

ideandum®

**RISORSE UMANE,  
LEADERSHIP E  
ORGANIZZAZIONE:  
LA FORZA  
PROPULSIVA DEL TUO  
STUDIO DENTISTICO**

# Indice dei contenuti

## 0. Chi Siamo

### 1. La mission e valori

### 2. Come far chiudere la luce e le finestre

### 3. Come creare una job description

### 4. Gestione delle risorse umane come catalizzatore di energia positiva

### 5. Il ciclo di deming

### 6. L'importanza della cultura del feedback

### 7. I tre pilastri della comunicazione

### 8. I tre errori comuni nella comunicazione

### 9. Pillole di leadership

### 10. Passaggio generazionale

ideandum®

# Esperti di Marketing Odontoiatrico e Management

Da 10 anni realizziamo soluzioni innovative e progetti di comunicazione per studi dentistici. Competenze di marketing e management ci permettono un approccio integrato per affiancare il dentista in ogni fase di crescita: aumentare i propri pazienti, gestire campagne pubblicitarie sul web e social network, migliorare la gestione finanziaria e delle risorse.

Il nostro approccio va oltre le sole strategie, rappresenta il nostro “perché”, la spinta che ci anima quotidianamente. Frutto di oltre 10 anni di esperienza nel campo dentale, il metodo “Generare Valore” poggia su cinque pilastri fondamentali che garantiscono l’equilibrio di uno studio dentistico di successo.



**MARKETING**



**WEB MARKETING**



**CONTROLLO DI GESTIONE**



**RISORSE UMANE**



**CUSTOMER EXPERIENCE**



ideandum®

# 1. MISSION E VALORI

**Mission e Valori** sono due termini tra i più astratti, abusati e fraintesi del lessico aziendale, ma per lo più **sconosciuti all'interno degli Studi Dentistici** e delle Strutture Odontoiatriche.

## **COSA SONO MISSION E VALORI? COSA ESPRIMONO QUESTI DUE CONCETTI?**



**La Mission vi dice esattamente dove state andando.**



**I valori descrivono i comportamenti che vi porteranno a quella meta.**

La mission e la vision, ossia le 2 colonne portanti principali, fungono **da faro sia per l'Azienda che per i Professionisti che la compongono**. Questi importanti elementi, devono essere frutto di attente riflessioni.

## COME SCRIVERE UNA MISSION DI SUCCESSO?

Una Mission ufficiale ed efficace deve rispondere a una domanda:  
**“Cosa intendiamo vincere in questo Business Odontoiatrico?”**

### **Andiamo più al concreto**

Mission come “Lo Studio Dentistico XXX apprezza la qualità e il servizio” oppure “La Struttura Odontoiatrica XXX è orientata al paziente” sono abusate da oltre il 50 per cento delle strutture ricettive. Quale Studio Dentistico non apprezza la qualità e il servizio o non si concentra sui suoi pazienti?

**Una mission che vince potrebbe essere: “Seguire l’innovazione tecnologica al fine di offrire la massima qualità estetica e funzionale offrendo Servizi Odontoiatrici a 360°”.**

## Caratteristiche della mission

- *Espressa in positivo*
- *Formulata in maniera concisa*
- *Contenere affermazioni relative all’essere e al fare*
- *Essere provata, sperimentata, realizzabile*
- *Parole cariche emozionalmente*

## VALORI

I valori non sono altro che i **comportamenti**, sono il come della mission, il mezzo che conduce al fine: vincere!



Valori come l'integrità, la qualità, l'eccellenza, il servizio e il rispetto proposti nel proprio Studio Odontoiatrico, danno l'impressione di essere stati ricopiati da un elenco generico di virtù.

I valori sono fonte di forza, perché danno a chi li possiede il coraggio di agire. Sono radicati nel profondo e legati all'emotività e quindi spesso difficili da cambiare.



Procurano ai dipendenti dello Studio Dentistico un senso di appartenenza, di direzione comune e delle linee guida per il comportamento quotidiano.

## IL VALORE È AZIONE

Ognuno ha in mente un **significato differente** riguardo cosa sia l'onestà, il rispetto, la temperanza e altri valori utili all'interno di uno Studio Dentistico.

**Questi vengono messi in pratica mediante azioni: il valore è direttamente connesso al modo di comportarsi.**



### **Andiamo più al concreto**

Al fine di **individuare il corretto modo di comportarsi**, e quindi i valori su cui basarsi all'interno di uno Studio Odontoiatrico, è necessario stilare il codice di condotta. Si tratta di un **documento dove sono indicate regole chiare**, concrete e in un numero pari a 5 o 7 che il team deve seguire.

