

MILANO

28 marzo 2020

Sabato: 09:00 - 16:30



CORSO INTENSIVO MONOTEMATICO: I COSTI IN ODONTOIATRIA dalla A alla Z

Relatore Dott. Paolo Bortolini



CORSO INTENSIVO MONOTEMATICO: I COSTI IN ODONTOIATRIA dalla A alla Z

Il primo e unico corso specialistico per apprendere ogni cosa ed eliminare ogni dubbio sull'informazione in assoluto più importante nell'ambito del controllo di gestione dello studio odontoiatrico, professionale e societario: i costi di produzione delle prestazioni e dell'attività. Un corso intensivo risolutivo, tenuto da un vero tecnico che ne ha fatto oggetto della sua tesi di laurea in economia aziendale e da oltre trent'anni studia "sul campo" la materia. Un corso per apprendere le tecniche per massimizzare il risultato economico con la gestione ragionata dei prezzi delle prestazioni.



**CORSI DI ODONTOIATRIA • MANAGEMENT
DELLO STUDIO • LIVE SURGERY**

PRENOTA ORA

Per Informazioni:
800.592.432 (Lun/Ven, 8:30 - 19:00)
info@corsiodontoiatriaecm.it



CORSO INTENSIVO MONOTEMATICO: I COSTI IN ODONTOIATRIA dalla A alla Z



PRESENTAZIONE DEL CORSO

20 posti | 28 marzo 2020 - 09:00 - 16:30

Quando si parla di “costi”, la mente corre subito ai numeri, a calcoli, cose che non a tutti possono risultare semplici e naturali. Non di meno, se non si sa come maneggiare in modo almeno accorto il “problema costi”, possono insorgere notevoli difficoltà finanziarie. E se già ci sono, queste difficoltà, se ci sono le competenze di base debellarle sarà di sicuro più facile.

In realtà, occuparsi dei propri costi significa primariamente sapere come guardare al punto terminale di alcuni fenomeni fisici, organizzativi, comportamentali e relazionali che, nel loro insieme, costituiscono la realtà fattuale di uno studio dentistico. Grande o piccolo che sia. C'è dunque qualcos'altro, prima dei numeri e dei calcoli.

Una volta individuati quei fenomeni e imparato ad osservarli sotto la “lente dei costi”, per l'odontoiatria bastano alcune tecniche di calcolo dirette, senza quasi dover passare attraverso la contabilità, per riuscire a misurarli in termini numerici e iniziare, con il controllo di gestione, a plasmare meglio i risultati economici della propria attività. Questo corso mette in luce i fenomeni fattuali di cui si è detto, con esempi, e conduce il partecipante ad osservarli con un'ottica specifica, focalizzata sulla

generazione dei costi. Seguirà l'apprendimento di tecniche, messe a punto in anni di lavoro da parte del Relatore, con le quali arrivare immediatamente, senza dover scomodare commercialisti e consulenti, a sapere con grande attendibilità quanto costa operare e, alla fine, quanto si sta veramente guadagnando. Quest'ultima informazione è, senza tema di smentita, la più importante per poter decidere in merito ai prezzi da chiedere e a cui si può accettare di prestare la propria opera (prezzi minimi). Nel corso s'imparerà in pratica, con esercitazioni facilmente replicabili al ritorno, come organizzare i propri dati attorno agli “oggetti di costo” tipici dell'odontoiatria, e per questa via recuperare i dati che servono per creare i tariffari. Applicando quanto sarà appreso, si potrà arrivare a sapere per ogni singola prestazione eseguita, per ogni singolo cliente curato, per ogni branca odontoiatrica, quanto è stato il costo e dunque, in modo immediato, il rendimento. Con queste informazioni si raggiunge la consapevolezza totale su quanto è successo, dal punto di vista economico, e grazie a questa si migliora, inevitabilmente, la capacità di prevenire e di prevedere, con evidenti vantaggi.



