

Really New Minds

Corsi di alta formazione Gestire la comunicazione nell'attività odontoiatrica

Dalla comunicazione interpersonale al web



University of Teramo
Spin-Off Company
for a changing world



In partenariato con



Venerdì 27 settembre 2019-Terni-Hotel Tulipano

L'empowerment odontoiatrico: supporto e leva di marketing etico

Nel primo corso, "Comunicare in studio" ci siamo addentrati nel mondo della comunicazione interpersonale e abbiamo gettato le basi (concetti chiave, problemi, strategie, tecniche), per gestirla consapevolmente nei rapporti con pazienti e utenti e tra operatori. Nella discussione sono emerse alcune problematiche ricorrenti, in cui un approccio col paziente basato sull'empowerment può essere risolutivo.

Il secondo corso verte proprio su tutto quel lavoro comunicativo teso all'empowerment del paziente, che lo aiuta a orientarsi nell'informazione del settore, essere bene informato, capace di padroneggiare i propri problemi odontoiatrici e dialogare con chi lo cura. Questa attività comunicativa richiede abilità a volte non facili da sviluppare, ma è particolarmente utile nel mondo di oggi, specie in un ambito quale quello odontoiatrico, non solo perché è un ottimo modo di conciliare aspetti economici e di assistenza sanitaria e rendere sinergici marketing e etica sanitaria, ma anche perché qui ci sono condizioni favorevoli.

Obiettivi

Il corso mira a fornire in prima battuta conoscenze di base sull'empowerment in sanità, su come questo comporta un diverso approccio e un diverso modo di comunicare col paziente e a sensibilizzare all'utilità dell'approccio dell'empowerment in odontoiatria.

Mira poi a favorire il necessario cambiamento di mentalità e a sviluppare specifiche abilità, in particolare comunicativo-relazionali, utili affinché dal lavoro di empowerment traggano giovamento al tempo stesso pazienti e attività professionale nei suoi vari aspetti.

Altro obiettivo è orientare nelle problematiche del marketing alla luce della peculiarità del settore e fornire suggerimenti operativi.

Impostazione didattica

Dato che si punta allo sviluppo di *formae mentis* e abilità, sarà dato particolare rilievo all'integrazione di teoria e pratica (più che nel primo corso). I momenti di lezione frontale e discussione si alterneranno a momenti di focus group e esercitazioni. I focus group consentono di analizzare le esperienze fatte e leggerle con le chiavi concettuali apprese. Le esercitazioni consentono di apprendere, automatizzare e arrivare a controllare flessibilmente specifiche tecniche e competenze comunicative. Seguiranno il procedimento consigliato per lo sviluppo di skills: 1) sensibilizzazione al valore delle abilità da sviluppare 2) apprendimento teorico dell'attività 3) osservazione di altri all'opera 4) esercitazione 5) riflessione sul proprio operato e ripresa teorica. Si

ricorrerà a simulazioni di interazioni comunicative di interesse professionale, scelte anche sulla base di quanto emerso nei focus group. Grazie all'uso di telecamera e alla revisione dei video si sfrutterà l'effetto sé-altro, particolarmente utile per l'autocorrezione e il miglioramento di skills.

Docenti

Parisio Di Giovanni, medico, professore di psicologia presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo, direttore scientifico dello Spin-Off Really New Minds. Marco Galdenzi, esperto di marketing, docente presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo.

Programma

Venerdì 27 settembre - Terni - Hotel Tulipano

Ore 9-10 Lezione e discussione

Vantaggi di fare empowerment e decisione condivisa

Che cos'è l'empowerment. Empowerment in medicina: ragioni e barriere. La pratica dell'SDM: ideale o realtà? Benefici che se ne possono trarre nell'attività odontoiatrica. Peculiarità dell'odontoiatria: un ambito in cui si può essere all'avanguardia?

Ore 10-10.45 Lezione e discussione

Un'arte da sviluppare

Ripensare la professionalità. Aiutare i pazienti a ripensare il servizio. Adattare gli script comunicativi: dall'asimmetria alla simmetria.

Ore 10.45 Coffee break

Ore 11-12.15 Focus group e esercitazione

Comunicare sulle cure

Ore 12.15-13.30 Focus group e esercitazione

Comunicare il preventivo

Ore 13.30 Pranzo

Ore 14.30-15.30 Lezione e discussione

Il marketing dei servizi in odontoiatria

Caratteristiche dei servizi. Intangibilità, eterogeneità e inseparabilità. La percezione della qualità, l'importanza delle aspettative. Il modello dei gap.

Ore 15.30-16 Lezione e discussione

Ottenere un posizionamento distintivo per differenziarsi dalla concorrenza

Analisi del mercato e della concorrenza. Come segmentare il mercato. Il concetto di posizionamento.

Ore 16 -17 Lezione e discussione

Gli strumenti operativi per differenziarsi

Il pacchetto di servizi. Il ruolo degli elementi tangibili: attrezzature ed apparecchiature tecnologiche. La formulazione dei preventivi. Strumenti di comunicazione. Cosa comunicare e come. Il ruolo dell'informazione sanitaria. Come utilizzare il web?