## Quanto valgono i valori nel tuo Team?

Ti è mai capitato di trovare per strada un portafoglio incustodito, probabilmente perso dal proprietario? Che cosa hai fatto? Lo hai restituito, oppure lo hai tenuto?



Se lo hai riconsegnato a chi di dovere, significa che hai interiorizzato il valore dell'onestà che ti hanno insegnato da piccolo. Hai messo in pratica un valore, mediante un comportamento automatico dettato dalla tua coscienza, che nessuno ti ha suggerito di compiere.



Queste dinamiche si presentano anche nel tuo Studio Dentistico: se il team di lavoro comprende che il valore dell'efficienza è importante, lo metterà in pratica senza che nessuno glielo suggerisca.



ideandum®

**2. COME FAR CHIUDERE  
LA LUCE E LE FINESTRE**

## QUALI SONO LE METODOLOGIE PER FAR SPEGNERE LA LUCE E CHIUDERE LE FINESTRE AL NOSTRO DENTAL STAFF?

La **gestione delle risorse umane** e la leadership nello Studio Dentistico prevede l'**organizzazione di tutte le attività** che fanno la differenza, e che rendono l'ambiente di lavoro organizzato e consapevole. Se non abbiamo una **buona capacità di leadership**, ci innervosiamo e creiamo tensione nel nostro Studio e con i Professionisti



Dobbiamo essere in grado di **chiederci cosa ho fatto o non ho fatto**, per far sì che nemmeno queste piccole cose non vengano seguite?

Dovrai fare il direttore d'orchestra del tuo Studio: assegna le **responsabilità per ogni macro e micro attività** ad uno o più Professionisti.



## Rendi il tuo Studio efficiente!

Vuoi imparare a fare delle corrette diagnosi e prognosi del tuo Studio Dentistico?



Vuoi migliorare la tua leadership verso il tuo Staff o i tuoi Pazienti?



Vuoi creare un brand riconoscibile e aumentare la tua visibilità del tuo Studio?



Segui tutti i nostri consigli per raggiungere i tuoi obiettivi: passo dopo passo riuscirai a raggiungere tutto ciò che ti eri prefissato.



## ORGANIZZATI COME UN'AZIENDA

Significa **avere chiarezza di quanto è organizzato il tuo Studio Odontoiatrico**. Forse non lo sai, ma ogni Azienda è **costituita da 5 reparti**.

5



L'errore comune che gli Studio Dentistici o i liberi Professionisti fanno è **pensare che sia eccessivo strutturare e organizzare la propria Azienda per reparti**. Scegliere di percorrere questa strada può risolvere, in molti casi, situazioni complesse.

**Suddividi il tuo Studio Odontoiatrico in 5 reparti, dove ogni reparto dovrebbe avere un Responsabile.**

# INTRODUCI IL CONCETTO DI COSTO ORARIO NEL TUO STUDIO DENTISTICO



## **Costi fissi**

Acquisto o affitto dell'immobile, spese condominiali, manutenzioni, arredi, attrezzature, strumenti, dipendenti, imposte, concessioni, consulenti, dipendenti, sicurezza e mille altre voci. L'insieme di questi costi viene comunemente indicato con la definizione di costi fissi.



## **COS (costo orario studio)**

Il COS (costo orario studio) può essere suddiviso per il numero delle poltrone, presenti nel tuo Studio Dentistico, per ottenere un indicatore ancora più utile: il Costo Orario per Poltrona (COP).



## **Gestione dell'agenda**

È importante dunque formare il Personale dello Studio Odontoiatrico ad una corretta gestione dell'agenda in modo tale da ottimizzare gli slot disponibili e saturarli con prestazioni che siano produttive e non "di comodo". Questo richiede una intensa attività di formazione interna e una attività di controllo costante.

# INTRODUCI IL CONCETTO DI COSTO ORARIO NEL TUO STUDIO DENTISTICO



## LE PERSONE: LA RISORSA PRINCIPALE DEL TUO STUDIO

Per una **gestione efficiente** ed efficace del tuo Studio Odontoiatrico è di fondamentale importanza l'organizzazione delle risorse umane, **la definizione dei ruoli e dei valori** che guidano l'operato ogni giorno. Ogni Azienda infatti è fatta di persone che prendono le loro scelte in base ai loro personali valori.