Come vedere e "toccare con mano" i costi

- costi visibili e invisibili;
- costi necessari e discrezionali;
- costi standard ed effettivi;
- costi preventivi e consuntivi;
- costi figurativi e differenziali;
- costi dipendenti dal tempo;
- costi dipendenti dalla prestazione;
- costi dipendenti dal cliente;
- costi per l'immagine;
- costi pubblicitari palesi e occulti;
- costi psicologici;
- esempi di spreco.

Dove trovare i dati dei costi

- dati dei programmi gestionali;
- home banking ed estratti conto;
- fatture passive e documenti di spesa;
- informazioni del commercialista;
- misurazioni fisiche (a campione);
- magazzino semplificato dei materiali;
- proiezione di costi mensili a fine anno;

Il reale costo della "materia prima": il tempo

- potenzialità oraria dello studio (capacità produttiva);

- fattori che impattano positivamente e negativamente sulla capacità;
- la capacità delle persone e delle "poltrone";
- uso dell'agenda per la stima della capacità impegnata;
- il "costo orario" della capacità produttiva;
- esistenza di più "costi orari";
- previsione della produzione minima necessaria dato un certo "costo orario";
- la relazione di equilibrio fra prezzi, costi e tempo dedicato ("Formula di Bortolini").

Il costo delle prestazioni ("Analisi dei costi")

- i quattro "oggetti di costo": il paziente, la branca, la prestazione, l'attività;
- ripartire i costi dei materiali, in part. i "monouso" e "monopaziente";
- percentuali e compensi a collaboratori o a se stessi;
- lavori di laboratorio;
- telefono e cancelleria;
- equa ripartizione dei "costi orari";
- costo totale dei singoli "oggetti di costo";
- tecniche di costruzione dei tariffari (prezzi minimi);
- il "sovvenzionamento incrociato": gestire le prestazioni più redditizie per coprire quelle in perdita.

MATERIALI

diapositive del corso; schede cartacee per esercitazione; programma Internet Agenda della sera; consegna di fogli Excel per applicazioni personali al rientro. Il lavoro in aula comprende, oltre alle necessarie lezioni frontali del Relatore, con uso di diapositive, anche vera e propria attività seminariale fondata sull'esame delle casistiche pratiche portate dai partecipanti. I partecipanti lavoreranno su schemi predefiniti, in modo da poter lavorare ordinatamente con particolare riguardo alla memorizzazione e messa in pratica degli schemi di calcolo che saranno mostrati.



SEDE DEL CORSO

NOVOTEL MILANO LINATE AEROPORTO

VIA MECENATE, 121 - MILANO TEL.: 02.507261



COME RAGGIUNGERCI

Dalla Stazione Centrale per il Novotel:

PRIMA OPZIONE

Metro gialla direzione San Donato, scendere alla fermata Rogoredo e prendere l'uscita Quartiere Santa Giulia dove si trova la fermata dell'autobus 88 da prendere. L'autobus deve avere direzione V/le Ungheria e V/le Dell'Aviazione (non solo viale ungheria), scendere alla fermata di Via Mecenate. L'albergo è a 200 metri dalla fermata.

SECONDA OPZIONE

Metro Gialla direzione San Donato, scendere alla fermata San Donato e all'uscita della metro ci sarà la fermata del 45 che porta in Via Mecenate.

Dal Centro:

MEZZI PUBBLICI

Tram 27 situato in Piazza Fontana con direzione Viale Ungheria, scendere alla fermata di Via Mecenate.

AUTO

Tangenziale Est USCITA 4 VIA MECENATE. All'uscita della Tangenziale si vedrà l'albergo sulla destra.

PRENOTA ORA

PRIMO PARTECIPANTE

odontoiatra - assistente - segretaria/o

€ 440,00 + iva

SECONDO PARTECIPANTE

assistente - segretaria/o - associata/o
dello stesso studio

€ 340,00 + iva

TERZO PARTECIPANTE

assistente - segretaria/o - associata/o
dello stesso studio

€ 250,00 + iva

Per informazioni numero verde: 800.592.432 (Lun/Ven dalle 8:30 alle 19:00) o tramite e-mail: info@corsiodontoiatriaecm.it

**(assistente - segretaria/o - associata/o dello stesso studio)*



IL RELATORE DEL CORSO



Dott. Paolo Bortolini
(Relatore)

CURRICULUM VITAE:

- Laurea all'Università Ca' Foscari di Venezia, con tesi "Gestione della capacità produttiva e della programmazione del lavoro nello studio odontoiatrico".

