

# Temarios y contenidos para ponencias, cursos y workshops

**Daniel Izquierdo Hänni**  
Creador de Swiss Dental Marketing



# Emotional Dentistry

De forma consciente e inconsciente, las emociones influyen de forma considerable en la toma de decisiones del ser humano, según la «Teoría del Iceberg» hasta en un 80%. De hecho, las personas racionales al 100% solo existen en la televisión: quizás el Dr. Spock de la serie «Star Trek» o Sheldon Cooper de «The Big Bang Theory».

Justamente en un entorno tan susceptible como la odontología, estas sensaciones individuales y percepciones subjetivas no se deben de menospreciar ya que son decisivas en el momento de aceptar un plan de tratamiento o iniciar una divulgación boca-a-boca con éxito.

¿Por qué es así? ¿Qué factores debe tener en cuenta y que acciones puedo iniciar? Esta ponencia no solo pretende informar y aclarar, sino también motivar a optar por una odontología más enfocada en las emociones de los pacientes.

Tipo presentación	Ponencia
Duración	Entre 60 y 90 minutos
Ámbito	Congresos, ferias, eventos con clientes
Target	Todo tipo de profesional de la odontología
Anotación	Ponencia también en inglés



# Experiencia de marca: ¿Cómo transmitir los valores de la clínica?

La saturación mediática tiene como consecuencia que la publicidad convencional así como el marketing digital estén llegando a sus límites. Ante este hecho cada vez más empresas optan por la «brand experience», buscando formas de transmitir sus valores de forma directa, impactante y sostenible. Las tiendas de Nespresso o los Starbucks Coffee Shops son dos buenos ejemplos para ello.

En el mundo de las clínicas dentales, la experiencia de marca ofrece grandes oportunidades: no solo ayuda a transmitir de forma sostenible los valores y la competencia de la clínica, sino compensa los argumentos médico-científicos, difíciles de entender, con conceptos que los pacientes si son capaces de procesar y entender (de forma subconsciente).

Transmitir esta experiencia de marca no es tan complicado, como demuestra esta ponencia.

Tipo de presentación	Ponencia, workshop
Duración	60 – 90 minutos, media jornada, jornada entera
Ámbito	Congresos, ferias, formación continua
Target	Todo tipo de profesionales de la odontología



# Informar, dialogar y convencer de forma profesional.

En una cuestión tan compleja como la odontología no es suficiente «hablar» con los pacientes, para que la conversación sea realmente exitosa hace falta tener en cuenta aspectos fundamentales de la comunicación humana.

¿Cuáles son las palabras adecuadas para usar con este determinado paciente? ¿Hasta que punto uno domina la retórica? ¿Se tiene en cuenta la coherencia de la cadena argumentativa? ¿Y hasta donde uno es consciente de la comunicación no-verbal?

Muchas preguntas, teóricas y practicas, que esta ponencia ayuda a contestar.

Tipo presentación	Ponencia, workshop
Duración	60-90 minutos, media jornada, jornada
Ámbito	Congresos, formación continua
Target	Todo tipo de profesional de la odontología
Anotación	Conjuntamente jefe clínico y equipo



Temario/título

# Gestión de RRHH y liderazgo en la clínica dental.

Teniendo en cuenta el alto grado de influencia que tiene un buen equipo en la atención y satisfacción de los pacientes, los RRHH tienen que ser gestionados de forma profesional y proactiva.

Además, en las clínicas dentales las jerarquías suelen ser bien definidas. Justamente por esta razón es imprescindible saber como liderar su equipo de forma que este desarrolle toda su capacidad. No todos son líderes natos, sin embargo existen una serie de aspectos que uno puede adquirir.

Tipo presentación	Workshop
Duración	Media jornada
Ámbito	Formación continua
Target	Titulares de clínicas y dentistas con colaboradores a su cargo



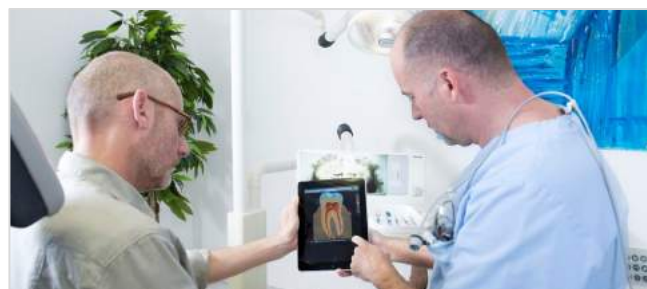
# ¿Como mejorar la aceptación de presupuestos?

Cuanto mas alto es el presupuesto para un tratamiento bucodental, más espinosa se presenta la conversación con el paciente. Hay que averiguar la verdadera motivación del paciente, usar los argumentos adecuados e involucrar de forma proactiva a los «influencers».

También la redacción de los presupuestos, generalmente indescifrables para los pacientes y sus familiares, deben de estructurarse y redactarse de una forma mas entendible si se pretende que el paciente los acepte.

Aunque los odontólogos nieguen la comparación, pero al aceptación de una intervención bucodental costosa poco se diferencia de la compra de un coche.

Tipo presentación	Curso, workshop
Duración	Media jornada, jornada entera
Ámbito	Formación continua
Target	Dentistas-titulares y todo aquel profesional, que asesora a pacientes



# Emprendedores: ¿Como encuentro mi hueco en el mundo dental?

Poner en marcha su propia clínica dental no es nada fácil. No solo hace falta un espíritu emprendedor y un crédito bancario, sino también una serie de conocimientos que no suelen aprenderse durante la carrera de odontología.

Da igual si traspaso o creación nueva, los aspectos de marketing como el posicionamiento, la estrategia de mercado o la táctica publicitaria tienen que ser correctamente elaborados para poder encontrar su propio lugar en un entorno realmente competitivo.

Este curso se dirige a todos aquellos odontólogos que se plantean la idea de independizarse, así como aquellos que ya se han lanzado a la aventura.

Tipo presentación	Workshop
Duración	Jornada entera
Ámbito	Formación continua
Target	Odontólogos emprendedores



# Más temarios y contenidos

## **El viaje del paciente – cronología de una visita al dentista**

Marketing dental desarrollado de forma realmente practica y sencilla.

## **Marketing interno – liderazgo en la clínica dental**

Aspectos fundamentales de la gestión de RRHH.

## **Oportunidad de marketing dental infravalorada – la propia base de datos**

Concienciar del potencial que ofrece una buena gestión de las fichas de los pacientes.

## **Posicionamiento y diferenciación de la clínica dental**

¿Por qué razón los pacientes deben de acudir justamente a mi clínica? ¿Cómo logro diferenciarme frente a odontólogos competidores?

## **Análisis de situación y definición de objetivos**

¿Dónde estoy? ¿Y a donde quiero ir? Explicaciones y ejercicios para dejar sentadas las bases del proyecto de futuro.

## **Gestión de quejas y reclamaciones**

La mejor oportunidad para crear un paciente de por vida es una gestión de reclamaciones bien estipulada y proactiva.

## **Concepto de publicidad (digital) para una clínica dental**

Elaboración, paso a paso, de una estrategia de comunicación con éxito-





**Swiss Dental Marketing**

Daniel Izquierdo Hänni

Teléfono (0034) 600 75 31 36

info@swissdentalmarketing.com

España: C/San Vicente Mártir 306-10A, 46017 Valencia

Suiza: Erlensträsschen 61, 4125 Riehen/Basel