## COME DEFINIRE I VALORI INSIEME AI TUOI COLLABORATORI

**Fai scrivere ai tuoi Collaboratori i propri valori su un foglio.** Una volta stilato l'elenco, confronta insieme allo staff i valori ed elimina quelli che non rappresentano al meglio sia voi Professionisti che il vostro Studio Dentistico. Ne dovrà rimanere una lista di 4-5 valori che diventeranno i valori della tua Azienda.



ideandum®

## **3. COME CREARE UNA JOB DESCRIPTION**

La **Job Description** è uno strumento di **consapevolezza fondamentale** per la gestione delle risorse umane del tuo Studio Odontoiatrico.

È necessaria per:

- *Selezionare i Professionisti (definisce le caratteristiche richieste per svolgere i vari ruoli).*
- *Valutazione indica su quali compiti il dipendente deve essere valutato.*
- *Formazione indica su quali compiti il dipendente deve essere formato.*

## Contenuti della Job Description



- Ruolo
- A chi deve rispondere
- Finalità Aree di responsabilità
- Abilità personali (soft skills)

ideandum®

A photograph of three people (two women and one man) standing in a modern office environment. They are all smiling and looking towards the camera. The man in the center has his arms crossed. The background shows office furniture and a bright, airy atmosphere. The image is overlaid with a blue-to-pink gradient.

**4. GESTIONE DELLE  
RISORSE UMANE COME  
CATALIZZATORE DI  
ENERGIA POSITIVA**

**GESTIONE EFFICACE DEL PROPRIO STUDIO** significa avere chiarezza di: “chi fa che cosa”, delle tempistiche, dei flussi



Una consapevolezza che porta sicurezza, auto efficacia ed incremento di autostima nel proprio dental staff.



Una **gestione efficace ed ordinata del proprio Studio Odontoiatrico** garantisce le **tempistiche e le responsabilità di ciascuno** evitando anche la eventualità di conflitti di competenza. Un buon clima tra i Professionisti porta energia positiva e di conseguenza un Team auto motivato.



La **Leadership del Professionista** sarà la garanzia del benessere di un Team coeso, che produce un clima fortemente collaborativo nello Studio.

## DA CHI È FORMATO UN TEAM COLLABORATIVO?

- *Persone che sono pro attive.*
- *Persone che fanno domande e che lavorano con entusiasmo.*
- *Persone che provano soddisfazione per il loro lavoro.*
- *Persone che impiegano le loro energie per migliorare la qualità di vita dello Studio, dei pazienti e di loro stesse*



Nascono **momenti di condivisione di idee innovative** nello Studio Dentistico trasferendo al Paziente un effetto “wow”, ossia la sorpresa di quanto si possa stare bene.

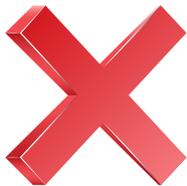
Tutto questo contribuisce inoltre a **risolvere con rapidità** gli eventuali imprevisti e quindi la rapidità del “problem solving”.



## Le 5 domande per una gestione efficace:



*Cosa devo fare per aumentare la consapevolezza delle mie risorse?*



*Quali sono gli sprechi nello Studio Dentistico e cosa devo cambiare per ridurli?*



*Che tipo di situazioni risultano complicate da risolvere nello Studio e quali sono le cause? Come intervengo per eliminarle?*



*Quali segnali ricevo dal mio Staff per capire che sono o no un buon Leader?*



*Cosa gradirei sentirmi dire dal mio Staff?*



ideandum®

## **5.IL CICLO DI DEMING**

È un modello di **controllo qualità** sistematicamente migliorabile attraverso l'ottimizzazione dei processi **PLAN - DO - CHECK - ACT** applicabile nel tuo Studio Dentistico.



**PIANIFICA**



**FAI**



**VERIFICA**



**AGISCI**



### ESEMPIO DI APPLICAZIONE NEI “PROTOCOLLI”

**Plan:** stesura dei protocolli operativi dei processi primari e secondari dello Studio.

**Do:** applicazione dei protocolli per due mesi.

**Check:** valutazione sia da parte dei Titolari che dello Staff “pro e contro” della decisione.

**Act:** adattamento dei protocolli sulla base di quanto emerso.

### ESEMPIO DI APPLICAZIONE NELLA “GESTIONE DELLE PERSONE”

**Plan:** applicazione dei Brief settimanali ogni Venerdì pomeriggio nel tuo Studio.

**Do:** applicazione dei Brief ogni 4 settimane.

**Check:** valutazione dell'efficacia del brief.

**Act:** riprogrammazione del brief (stessa modalità ma giorno diverso).



ideandum®

## **6.LA CULTURA DEL FEEDBACK**

È **importante usare il feedback** poiché, come indica la stessa parola tradotta dall'inglese, nutre la persona affinché cresca e maturi nel tempo.

