GD GACETA DENTAL

Núm. 324
MAYO 2020 | 6,50€
gacetadental.com

Edita Peldaño

ENFOQUES
Dentistas, protésicos e higienistas ante el coronavirus

PASADO, PRESENTE Y FUTURO
Carillas de porcelana

ETAPA POS-COVID-19
Nuevos paradigmas de gestión

REHABILITACIÓN TOTAL SUPERIOR
Carga inmediata con quisectomía

LÍDER EN REPARACIÓN DE INSTRUMENTAL DENTAL
EXPRESS

Descubra más en pág. 27

Roberto Rosso
Consultor de Marketing
Fundador y presidente de Key-Stone

CONSTRUIR LA CONFIANZA HOY SIGNIFICA AUMENTAR EL VALOR MAÑANA

La práctica odontológica está llamada a cambiar en la etapa pos-COVID-19. Resistir, relanzar y rediseñar son las etapas del recorrido estratégico que deberían hacer las clínicas dentales ante el nuevo escenario que se vislumbra.

El impacto de esta crisis tendrá consecuencias radicales. «Estaremos ante un mundo diferente», explica Roberto Rosso.

Los efectos económicos, dependerán de la duración de esta primera fase epidémica. «La bajada del PIB afecta mucho porque altera las posibilidades económicas de las familias», expone Rosso, quien apunta también al impacto sociológico que tendrá la situación actual. «Van a cambiar los comportamientos y los hábitos de la ciudadanía».

Sobre la situación en las clínicas, pone de relieve que, aunque no hay estudios epidemiológicos que nos digan que los dentistas son los profesionales más afectados, es una realidad que el riesgo existe porque se trabaja en contacto con la saliva, con aerosoles y, a día de hoy, los sistemas de protección son insuficientes. «Tenemos que evitar que esto se mantenga como un prejuicio. Hay que trabajar en trasmitir seguridad a colaboradores y pacientes», asevera.

SALIDA DE LA CRISIS

A la hora de abordar cómo será la salida de la crisis en el sector dental, Rosso se muestra optimista. «El sector dental siempre ha crecido más de lo que ha aumentado el PIB y, ante cualquier crisis, siempre se ha recuperado mejor y más rápidamente que el resto de sectores. La catástrofe es

tan grande que estamos convencidos de que las medidas que se tomarán desde el Gobierno serán potentes y, al final, el impacto económico será más contenido que el impacto sociológico», augura.

A pesar de la presumible bajada de la capacidad financiera de las familias, donde se producirá una jerarquización del gasto, las clínicas deberán poner en valor sus servicios, y los modelos de negocio tendrán que cambiar. «Habrá que prestar más atención a los precios, fijarse en el tema de subvenciones y créditos al consumo, adaptar los protocolos de higiene y, un aspecto crítico, cambiar el modelo de gestión de citas para evitar concentraciones en la sala de espera».

A este respecto, Rosso destaca que, ante la situación actual, «la palabra mágica es *reset*. La práctica de la Odontología va a cambiar radicalmente. Tenemos que pensar en algo nuevo y olvidar muchas de las cosas aprendidas. Nos acostumbramos a pensar que la eficiencia viene por la saturación y, a partir de ahora, hay que pensar que el beneficio va a venir por la dilución. No tenemos aún ningún modelo, pero es un reto interesante. Es una oportunidad de cambio, social y en la forma de hacer Odontología. El tema es clínico y extra clínico porque afecta a la gestión empresarial».

> **“LA PALABRA MÁGICA ES *RESET*. LA PRÁCTICA ODONTOLÓGICA VA A CAMBIAR RADICALMENTE**

RECORRIDO ESTRATÉGICO

Para afrontar este nuevo escenario, Roberto Rosso propone diseñar un recorrido estratégico que consta de tres etapas:

- Resistir. Lo prioritario es la seguridad en la clínica, en la parte financiera (aplazamiento de pago de tratamientos, por ejemplo) y en la parte sanitaria (garantizar la salud del clínico, colaboradores y pacientes).

- Relanzar. Priorizar, por un lado, el mantenimiento de la base de datos de pacientes (patrimonio fundamental de una clínica): mantener relaciones, enviarles mensajes, sugerencias..., sin que sea un contacto comercial; y, por otro, la promoción sobre los *hot leads* (presupuestos no aceptados).

