



AD

DENTAL BIOREGULATION | ATM SKIN



Dispositivi Medici INIETTABILI a base di COLLAGENE

È un dispositivo medico
CE 0373



GUNA S.p.a.
Via Palmanova, 71 - 20132 Milano - Italia
guna.it

TRENDS

Nuove dinamiche di acquisto nello studio dentistico del post Covid-19

La comodità di potere accedere a varie tariffe e a diversi produttori direttamente da casa hanno portato a una rapida crescita del fenomeno dei comparatori di prezzi.

pagina 12



Auguri da Dental Tribune per un 2022 di successi

Nell'ultimo numero del 2021, Patrizia Gatto, direttore responsabile di Dental Tribune Italia, augura ai lettori e alle aziende del settore un nuovo anno di crescita per tutto il comparto odontoiatrico, affinché possa diventare un efficace modello di riferimento per la ripresa economica del Paese.

> pagina 3





Scovolini TePe intera gamma sostenibile

80% di CO₂ in meno



ATTUALITÀ

Ridurre la dose di radiazioni in radiologia maxillo-facciale non altera l'efficacia diagnostica

2

MEETING & CONGRESSI

Pedodonzia: un approfondimento dalla prevenzione alla terapia

13

2022: lo stato dell'arte in odontoiatria

14

La terza rivoluzione in odontoiatria: i progressi inarrestabili del digitale

Patrizia Biancucci

Il prof. Carlo Mangano, tra i primi 50 al mondo con il maggior numero di pubblicazioni scientifiche in campo odontoiatrico, autore e coautore di 13 libri su tematiche di implantologia e biomateriali, nonché detentore di numerosi brevetti in implantologia, è un Medico Chirurgo, specialista in Odontostomatologia, Responsabile dell'Unità di Ricerca di Odontoiatria Digitale al San Raffaele di Milano, Visiting Professor presso l'Università UCAM di Murcia in Spagna, socio attivo IAO (Accademia Italiana di Osteointegrazione), ma soprattutto uno dei fondatori nel 2014 e attuale presidente della Digital Dentistry Society (DDS), una società scientifica internazionale che vanta già 10 mila iscritti nel mondo. In qualità di Presidente ha dato vita al Global Congress della DDS del 4-6 novembre 2021 a Cernobbio, il più grande e numeroso congresso scientifico internazionale al mondo in odontoiatria digitale, con 750 partecipanti provenienti da 50 Paesi e 34 relatori internazionali con una buona rappresentanza italiana. Tema del congresso "Il digitale può prevenire e risolvere i problemi clinici?" per dare risposte inequivocabili sul valore scientifico e clinico



del workflow digitale che non solo permette allo stato attuale di bypassare gli step tradizionali dell'analogo, ma ha proiettato i partecipanti nel futuro della cosiddetta "realtà aumentata". È grazie alle moderne tecnologie CAD/CAM se oggi è possibile progettare virtualmente e realizzare restauri protesici ed estetici impiegando la fresatura automatizzata o la stampa 3D utilizzando soltanto materiali bio.

A lui qualche domanda per saperne di più.

> pagina 4



Implanting Trust, Smile Again!

IS+

+ SEMPLICE
+ STABILE
+ VERSATILE



Scopri lo su **btk.dental** Guarda subito



AD

AD

Nuove dinamiche di acquisto nello studio dentistico del post Covid-19

Oggi la ricerca e l'acquisto online di prodotti e servizi sono senza dubbio delle abitudini diffuse e ormai consolidate. La comodità di potere accedere a varie tariffe e a diversi produttori direttamente da casa, nonché la ricerca sempre maggiore di risparmio e prezzi vantaggiosi, hanno portato a una rapida crescita del fenomeno dei comparatori di prezzi. Strumenti che pian piano si stanno diffondendo in vari settori dalle assicurazioni all'elettronica, dalla moda ai viaggi, etc. fino ad arrivare alla salute.

Comparatori di prezzi: quale futuro nel dentale?

I comparatori di prezzi permettono in maniera semplice e immediata di conoscere e confrontare i prezzi o le varianti di prodotto o servizio a cui l'acquirente è interessato, agevolando la scelta dell'offerta più adatta alle proprie esigenze. Inoltre, la possibilità di reperire le informazioni ricercate e leggere relativi commenti ed eventuali recensioni in un unico sito online porta a un notevole risparmio di tempo. Guardando alle aziende commercianti presenti su questi siti, i vantaggi sono diversi. Innanzitutto, gli utenti che navigano su un determinato comparatore di prezzi rappresentano un target altamente interessato a quanto offerto. In questo senso, questi strumenti rappresentano un canale di forte visibilità per i prodotti, per la promozione del brand stesso e quindi per l'acquisizione di nuovi clienti e l'aumento relativo delle vendite. Naturalmente l'azienda ha, inoltre, la possibilità di veicolare sia prodotti di nicchia per aumentarne la visibilità sia offerte specifiche per il canale, nonché di monitorare direttamente la concorrenza. Oggi i portali che agevolano la comparazione di prezzi e pubblicizzano le offerte dei vari venditori si sono ampiamente moltiplicati, così come i

