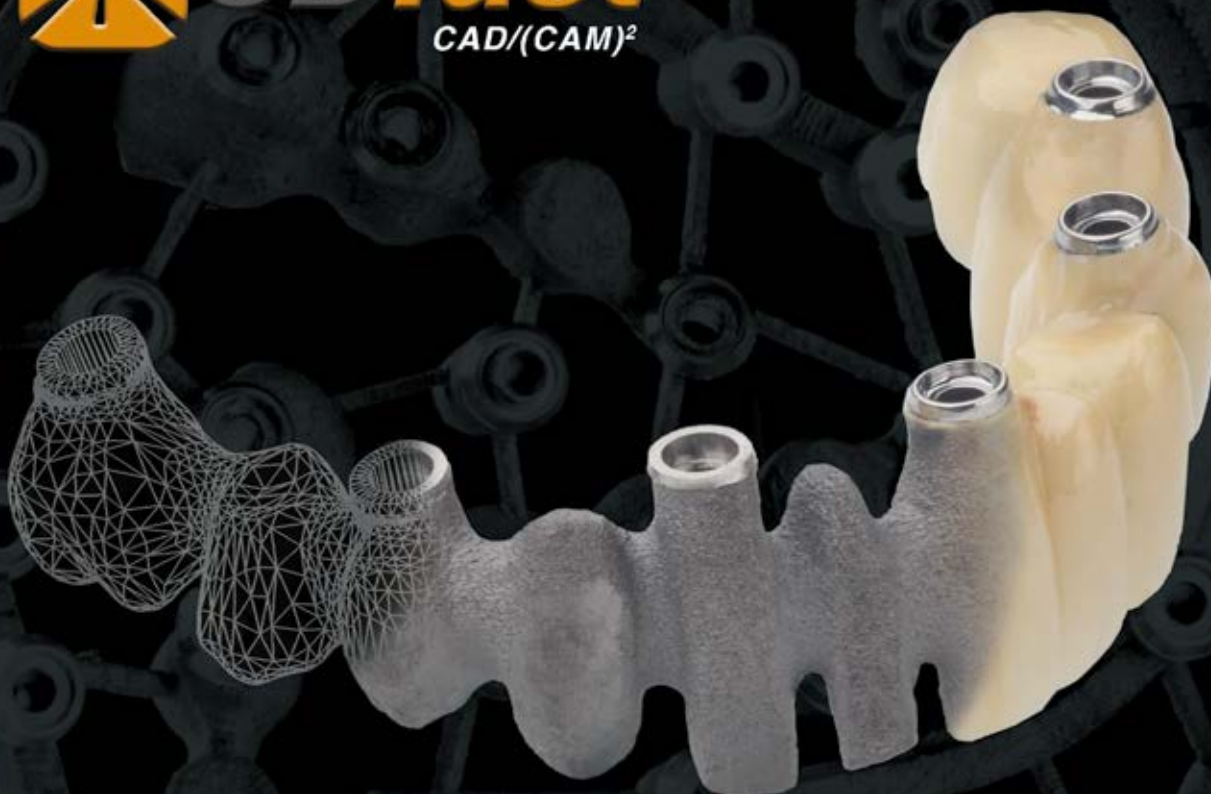


# INFODENT®

MENSILE D'INFORMAZIONE MERCEOLOGICA DENTALE

 **3Dfast**  
CAD/(CAM)<sup>2</sup>



**MELTING + MILLING = (CAM)<sup>2</sup>**  
NEW DENTAL HYBRID TECHNOLOGY

## A CONFRONTO

- SCANNER INTRAORALI
- SCANNER DA BANCO
- MATERIALI DIGITALI

## LE RUBRICHE

Sondaggi/Approfondimenti/Agenda  
Corsi e Congressi/Focus prodotto/  
Odontoiatria digitale/Dalle Aziende/  
Comunicati/Annunci economici



SCOPRI  
PERCHÈ  
IL DIGITALE  
PUÒ ESSERE  
FACILE



## Pianificazione strategica dello studio

Sistema informativo strutturato e qualità dei dati



**Dott. Roberto Rosso**

*Consulente di Marketing, Fondatore e Presidente di KEY-STONE, azienda specializzata da 15 anni nel marketing e ricerche di mercato in particolare nel dentale e che collabora con le più importanti aziende del settore. Ricercatore e formatore in comunicazione, marketing e vendite, è autore di numerose pubblicazioni e docente presso il Master in Marketing e Comunicazione della Facoltà di Economia dell'Università di Torino.*

I professionisti di micro imprese come gli studi dentistici spesso prendono decisioni guidati da sensazioni ed emozioni soggettive, basandosi su informazioni ridotte e non elaborate. Se osserviamo da un punto di vista manageriale questa tendenza dei titolari ad "agire di pancia", il rischio in cui incorrono è di interpretare la realtà e le poche informazioni a disposizione attraverso il pregiudizio (quello che in psicologia viene definito "*bias cognitivo*"). Sotto l'influenza di questi limiti cognitivi, infatti, i problemi non vengono esplorati nella loro completezza e le evidenze che contraddicono l'opinione iniziale vengono ignorate, dando un peso eccessivo alle esperienze passate. Spesso succede quindi che il soggetto decisore si accontenta di soluzioni "soddisfacenti" invece di puntare a quel-

le ottimali per la sua situazione: al centro di questa visione si trova il concetto di *razionalità limitata* coniato dal premio Nobel Herbert Simon. In sostanza, prendere decisioni razionali non è sempre semplice perché la capacità decisionale dell'individuo è condizionata da diversi limiti, tanto da quelli propri (capacità della memoria e di elaborazione dei dati, tempo di attenzione e a disposizione), quanto dalla complessità dell'ambiente circostante e delle informazioni a disposizione.