- Ha pubblicato due testi sulla gestione organizzativa e relazionale della clientela dello studio dentistico con l'editore Masson e numerosi articoli sulla stampa professionale odontoiatrica nazionale.

- Ha un'approfondita conoscenza delle condizioni gestionali, economiche, amministrative e fiscali della professione odontoiatrica maturata in oltre trent'anni di attività come consulente e relatore specializzato.

-E' Dottore commercialista, iscritto all'Ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Padova, sezione A, al nr.1838."

PAOLO BORTOLINI NEL MONDO DEI DENTISTI. BREVE BIOGRAFIA PROFESSIONALE 1985-2017

Con questo testo desidero far conoscere meglio origine, ampiezza e natura delle mie competenze sull'argomento "gestione dello studio odontoiatrico". In primo luogo per far sapere a chi sta cercando consulenza e metodi per migliorare i suoi risultati, cosa potrà avere rivolgendosi a me. In secondo luogo perché sono sempre di più le persone senza laurea e le organizzazioni senza virtù, che si propongono per detti servizi. Nell'interesse dei miei clienti, attuali e potenziali, vorrei che questo testo servisse per avere gli elementi per selezionare meglio le persone e le organizzazioni cui rivolgersi, quando si cerca formazione e consulenza. Se così sarà, sarà senz'altro valsa la pena di averlo letto fino in fondo. Grazie per l'attenzione.



1985-1992. “FAMMI TORNARE IN STUDIO I CLIENTI”. COSÌ NASCE UN CONSULENTE PART-TIME

In seguito ad uno dei casi che capitano nella vita, nel 1985 divenni il responsabile commerciale di un laboratorio odontotecnico padovano. Il mio compito era di aumentare la clientela, cosa che mi riuscì bene sia lavorando sulle pubbliche relazioni, cioè “suonando i campanelli” di centinaia di studi dentistici per chiedere udienza al dottore, sia creando vere e proprie campagne pubblicitarie, mailing, stampati, inserzioni su riviste nazionali, perché questo laboratorio aveva mezzi. Seppi dare a questo laboratorio un’immagine fortemente differenziata rispetto alla concorrenza, e arrivarono in breve decine di nuovi clienti. Grazie a questi risultati, di cui non solo a Padova si parlava molto, i dentisti clienti del laboratorio mi percepivano come uno che aveva idee commerciali che funzionavano.

Fra questi, un noto dentista di Padova, che frequentavo proprio a causa di quella mia funzione, constatando che gli appuntamenti nella sua agenda andavano rarefacendosi, e che i “preventivi” che formulava ai clienti visitati venivano accettati con minor frequenza di prima, nel 1986 mi chiese di aiutarlo a invertire queste preoccupanti tendenze della sua attività. Oggi si direbbe “a progettare e attuare un piano di marketing”. Accettai l’incarico.

Prima di lavorare per il laboratorio avevo frequentato per tre anni l’università, economia aziendale a Venezia, che a quel tempo era una facoltà che t’insegnava a diventare manager, e poi intrapreso un’attività commerciale, un’agenzia di viaggi per studenti che, dal nulla, al quinto anno di vita fatturò un miliardo delle vecchie lire. Frequentai anche un corso annuale in Bocconi, sul marketing dei servizi. Insomma, non ero un “marketer” improvvisato. Sapevo perciò, perché l’avevo studiato nei libri e per esperienza vissuta, che se attiravi i clienti con la pubblicità, dovevi poi saper soddisfare le aspettative che, con il tuo messaggio, avevi determinato, altrimenti rischiavi di non ottenere nulla. Anzi, avresti avuto un “passa-parola” negativo, cosa da evitare a tutti i costi.