loro fatturati. Senza dimenticare che sicuramente l'avvicinamento al mondo del commercio elettronico è stato incentivato anche dall'isolamento fisico e sociale dovuto alla pandemia che ci ha colpiti a livello mondiale. Se in alcuni comparti (cosmesi, elettronica, parafarmaci, ma perfino assicurazioni, mutui e beni di lusso), i comparatori dei prezzi hanno letteralmente cambiato le regole del gioco, il dentale è uno dei settori in cui la diffusione di tali portali è ancora in via di sviluppo. Recentemente Key-Stone ha realizzato alcune ricerche su quella che viene chiamata "customer journey" dei dentisti, ossia quali sono i meccanismi che portano il dentista a raccogliere informazioni sui prodotti e a decidere a quale fornitore rivolgersi. Queste ricerche, alcune quantitative realizzate su campioni statisticamente significativi di dentisti e manager di studi dentistici, e altre qualitative come i gruppi di discussione noti come "focus group", evidenziano un particolare interesse degli studi dentistici per ciò che riguarda gli approvvigionamenti, con delle differenze importanti nella valutazione di prodotti e fornitori. Innanzitutto, una cosa è il riordino di prodotti conosciuti e già utilizzati, per i quali l'utilizzo della rete appare più abituale, un'altra è la scelta di nuovi prodotti che, soprattutto se riferiti a procedimenti clinici, necessitano spesso di approfondimenti e confronto anche con i rappresentanti delle case e dei depositi, che continuano ad avere un ruolo centrale nella raccolta di informazioni. Solo per prodotti non utilizzati nei procedimenti clinici, come il monouso, i prodotti di igiene e disinfezione e alcuni tipi di strumentario, lo studio dentistico pare non avere particolari necessità di approfondimento e raccolta di informazioni, con una maggiore attenzione agli aspetti economici delle proposte dei

fornitori. Attraverso un'indagine realizzata su un campione di circa 300 studi dentistici, abbiamo approfondito in particolare l'utilizzo della rete in ambito professionale. I risultati relativi all'interesse dichiarato dagli studi dentistici verso una eventuale piattaforma online di comparazione dei prezzi e offerte di prodotti dentali di uso comune e abituale, sono sorprendenti. Oltre la metà dei rispondenti si è, infatti, dimostrato aperto e favorevole, a livello concettuale, verso queste tipologie di piattaforme. Un terzo del campione dichiara di svolgere già manualmente attività di comparazione online dei prezzi. Come confermato anche da recenti focus group organizzati da Key-Stone sul tema dei canali di acquisto, in diversi studi dentistici italiani, infatti, alcune risorse si occupano di questa attività cercando online uno a uno i prodotti e i relativi prezzi e mettendo a confronto in maniera "artigianale" le varie offerte per poi procedere con l'acquisto attraverso il canale più conveniente a parità di qualità. Un'attività che richiede un impiego di tempo decisamente impattante. È infatti proprio per una questione di riduzione dell'impegno di tempo e risorse necessarie per realizzare la comparazione manualmente che il 17% degli intervistati si dichiara interessato a una eventuale piattaforma online di comparazione dei prezzi, mentre il 14% ritiene che potrebbe essere una soluzione utile solo per alcuni prodotti, ma comunque presenta un'apertura in tale senso.

Gli studi dentistici più favorevoli sono quelli di dimensioni inferiori (70%). Questo fenomeno, analizzato in altre ricerche in modo più approfondito, è dovuto al maggior potere contrattuale degli studi dentistici più grandi, caratterizzati da un numero più elevato di ordini e un potere di acquisto superiore legato però a una

maggior fedeltà ai fornitori abituali. Di fatto tra i maggiormente favorevoli, sono presenti, inoltre, gli studi che preferiscono realizzare gli acquisti attraverso piattaforme e-commerce (93%), ma anche coloro che non comprano abitualmente online (41% dei casi). Mentre l'11% dei rispondenti si dichiarano non molto propensi a cambiare fornitore solo per i prezzi, quasi un quarto del campione dichiara di non essere interessato perché già servito dai propri fornitori al migliore prezzo possibile oppure in quanto non utilizza il canale online per acquisti professionali (Grafico 1).