Esistono alcuni fattori utili da **tenere in considerazione**, prima di dare un feedback.



Dichiarare apertamente che si desidera esprimere un feedback. Il Professionista, essendosi preparato a riceverlo, sarà più predisposto ad ascoltarlo ed eviterà il rifiuto a priori.



Si deve scegliere il giusto momento per condividere il proprio commento, al fine di darne maggiori spiegazioni.



Infine, il feedback deve essere dato sul comportamento e non sulla persona, contestualizzandolo in maniera specifica.

Spesso si condivide il proprio feedback tra i Collaboratori solo nei casi in cui vi siano dei comportamenti negativi da rivedere, **ma è bene trattare anche dei comportamenti positivi al fine di darne maggior valore.**

ideandum®



## **7.1 TRE PILASTRI DELLA COMUNICAZIONE**

Con **Comunicazione** si intende la relazione che avviene tra un **emittente e un ricevente**, nel tuo Studio Dentistico ad esempio, dove l'emittente invia un messaggio, mentre il ricevente lo riceve. Quest'ultimo, a sua volta emetterà un messaggio. Si crea quindi una comunicazione circolare.

Si deduce quindi, come indica **il primo assioma della comunicazione**, che è impossibile non comunicare. Mediante la comunicazione verbale, para verbale e non verbale tu e il tuo team di Professionisti comunicate continuamente.

È necessario **conoscere gli strumenti per regolare la comunicazione che nel tuo quotidiano ti permetteranno di gestire i rapporti all'interno del tuo Studio Dentistico.**



Questi sono detti i 3 pilastri e sono:



**ASCOLTO  
ATTIVO**



**RESPONSABILITÀ**



**GESTIONE  
DEL TEMPO**

## ASCOLTO ATTIVO

### EMPATIA

L'ascolto attivo, di te stesso e degli Professionisti, è alla base della comunicazione. Serve per entrare in empatia con la persona con cui si sta dialogando, creando così una relazione autentica dove non esistono barriere comunicative. Il clima lavorativo nel tuo Studio Dentistico ne gioverà.

01



02



### RIFORMULAZIONE

Un altro metodo per creare una relazione autentica è la riformulazione: se ripeti i concetti che un tuo Collaboratore ha esposto, permette di rendere ogni parte della comunicazione chiara ed efficace.

### NON PENSARE ALLA RISPOSTA

Infine, ascoltare significa avere la mente libera di recepire ogni informazione emessa dal mittente. Se eviti di pensare alla risposta mentre stai ascoltando il tuo Paziente, comprenderai al meglio il messaggio inviato.

03



# RESPONSABILITÀ

Il Dentista, come ogni Professionista, è **responsabile di rendere comprensibile il messaggio inviato al ricevente**, ossia al proprio Paziente. Si tratta quindi di essere responsabile dell'ascolto. Per rendere semplice la comprensione del messaggio, è necessario decidere, in modo accurato, che cosa, come e quando dire le informazioni.



## Scelgo cosa dire

È necessario scegliere bene cosa dire per evitare di fare confusione. Discuti un solo argomento alla volta con il tuo Paziente: è propedeutico alla comprensione del messaggio che esponi.

## Scelgo come dirlo

In che modo veicoli il messaggio?  
L'espressione, il tono di voce e il movimento del corpo sono gli elementi coi quali si comunica. Utilizzali nel modo adeguato nei confronti dei tuoi Pazienti.



## Scelgo quando dirlo

Tieni sempre conto di tantissimi aspetti del tuo team (temporali, psicologici...).

## GESTIONE DEL TEMPO

**Il terzo pilastro della comunicazione** è la **gestione del tempo**. Per condividere informazioni di poca rilevanza, possiamo scegliere un tempo breve, come una pausa tra un Paziente e l'altro, oppure di fronte a un caffè. Per tutte le altre comunicazioni, è necessario dedicare il giusto tempo e verificarne la corretta comprensione



Il tempo, oltre ad essere un fattore rilevante per la comprensione del messaggio, **è anche uno strumento che permette di rendere i tuoi collaboratori importanti** poiché stai dedicando loro la tua attenzione.

ideandum®

## **8.1 TRE ERRORI DELLA COMUNICAZIONE**



A causa dei tre errori tipici e comuni nella comunicazione, questa può **risultare inefficace** e può dare un esito che non ci aspettiamo tra i membri del nostro Dental Team. **Può impedirci inoltre, di acquisire e trasmettere delle informazioni importanti.**



CHIUDERE IL  
CERCHIO



LEGGERE LA  
MENTE



IL PREGIUDIZIO



## **Chiudere il cerchio**

Il primo errore della comunicazione risponde al desiderio di chiudere il cerchio a livello mentale, ossia di chiudere frasi o significati di sensi che erano rimasti aperti. Si dice errore perché, probabilmente, il Dentista non avrebbe né chiuso né attribuito quei significati al messaggio recepito.