Spiegai quindi al dentista che, prima di investire nelle iniziative per far arrivare clienti, conveniva verificare se nella sua organizzazione o nei comportamenti suoi e del personale, fossero presenti difetti che, verosimilmente, potessero essere stati causa dei problemi che lamentava. Insomma, gli suggerii di iniziare dal “marketing interno”, spendendo qualcosa per questa indagine. Per fortuna lo convinsi, e così il dentista mi pagò intanto per condurre “sul campo” quella che chiamai “analisi preliminare”.

Per qualche giorno, indossando un camice seguivo come un’ombra lui e il personale, osservando quel che si faceva e ascoltando ciò che si diceva, prendendo appunti, aprendo cassette, eseguendo fotografie e registrazioni audio. Difetti ce n'erano, eccome! Gli esposi le mie conclusioni e i miei suggerimenti. Li accettò, e le prime spese che fece furono per imbiancare muri ingialliti, per cambiare tappezzerie consumate, per mettere nuovi colori, abbigliamento, mutare posizioni di persone e di oggetti. Con l’aiuto di un grafico si realizzarono nuova carta intestata, biglietti da visita e targhe, la cosiddetta “immagine coordinata”. Gli scrissi quindi delle vere e proprie istruzioni, modi e parole, per gestire clienti vecchi e nuovi, soprattutto nelle fasi della visita. Organizzai richiami con lettere a clienti che non si facevano più vedere. Funzionò, e con il “passaparola” arrivarono altri dentisti che volevano lo stesso servizio, clienti con i quali “mi feci le ossa” e migliorai i metodi creati in quella prima consulenza.

Infine, è in questo periodo, e precisamente alla fine del 1988 che, grazie ai proventi delle consulenze part-time che facevo ai dentisti, acquistai il mio primo computer, un IBM su cui feci installare le prime versioni dei programmi della Microsoft per l’ufficio: Word ed Excel. Con quell’Excel feci di tutto: inventari di magazzino, agende appuntamenti, tabelle orarie per organizzare il personale, analisi economiche di ogni tipo e specie. Ed è da questa nuova dotazione tecnologica, a quel tempo costosa come un’automobile di media cilindrata, che l’uso dell’informatica caratterizzò per sempre la mia carriera di consulente.

1992-2000. LA CONSULENZA COME SCELTA PROFESSIONALE E BUSINESS ORGANIZZATO.

Nel febbraio 1992 decisi di fare della consulenza ai dentisti la sola attività, interrompendo l’esperienza con il laboratorio odontotecnico. All’inizio, per farmi conoscere inviavo lettere, Internet non esisteva. Ben pochi erano allora i dentisti che avevano idea di cosa gli potesse servire un consulente gestionale. Mi toccò insomma lavorare e investire, e quanto, per creare dal nulla l’esigenza stessa per quanto intendevo offrire. Nonostante queste oggettive difficoltà i clienti arrivarono. Ebbi così modo di applicare su scala più vasta, via via perfezionandoli, i miei metodi, raggiungendo alla fine del decennio un notevole grado di standardizzazione, in virtù del quale potevo delegare parti della consulenza a dei collaboratori, avendo nel frattempo costituito con altri una società di capitali, per gestire meglio un business in crescita. In questo scorcio della mia carriera dedicai molte energie a creare metodi di rilevazione dei dati presso il cliente, per spiegare al dentista in modo oggettivo quanto stava accadendo nel suo studio.



Mi resi anche conto che, dopo analisi e diagnosi, ai miei clienti servivano degli strumenti operativi, se no il rischio era che tali spiegazioni, diventassero obsolete, dunque non più utili, appena dopo averle formulate. Pensai quindi che il cliente andasse messo in grado di continuare in proprio quanto iniziato durante la consulenza. Grazie alla conoscenza dell'informatica, creai dei software, la cui realizzazione fu affidata a dei programmatori: il primo fu il "GE.PA.OR" (Gestione Pazienti Ortodonzia), per organizzare le fasi della visita ortodontica e agevolare la formulazione del preventivo economico; il "G.I.A.S.D." (Gestione Integrata Studio Dentistico), per la contabilità dei pazienti e la fatturazione; infine "A.d.G." (Analisi della Gestione), per lo studio dettagliato delle procedure operative cliniche e l'analisi di costi e rendimenti delle prestazioni.

