

# Il web: uno strumento di lavoro per il dentista

---

Le nuove tecnologie informatiche hanno radicalmente mutato i processi di diffusione delle informazioni: il dentista non può ignorare il valore offerto dai nuovi canali del web.

Nella ricerca di un professionista, il passaparola la fa sempre da padrone e vale spesso più delle pubblicità. Oggi però le opinioni non sono più veicolate solo dal contatto interpersonale: il **web** è diventato un potente **strumento di dialogo**, informazione e comunicazione **con il paziente** (Figura 1.1).

■ **FIGURA 1.1** – IL WEB È DIVENTATO UN POTENTE STRUMENTO DI DIALOGO, INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE CON IL PAZIENTE.



## DENTAL STORYTELLING

### ELENA E ALESSIO DAL DENTISTA, UNA CUSTOMER EXPERIENCE



Elena è preoccupata perché ritiene che Alessio abbia i “denti storti”. Cerca il meglio per il suo piccolo. Ha sentito parlare bene del dr. Daniele che ha in cura la figlia di un collega, ma un solo parere non le basta per prendere una decisione così importante.

Ha trascorso una serata chattando su *WhatsApp* con le amiche e ha stilato una lista con tre nomi di dentisti: dr. Antonio, dr.ssa Carla, dr. Daniele. Sul web, *googla* i nomi e scopre che il dr. Antonio non ha un sito web. Il sito della dr.ssa Carla non è *responsive*, quindi non adatta le immagini al formato del tablet da cui sta lavorando; la cosa la innervosisce un po’ e con una certa difficoltà raggiunge la sezione news: schermo bianco e la scritta “under construction”.

Invece, sul sito web dello Studio dr. Daniele, un *blog* spiega chiaramente l’età della permuta dei dentini da latte, inoltre apprende che lo studio esegue le radiografie panoramiche digitali, consentendo di realizzare una diagnosi già in prima visita. Il link la porta alla pagina *Facebook* dello Studio dr. Daniele. Si sente rassicurata vedendo una foto di un’assistente intenta a riordinare materiali imbustati con la scritta “lavoriamo per la vostra sicurezza”.

Sulla bacheca trova postato un altro articolo del blog del dr. Daniele sulla prevenzione orale in gravidanza e decide di condividerlo subito tramite Facebook con la sua amica Francesca, incinta di 3 mesi.

Fissa l’appuntamento dal dr. Daniele e Barbara al telefono la invita a compilare la scheda prima visita online; poi la informa dove parcheggiare l’auto. Il giorno dell’appuntamento Elena individua facilmente il portone dello studio, che reca accanto la targa con il logo già visto sul sito web.

Carmen la accoglie sorridente, salutandola lei e Alessio per nome, indossa una polo con lo stesso logo che ormai sta diventando familiare per Elena. La coerenza comunicativa è rassicurante. Barbara la ringrazia per aver compilato la scheda prima visita online e le omaggia di uno spazzolino da denti con il logo dello studio. La permanenza nella sala d’attesa è breve, ma sufficiente a Elena per vedere l’*area edutainment per i bambini* (Figura 1.2).