- Rediseñar. Diseñar un nuevo modelo de negocio, desde la propuesta de valor (es decir, la razón por la que un paciente nos elige a nosotros en lugar de a nuestra competencia); definir nuestros valores (sistema organizativo, tipo de tratamientos…) y cambiar nuestro posicionamiento (cómo quiero que me perciban mis pacientes). Todo ello nos permitirá identificar nuevas oportunidades.

Esquema del recorrido estratégico que deberán seguir las clínicas dentales para asegurar su supervivencia ante la crisis derivada del coronavirus.

LA GESTIÓN Y LA SEGURIDAD, CLAVES

Ante un previsto escenario de bajada de ingresos, reducción de pacientes o ralentización de pagos, en los próximos meses resulta vital hacer una previsión de ingresos, conocer bien el peso de los costes fijos, financiar la fase de crisis y monitorizar la gestión. Y es que en este punto es donde está el futuro de la clínica dental, afirma Rosso.

En materia de seguridad, destaca que hay que hacer un análisis exhaustivo y tomar decisiones. Evaluar los protocolos de desinfección, la salubridad ambiental, la garantía del canal (cómo me llega el paquete del laboratorio), la gestión de citas y cómo se organiza el distanciamiento en la espera, barreras protectoras en la recepción, la teleodontología… y muchos aspectos más.

Asimismo, hay que verificar el impacto de los tiempos que se dedican a cada paciente, los flujos y procesos, los costes e inversiones, la percepción de los pacientes y de los operadores y la formación del personal.

COMUNICACIÓN Y EMPATÍA

Para que el recorrido estratégico llegue a buen puerto, destaca Rosso, se debe comunicar e informar sobre lo que está sucediendo, gestionar las emociones con sensibilidad y dar tiempo para aceptar el cambio. Una vez conseguido esto, ya todos celebraremos el éxito.

Ahora más que nunca hay que tener empatía: «comprendiendo los miedos, aportando datos objetivos, convenciendo de que las decisiones que se están tomando son las adecuadas, basando la relación en acuerdos y compromisos, y mostrando coherencia en las acciones emprendidas. Construir la confianza hoy significa aumentar el valor mañana», finaliza Rosso.

** Roberto Rosso dio a conocer estos datos el pasado 16 de abril en el webinar «El impacto del COVID-19 en el sector dental», un encuentro patrocinado por Ticare y moderado por Fernando Sicilia.*

Mercado dental es una sección que propone a sus lectores una serie de noticias e información sobre la tendencia del mercado dental.
Se tratan las principales tendencias relativas a las técnicas, tecnologías y productos.
Estos estudios de mercado son desarrollados por Key-Stone, una sociedad especializada en proyectos y servicios de marketing, que desde hace muchos años se dedica a investigaciones de mercado para el sector dental en Europa.
Las investigaciones se desarrollan según las técnicas estadísticas más oportunas que garantizan resultados muy significativos a nivel estadístico y en concepto de fiabilidad.

Acerca del autor
Empresario en la consultoría de marketing, es fundador y presidente de Key-Stone, sociedad que desde hace diez años desarrolla proyectos y servicios en el ámbito del marketing estratégico y de la comunicación integrada. Desarrolla actividades de formación en los sectores de marketing, ventas y comunicación y es autor de numerosas publicaciones en estos ámbitos. Además es consultor de la Universidad de Turín y profesor de Marketing en la Facultad de Económicas en el Master of Management.
Para más información: www.key-stone.it
www.dentalmonitor.com

IBO RENUEVA SU LINEA
DE **SCANBODIES** INTRAORALES

Válidos para cualquier escáner del mercado y especialmente diseñados para trabajar en todas las situaciones: a nivel de implante, sobre interfase, sobre bases mecanizadas de Cr-Co o sobre pilares provisionales de Titanio. Su diseño facilita un alineamiento 3D perfecto en los software CAD.

- Fabricados íntegramente de Titanio gr. 5 de uso médico de una sola pieza.
- Perfil reducido para uso en boca. También usables en laboratorio para situaciones de espacios estrechos.
- Tratamiento superficial de Nitruro de Zirconio (ZrN) que mejora su resistencia al desgaste y evita reflejos durante el escaneado.
- Permite la visualización de la conexión a través rayos X.

Contacta en: **ventas@ibodontit.com | www.ibodontit.com**

ibo ibodontit