Nessun aspetto della quotidianità degli studi è sfuggito alla mia osservazione e analisi critica. Sebbene la mia origine culturale portasse a sottolineare gli elementi economici e finanziari, anche perché le richieste che provenivano dai clienti erano spesso quelle di migliorare guadagni e liquidità, il desiderio di conoscere a fondo ciò che incontro mi ha portato: alla micro-analisi delle operazioni alla poltrona dal punto di vista ergonomico e alla loro gestione con l'agenda appuntamenti, argomenti questi che furono l'oggetto dell'ormai prossima tesi di laurea; alla progettazione e ristrutturazione degli ambienti produttivi e delle zone aperte al pubblico; all'organizzazione delle mansioni e degli orari del personale; alle tecniche di comunicazione applicate alla relazione con il paziente e con il personale; alla creazione di procedure personalizzate per ottimizzare ogni fase della relazione del paziente con lo studio, che confluirono poi nei due libri che pubblicai con l'editore Masson. Lo stesso editore, creò per me la rubrica di management sulle riviste "Mondo ortodontico" e "Giornale dell'Odontotecnico", che condussi dal 1995 al 2000.

ANCH'IO DOTTORE!

Nei primi anni di questo periodo trascorrevo le giornate negli studi per le parti "sul campo" delle consulenze, le notti a inserire i dati raccolti in Excel e a scrivere per i clienti i programmi dei cambiamenti da fare. Il sabato, la domenica e le vacanze erano dedicate a studiare, per conseguire la tanto agognata laurea magistrale in economia aziendale a Ca' Foscari, che finalmente arrivò nel luglio del 1996, con tesi intitolata: "Gestione della capacità produttiva e programmazione del lavoro nello studio odontoiatrico".

UN NUOVO RELATORE PER DENTISTI

A metà anni novanta iniziai l'esperienza di autore e relatore di corsi di formazione rivolti ai dentisti e al loro personale. Fui anche incluso nei programmi formativi dell'ANDI nazionale e di varie sue sedi provinciali, con particolare assiduità presso quella di Bologna. Di particolare importanza sono stati i corsi di tre giornate che, nel 98-99, con la società di capitali organizzammo presso un centro corsi a Milano. Venne infatti allestita una vera e propria aula informatica, con venti personal computer, e ai discenti fu consegnato il software "A.d.G." di cui ho detto e una completa dispensa. E' da questa esperienza che nascerà, a metà degli anni 2000, il "Corso pratico-informatico" a tutt'oggi proposto.

2001 AD OGGI. PROFESSIONISTA, PUBBLICISTA, RELATORE E PROGRAMMATORE.

Ad un certo punto decisi di abbandonare l'impostazione commerciale che il mio lavoro aveva assunto, rappresentata dalla società di capitali con cui stavo operando per offrire le consulenze, i corsi, i metodi informatici. L'impegno di quella gestione, infatti, la mole di costi fissi che un'organizzazione dove operano più persone inevitabilmente sconta, mi portarono a trascurare quello che, per i clienti di un consulente, deve essere il principale valore per cui lo pagano: la sua formazione professionale. Sciolsi quindi la società e ripresi a studiare intensamente, mantenendo solo incarichi che potevo svolgere senza l'aiuto di collaboratori e organizzando in proprio alcuni nuovi corsi, presso un noto albergo di Bologna. Desideravo approfondire alcuni argomenti che non avevano fatto parte, fino allora, della mia formazione scientifica: teoria della consulenza, scienza della comunicazione e della formazione, psicologia del lavoro. Oltre allo studio sui libri, frequentai corsi specifici e intrapresi un'esperienza di psicoterapia, che per chi si offre come portatore di aiuto agli altri, ritengo sia un indispensabile passaggio. Scrisi numerosi articoli per le riviste di settore. Questa fase della mia carriera, così come l'ho descritta, terminò all'inizio del 2004, ma gli apprendimenti che ho conseguito mi accompagnano ancora e sono utili ai miei clienti, con i quali li condivido applicandoli alle loro questioni.