**Limare il pregiudizio cognitivo e massimizzare i risultati, significa prendere decisioni imparziali basate sull'analisi approfondita dei dati. Maggiore è la disponibilità di queste informazioni, più oggettive ed efficaci saranno le decisioni.**

La qualità dei dati a disposizione dello studio dentistico diviene quindi un aspetto cruciale a tale scopo: un'accurata raccolta e un corretto inserimento delle informazioni nei sistemi gestionali, sono azioni utili solo se tale bagaglio informativo viene elaborato successivamente tramite analisi dedicate.

**Solo se organizzati e uniformati, i dati possono trasformarsi in valore.**

A tale proposito, lo studio dentistico è una piccola azienda che gestisce una rilevante mole di dati per la gestione dell'attività clinica e amministrativa dello studio. Le informazioni archiviabili in un software gestionale o in un'altra tipologia di sistema elettronico, riguardano diversi aspetti:

- **Dati socio-demografici del paziente**, per mappare ogni cliente e organizzare le informazioni relative in un database strutturato (Customer Relationship Management).
- **Numero di prestazioni**, segmentabili per tipologia e operatore.
- **Tempi delle prestazioni**, di grande impatto nei costi operativi e nel controllo di gestione.
- **Valori dell'effettuato**, che forniscono indicazioni fondamentali per le analisi economiche.
- **Analisi di efficacia commerciale**, in particolare in merito ai tassi di accettazione dei pazienti.

Generalmente le funzionalità che permettono di raccogliere e successivamente elaborare questi tipi di informazioni riguardano la gestione dei pazienti (es. anagrafica pazienti, cartella clinica) e dello studio dentistico (es. operatori, listini), l'agenda (appuntamenti, prestazioni, tempi), la contabilità e il magazzino: questi dati sono preziosi perché permettono sia di conoscere i propri clienti sia di realizzare statistiche e analisi mirate sulla profittabilità, sulle prestazioni effettuate e le performance dei professionisti, sull'efficienza dei processi e sulla soddisfazione dei pazienti, nonché proiezioni prospettiche.

**Infatti, solo se raccolti e correttamente registrati, i dati sono elaborabili in modo da permettere di prendere decisioni strategiche per aumentare la redditività dello studio dentistico e fidelizzare i pazienti.**

Un esempio concreto di utilizzo dell'informazione in termini di valore è la definizione degli indicatori di performance come la *Patient Retention*. Questo tasso identifica le attività e azioni mirate al mantenimento del maggior numero possibile di pazienti ed è quindi complementare al tasso di abbandono. Per il calcolo del tasso di Patient Retention sono necessarie alcune informazioni registrate nel sof-

tware gestionale:  $PRR = (F-N)/I \times 100$   
Dove, supponendo che il periodo investigato sia 1 anno:

**I = n° di pazienti all'inizio dell'anno**  
**F = n° di pazienti alla fine dell'anno**  
**N = n° dei nuovi pazienti acquisiti durante l'anno**

Ad esempio, ipotizzando di aver trattato 100 pazienti all'inizio dell'anno, di aver acquisito 20 nuovi pazienti e di aver chiuso l'anno con 90 pazienti:  $PRR = (90-20)/100 \times 100$ . Lo studio presenta un tasso di *Patient Retention* durante l'anno del 70% e, di conseguenza, un tasso di abbandono durante l'anno del 30%.

Considerando la quantità di dati accumulabili da uno studio dentistico e la loro potenzialità, è facile capire che in presenza di errori, difetti, imprecisioni o mancanze, le informazioni registrate non possono essere sfruttate nel modo migliore e lo studio perde opportunità di analisi, sviluppo e crescita. Spesso segretarie, assistenti e medici, nonostante l'impegno e la buona volontà, impiegano molto tempo per archiviare dei dati che poi si rivelano registrati in modo scorretto e quindi statisticamente inutilizzabili: comuni scritti manualmente in modo diverso senza attingere a una lista standard, campi codificati (es. la sigla di una prestazione) inseriti in maniera non uniforme perché "sporcati" da note di comunicazione, codici di appuntamento non univoci, indicazioni sull'operatore non segnalate etc. Gli esempi sono vari e ricorrenti.

Per correggere la base informativa di partenza, è quindi consigliabile utilizzare il metodo di estrazione dati del software gestionale proprietario: ciò permette di valutare extra sistema (ad esempio attraverso Excel) imprecisioni, omissioni o errori che possono ricorrere nella gestione dei dati, minandone seriamente la qualità.

Un **sistema informativo ben strutturato** a partire dalla raccolta e archiviazione dei dati, è la base per **l'analisi e il monitoraggio costanti** delle metriche (Key Performance Indicator) che consentono di valutare l'allineamento con gli obiettivi dello studio. L'elaborazione delle informazioni a disposizione, permette al professionista di avere **una visione chiara e oggettiva** di dove la propria attività si trovi in quel preciso momento e di pianificare quali cambiamenti siano strategicamente necessari per sviluppare e far crescere il proprio studio.

*Roberto Rosso per YouDentist S.r.l.  
Strategie di impresa per lo studio  
dentistico (Key-Stone Network)  
pressoffice@key-stone.it*