

Il passaparola per un dental team di successo

Davis Cussotto
Erika Leonardi

Autori

Davis Cussotto

Odontoiatra libero professionista (Asti).
Giornalista pubblicista collaboratore di Odontoatria33

Erika Leonardi

Consulente, formatrice e autrice di testi manageriali
Esperta di gestione dei servizi, gestione dell'organizzazione aziendale, comunicazione

Presentazione

In anni contrassegnati dal proliferare delle cliniche dentali e dal turismo odontoiatrico, gli studi odontoiatrici di valore per continuare a prosperare devono investire su qualità clinica, competenze organizzative e capacità relazionali. Se ben armonizzati tra loro, questi sono i fattori chiave per pazienti soddisfatti che diventeranno spontaneamente "apostoli" pronti a testimoniare il loro giudizio positivo presso amici, familiari, estranei.

È questa la forza del passaparola, il canale di marketing più potente su cui contare. Il **passaparola** è la voce diretta di chi ha ricevuto ascolto ed empatia in ogni fase del rapporto (pre-servizio, fase clinica, post-servizio), grazie anche a un **dental team** attento e coinvolto, dove tutti giocano la loro parte. È il racconto di un cliente felice che sceglie di condividere la propria esperienza e le proprie emozioni con gli altri, di persona o sempre più spesso online, dove il processo va adeguatamente monitorato e gestito. Online infatti il cosiddetto word of mouth si trasforma nell'ancor più potente word of click, il passaparola digitale tipico dell'Influencer marketing. Essenziale diventa quindi la cura della propria presenza in rete grazie agli strumenti offerti da Google, l'uso dell'email, gli ormai irrinunciabili sito web e fanpage Facebook, senza trascurare le app di messaggistica come WhatsApp.

Punti di forza (riservato - non pubblicabile)

- ✓ Ottimo riscontro complessivo della collana Odontoatria33, i cui titoli a breve distanza dall'uscita sono stati già ristampati;
- ✓ Dopo il precedente e fortunato titolo incentrato sul Digital Marketing, il primo libro interamente dedicato al passaparola in odontoiatria, tema strettamente legato alla gestione dello studio e al "team building" con i collaboratori;
- ✓ Nello stile pratico e diretto della collana, il libro è ricco di casi tratti dall'esperienza reale degli autori; le domande di autovalutazione poste in fondo al libro permettono al lettore di testare subito le conoscenze acquisite.



Scheda del libro

Prima edizione

Formato: 17 x 24

Brossura | **Colori**

Pagine 112

Prezzo: 14,90 euro

ISBN 978-88-214-4735-8

eISBN 978-88-214-4736-5

Maggio 2018

A chi si rivolge

Odontoiatri (circa 45.000), igienisti (circa 6.000), assistenti di studio odontoiatrico (circa 95.000)

Dal nostro catalogo

Cussotto D., Matteuzzi J., **DIGITAL MARKETING PER ODONTOIATRI. Farsi scegliere dal paziente sul web**

Mariani C. **IL PREVENTIVO NELLO STUDIO DENTISTICO. Comunicare con il paziente in modo efficace e convincente**