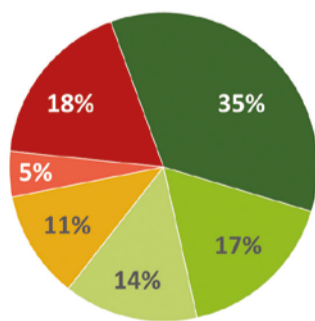
Considerando i risultati analizzati, si tratta indubbiamente di un fenomeno interessante e alcuni attori del mercato stanno già lavorando su tali piattaforme e stanno sviluppando anche sistemi di gestione dei magazzini. Secondo alcuni dati raccolti da Key-Stone l'avvicinamento a queste piattaforme di comparazione online sta aumentando vertiginosamente. Naturalmente, queste soluzioni non devono trascurare gli aspetti tecnici relativi alla fruibilità, alla sicurezza e all'impatto nei processi logistici della gestione degli ordini, nonché del magazzino. Il mercato italiano mostra delle differenze con quello europeo dovute anche alle caratteristiche intrinseche della società, delle abitudini di consumo, delle strategie di acquisto, della sensibilizzazione dei consumatori, dell'approccio alle nuove tecnologie, etc. In generale, in paesi come la Germania o la Gran Bretagna i comparatori sono la regola quindi lo sviluppo nel settore dentale si trova sicuramente in uno stadio più evoluto e consolidato. Tra i principali portali troviamo in Germania Aera, Wawibox e Minilu mentre, in Italia, il portale Dentscanner risulta sempre più frequentato, in particolare negli ultimi mesi. Anche se varia il funzionamento di tali piat-

taforme; da quelle che si limitano alla comparazione in modo imparziale e indipendente, fino ad altri che di fatto sono dei market places dove poter comporre la propria spesa direttamente dal carrello online, per passare da sistemi automatizzati di gestione del magazzino.

Ma quanto e cosa comprano gli studi dentistici italiani?

Gli acquisti di materiali rappresentano una voce importante nella catena del valore dello studio dentistico, sia per l'ammontare della spesa che per il ruolo strategico che i prodotti stessi e il servizio di approvvigionamento rivestono nel mantenimento di un'alta qualità del servizio al paziente. Approfondendo gli aspetti quantitativi, occorre considerare che complessivamente gli studi dentistici italiani spendono circa 420 milioni di euro all'anno (oltre all'IVA), escluse l'implantologia e l'ortodonzia, con una media per studio di circa 11.000 €. Chiaramente molto dipende dalle dimensioni del centro; per farsi un'idea al riguardo si osservi nel grafico 2 come, secondo recenti elaborazioni di Key-Stone, all'aumentare della grandezza del centro i consumi per riunito aumentano non proprio proporzionalmente, poiché sono gli studi più piccoli ad avere un onere per unità operativa più alta (Grafico 2). Si consideri, quindi, che la dimensione dello studio e le strategie di acquisto e consumo dello stesso risultano fondamentali anche nella scelta dei canali di acquisto. In particolare, gli studi dentistici più piccoli sono caratterizzati da un peso maggiore del costo dei materiali rispetto al loro fatturato e, inoltre, hanno meno possibilità di negoziare un pricing vantaggioso con il fornitore abituale. Per questi motivi rappresentano il profilo ideale per le piattaforme online e, ancor di più, per l'utilizzo di comparatori di prezzi.

Opinione su piattaforme online di comparazione dei prezzi e offerte di prodotti dentali



- Sarebbe molto utile, stiamo già facendo manualmente comparazione online dei prezzi
- Sarebbe utile perché fare comparazione online manualmente è oneroso
- Potrebbe essere utile solo per alcuni prodotti particolari
- Indifferente perché non siamo molto propensi a cambiare fornitori solo per i prezzi
- Non interessante perché penso di avere già ottimi prezzi dai miei fornitori
- Non uso internet per scopi professionali

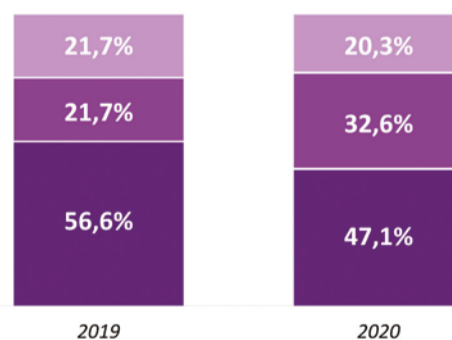
www.dentalmonitor.com

DENTAL MONITOR KEY-STONE

Grafico 1.

Grafico 1

Peso acquisti per tipologia di materiale



www.dentalmonitor.com

DENTAL MONITOR KEY-STONE

Grafico 3.

Grafico 2

Scansiona il QR Code per leggere l'articolo completo.



Roberto Rosso
Presidente Key-Stone