej oparta na analizie rynku**
 - Budowanie oferty placówki;
 - Strategie polityki cenowej;
 - Budowanie pozycji placówki stomatologicznej.



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

- **Wizyta pacjenta w placówce medycznej**
 - Rodzaje pacjentów;
 - Omówienie potrzeb poszczególnych grup pacjentów;
 - Postawa personelu niemedycznego i jej wpływ powrót pacjenta do placówki.
- **Komunikacja marketingowa**
 - Tworzenie planu i cele komunikacji marketingowej;
 - Najlepsze metody komunikacji marketingowej stosowane przez placówki medyczne;
 - *Case studies* praktycznych działań marketingowych.

Efekty szkolenia:

Uczestnik szkolenia zyska wiedzę z zakresu:

- marketingu w ujęciu 7P (product, price, placement, promotion, people, process, physical evidence);
- elementów strategii marketingowej oraz sposobu wpisywania jej w ogólną strategię rozwoju firmy;
- technik pozycjonowania i sposobów mierzenia efektywności swoich działań marketingowych;
- [znajomości metod analizy konkurencji oraz form komunikowania się z rynkiem.](#)

Uczestnik szkolenia zyska umiejętności:

- utworzenia własnego planu działań marketingowych wpisanego w całościową strategię rozwoju placówki stomatologicznej;
- kierowania określonych działań rynkowych do właściwych grup pacjentów, co pozwoli zaoszczędzić czas i koszty oraz szybciej wejść na wyższy poziom jakościowy w określonym segmencie pacjentów;
- pozycjonowania własnej placówki na rynku stomatologicznym w oparciu o odpowiednie kryteria;
- opracowania polityki cenowej w sposób pozwalający na zdobycie przewagi konkurencyjnej na lokalnym rynku;
- zastosowania w praktyce ograniczeń zakazu reklamy usług stomatologicznych;
- budowanie relacji z pacjentami w sposób indywidualnie dopasowany do ich oczekiwań, charakteru oraz potrzeb leczenia;



BIZNES & EDUKACJA W STOMATOLOGII
ROK ZAŁOŻENIA 2013

Przekuwamy potrzeby
w skuteczne rozwiązania

- dokonywania segmentacji pacjentów pod względem ich oczekiwań, planów leczenia, preferowanych zabiegów, statusu społecznego;
- dopasowania odpowiedniego kanału dystrybucji w procesie kontaktów z klientami;
- budowania strategii marketingowych oferowanych usług.

Uczestnik szkolenia zyska kompetencje:

- analityczne – potrafi wykonać analizę porównawczą konkurencji;
- zarządcze – w zakresie planowania i zarządzania przez cele.

Długość szkolenia: 2 dni