Nel 2004 presi la decisione di creare un nuovo corso di formazione, per offrire ai dentisti la possibilità di migliorare il risultato economico e finanziario della loro attività attraverso l'applicazione pratica di apposite metodologie, in modo autonomo, senza la presenza in studio del consulente. L'idea era, con uno strumento informatico che avrei programmato personalmente e consegnato solo a chi partecipasse a quel



corso, di “passare” a chi fosse venuto le mie conoscenze e competenze. Il corso prese vita a fine 2005, fino al 2013 si tenne presso la sede centrale della Dental Trey e da quell’anno è organizzato da ODONTOline S.a.s. a Roma e Milano. Ad oggi, è ancora l’unico corso pratico-informatico di gestione rivolto ai dentisti.

Dal 2007, grazie a Internet iniziavo a dare consulenza e assistenza a distanza ai clienti che usavano i programmi del corso pratico. Poter vedere, tutti i giorni, quanto i clienti facevano con i miei software, ha potenziato e velocizzato la mia possibilità di capire che cosa veramente gli servisse, realizzando modelli di calcolo sempre più utili e di facile impiego.

E INFINE, ANCHE DOTTORE COMMERCIALISTA

L’attività di relatore, di programmatore e questa costante “presenza” tramite Internet negli studi dei clienti, mi han fatto incontrare una materia che non avevo appreso negli studi universitari, che, come ho scritto, hanno avuto un’impostazione prettamente manageriale. Si tratta della materia fiscale, che nel periodo di tempo che sto presentando vedevo assumere un rilievo crescente nella vita degli studi: per la notevole incidenza delle tasse in quanto costo, per il numero di adempimenti, per una diffusa insoddisfazione per la prestazione di alcuni commercialisti. A fine 2007 programmai la prima versione del

software per la programmazione dell’imponibile, con cui si anticipavano i risultati dello studio di settore e del modello Unico. I clienti erano entusiasti di poter sapere, con mesi di anticipo e sempre in modo tempestivo, come comportarsi per cercare di risparmiare tasse! Con il software e il mio aiuto, avevano ciò che il commercialista “medio” non poteva dare, o forniva con troppo ritardo rispetto alle esigenze.

Visti questi buoni risultati, i clienti erano incentivati a chiedermi sempre più consigli sui loro acquisti, sulla fatturazione, sulla marca da bollo, sulla deducibilità delle spese. Ovviamente studiavo per rispondere adeguatamente, ma mi rendevo conto che la vastità della materia, abbinata al fatto che ogni situazione fiscale è unica e personale, richiedeva una competenza di tipo professionale. Anche se molti offrono consulenza fiscale senza particolari titoli, infatti non tutti quelli che sono chiamati “commercialisti” lo sono veramente, ritenni opportuno, vista la delicatezza delle questioni in gioco, disporre non solo delle conoscenze, ma anche offrire ai miei clienti le necessarie garanzie sull’affidabilità di quanto gli avessi detto e su quanto i miei software consentissero loro di fare. Per questo ci voleva una preparazione certificata. Così nel 2012 iniziai il periodo triennale di praticantato obbligatorio per potersi presentare al difficile esame di Stato per l’abilitazione alla professione di dottore commercialista, il massimo livello di certificazione. Dal 2016 lo sono diventato, essendomi iscritto come tale presso l’Ordine dei dottori commercialisti di Padova.





Info sul corso:

info@corsiodontoiatriaecm.it



NUMERO VERDE

800.592.432

Lun/Ven dalle 8:30 alle 19:00



PRENOTA ORA