## **Leggere la mente**

Evitare di dare per scontato dei concetti è fondamentale, tanto quanto porre le giuste domande per comprenderli totalmente. Durante un dialogo, lascia il tempo adeguato sia per permettere al tuo Paziente di concludere il discorso che per darti modo di recepire il concetto appena esposto.



## **Il pregiudizio**

Nell'ambito della comunicazione, i pregiudizi ci portano fuori strada. Dobbiamo aprire la mente ad altri sensi, poiché anche le altre persone hanno le loro esperienze, vissuto e di conseguenza, il loro piccolo mondo.



ideandum®

## **9. PILLOLE DI LEADERSHIP**



Mentre un Capo viene seguito per il suo stile autoritario, il **Leader viene seguito da un Team che crede in lui e che lo sostiene**. Il team deve credere nel Dentista di riferimento.



Infatti il **Dentista deve crescere con il Team**, aggiornarsi continuamente, ascoltare e coinvolgere il proprio **Dental Team**, incoraggiare e incentivare i punti di forza di ognuno, parlare al gruppo di lavoro del suo Studio e non teme di condividere le proprie debolezze o difficoltà.

**Le caratteristiche di un Leader sono:**



**Autenticità**



**Coerenza**



**Credibilità**



**Competenza**



**Affidabilità**



**Causatività** (Essere il propulsore, la causa del cambiamento)



**Delegante** (Grazie alla conoscenza di tutti i processi, alla buona relazione con personale e colleghi, ed alla fiducia reciproca generata nel tempo)

A young man and woman in medical scrubs, smiling, with the man wearing gloves and holding a white bag.

ideandum®

# 10. PASSAGGIO GENERAZIONALE

Il passaggio generazionale dello Studio Odontoiatrico è una **fase che va presa seriamente**, con coscienza e con i tempi adeguati, facendosi aiutare da una figura esterna che mette in relazione le due generazioni di Dentisti.

Le fasi per attuare il passaggio generazionale **sono tre**:

## **ANALISI**

Analizzare e scegliere sia gli strumenti già nel proprio Studio che sono al passo coi tempi attuali, che gli strumenti da evolvere e mancanti che possono essere inseriti dalla generazione di Professionisti entrante generando nuove opportunità.

The number '01' is rendered in a large, outlined font. The '0' is a simple circle, and the '1' is a vertical bar with a small top serif. The numbers are filled with a multi-colored gradient from blue to red.The number '02' is rendered in a large, outlined font. The '0' is a simple circle, and the '2' is a vertical bar with a curved bottom. The numbers are filled with a multi-colored gradient from blue to red.

## **STRATEGIA**

Individuare una strategia e programmare i prossimi passaggi per gestire al meglio i plus derivanti della nuova situazione generata.

## **PASSAGGIO DI TESTIMONE**

Attraverso una timeline definita dalla guida, si predispongono delle tempistiche adeguate per permettere il passaggio generazionale dello Studio Dentistico senza intoppi, procedendo per obiettivi e analisi.

The number '03' is rendered in a large, outlined font. The '0' is a simple circle, and the '3' is a vertical bar with a curved bottom and a small top serif. The numbers are filled with a multi-colored gradient from blue to red.

# ideandum®

*Esperti nel settore dentale e medicale per creare  
un innovativo ponte di comunicazione tra il  
paziente, il professionista e l'azienda*

[SCRIVICI SU WHATSAPP](#)

[www.ideandum.com](http://www.ideandum.com) | 0444 351203



[PRENOTA IL CONFRONTO  
CON FABIO FUSAI](#)



[PRENOTA IL CONFRONTO  
CON ELENA DAL LAGO](#)

## GENERARE VALORE

Scopri le strategie vincenti e i segreti della  
comunicazione per portare il tuo Studio Dentistico a  
un livello superiore.

[SCARICA LA BROCHURE](#)