*Segue*

## DENTAL STORYTELLING

### ELENA E ALESSIO DAL DENTISTA, UNA CUSTOMER EXPERIENCE



#### Seguito

Nell'angolo un grande monitor trasmette un video sulla salute alimentare che mostra, nella parte bassa dello schermo, un banner scorrevole con le foto dei membri dello staff dello Studio dr. Daniele che aveva visto sul sito web. Questo dipinge in lei l'immagine del dr. Daniele come di un professionista a cui sta a cuore la prevenzione e lo stile di vita dei pazienti. Non si stupisce quindi di vederlo per la prima volta seduto accanto alla poltrona con un tablet sulle ginocchia che aspetta il "suo ragazzo"; lo chiama per nome catturando subito il suo sguardo e lo invita a "battere cinque" sul palmo della mano aperta. Durante la visita il dr. Daniele scatta alcune foto con la videocamera intraorale e le mostra sul monitor per spiegare le problematiche cliniche e le cure necessarie. Alessio sorride quando riceve in dono da Barbara "l'attestato di bimbo coraggioso" dello Studio dr. Daniele. Elena ha vissuto una forte esperienza emozionale e sente il bisogno immediato di condividerla. Esce dallo studio e abbraccia Alessio: insieme si fanno un selfie con il diploma ricevuto in primo piano su cui spicca il logo dello studio. La foto tramite Instagram è inviata a Giacomo, il papà di Alessio, che la mostra al collega di lavoro, e a Maria, la nonna di Alessio, che chiede aiuto a suo figlio Luca per condividerla su Facebook nel gruppo degli amici di "Non solo Valzer". Il passaparola analogico digitale continua.

#### Commento

La gente utilizza il web per cercare il dentista o semplicemente per farsi un'idea del professionista; in base a ciò che vede, decide se andare o meno a stringergli la mano.

I numeri non mentono: una ricerca realizzata da GFK-Eurisko, promossa dall'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" (novembre 2015), rivela che nella fascia di età tra i 25 e i 55 anni ben due terzi degli Italiani cercano informazioni sulla salute nel web. La principale fonte di informazione sono i siti web, i blog e i forum.

Il web ha mandato al macero le enciclopedie mediche: le persone con un problema di salute utilizzano la rete per il primo consulto. Per trovare informazioni

■ FIGURA 1.2 – L'AREA DI EDUTAINMENT PER I BAMBINI.



sul dr. Daniele, il paziente si affida a Google, che utilizza dallo smartphone. Oltre a fissare l'appuntamento per la prima visita, si aspetta di trovare su Google la conferma delle competenze del sanitario a risolvere il suo problema. Si farà un'idea del dr. Daniele navigando sul sito web e si sentirà rassicurato leggendo un blog che parla proprio del "suo" problema di salute, leggerà le recensioni che altri pazienti hanno scritto del dr. Daniele su Google. Per questo motivo, come sostiene Larry Emmot, «per il dentista oggi Google è uno strumento di lavoro importante come la turbina».

Di fatto, il mercato dei servizi odontoiatrici è cambiato radicalmente e l'evoluzione in atto fa pensare che gli scenari di ieri non ritorneranno più: nuove tecnologie CAD e CAM, nuovi concorrenti, un rapporto diverso con il paziente che oggi ha nuove possibilità di scelta e di cura.

Nuove modalità di comunicazione e l'evoluzione di una *società liquida*, come ci ha insegnato Zygmunt Bauman, sempre più improntata su internet, smartphone e tecnologie digitali. In questo scenario, rivedere metodi e contenuti della comunicazione con il paziente per valorizzare il servizio è diventata per gli studi odontoiatrici una necessità.

## DENTAL STORYTELLING

### INTERVISTA AL DR. VERDINI, UN DENTISTA TUTTO D'UN PEZZO



“Lavoro nello studio che ho ereditato da mio padre da oltre 22 anni (Figura 1.3). Le nuove modalità di concorrenza? Non mi preoccupano affatto: fornisco una prestazione di qualità superiore. Le mie corone in metallo ceramica nascono da impronte in polietere che colo direttamente io, sono molto precise e durature, non le sostituirei mai con i disilicati di litio. Le impronte digitali? Il computer per disegnare denti? Non è roba che serve al dentista! Chi viene da me non sceglie solo in base al prezzo”.

#### Commento

Leggiamo su *Odontoiatria33* (dicembre 2016) che dall'inizio dell'anno si sono perse 500 partite IVA di dentisti... spero che tra queste non ci sia anche quella del dr. Verdini.

■ FIGURA 1.3 – UN BELL'ESEMPIO DI STUDIO DENTISTICO DEGLI ANNI SESSANTA. (PER GENTILE CONCESSIONE DEL MUSEO DI ODONTOIATRIA, PRESSO LA DENTAL SCHOOL DI TORINO, LINGOTTO.)



