



MARIUSZ OBODA
CONSULTING &
TRAINING GROUP



Akademia zarządzania - WIZERUNEK GABINETU W SIECI

Numer usługi 2024/02/13/13390/2072158

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 14 h

📅 16.11.2024 do 16.11.2024

1 870,00 PLN brutto

1 870,00 PLN netto

133,57 PLN brutto/h

133,57 PLN netto/h

Informacje podstawowe

| | |
|--|---|
| Kategoria | Zdrowie i medycyna / Stomatologia |
| Sposób dofinansowania | wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników |
| Grupa docelowa usługi | Personel zarządzający i administracyjny podmiotów leczniczych - rejestracja, higienistki, asystentki zajmujące się reprezentacją gabinetu stomatologicznego w sieci |
| Minimalna liczba uczestników | 1 |
| Maksymalna liczba uczestników | 15 |
| Data zakończenia rekrutacji | 15-11-2024 |
| Forma prowadzenia usługi | stacjonarna |
| Liczba godzin usługi | 14 |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Znak Jakości TGLS Quality Alliance |

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do świadomego i skutecznego budowania wizerunek gabinetu w Internecie. Na szkoleniu uczestnicy dokonają podstawowej analizy obecności praktyki stomatologicznej w Internecie i social mediach. Sprawdzą jaką reputację ma gabinet i poznają narzędzia aby zarządzać treścią nt. tego jak gabinet widza pacjenci.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|-------------------------------------|
| Usługa przygotowuje do świadomego i skutecznego budowania wizerunek gabinetu w Internecie. Na szkoleniu uczestnicy dokonają podstawowej analizy obecności praktyki stomatologicznej w Internecie i social mediach. Sprawdzą jaką reputację ma gabinet i poznają narzędzia aby zarządzać treścią nt. tego jak gabinet widza pacjenci. | Ocena przez trenera umiejętności praktycznego zastosowania modelu pracy z pacjentem | Obserwacja w warunkach symulowanych |

Cel biznesowy

Celem jest wdrożenie wzmożenie zasięgów kont w social mediach (SM).

Wzrost o 50% liczby pacjentów pierwszorazowych trafiających do placówki za pośrednictwem SM.

Praca w ramach określonego kanonu profesjonalizmu obsługi bezpośrednio przekłada się na wzrost oceny gabinetu i jakości pracy lekarza.

Zauważalna zmiana jakości pracy z pacjentem od momentu wdrożenia tego stanowiska w pracę gabinetu.

Efekt usługi

Naucz się świadomie i skutecznie budować swój wizerunek w Internecie. Dowiedz się, jak przekuć to w korzyść dla Twojej praktyki.

Na szkoleniu dokonasz podstawowej analizy obecności Twojej praktyki stomatologicznej w Internecie i social mediach. Sprawdzisz jaką masz reputację w sieci.

Dowiesz się w jakich mediach internetowych powinieneś być i na czym polegają różnice między nimi. Odczarujemy pojęcia: SEO, SEM, Usability, User Experience, Customer journey, Persony.

Dowiesz się jakie podjąć zmiany w swoich działaniach w sieci aby budować wizerunek eksperckiej kliniki i eksperckiego lekarza.

Poznasz metody efektywnego pozyskiwania pacjentów oraz dowiesz się jakie błędy najczęściej popełniają kliniki podczas budowania swojego wizerunku w sieci,

Wprowadzisz narzędzia, które ułatwią i umożliwią mierzenie Twoich działań w sieci.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

W czasie scenek i ćwiczeń 1:1 podczas szkolenia, trener analizuje realizację zadań uczestników i przekazuje im informację zwrotną

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Zastosowano zapisy wskazujące na rozdzielenie tych procesów

Program

Szkolenie jest częścią Akademii Zarządzania, która stanowi kompendium wiedzy niezbędnej każdemu właścicielowi gabinetu oraz osobom zarządzającym. Zapewnia pełne przygotowanie do sprawnego zarządzania personelem w sposób maksymalizujący efektywność pracy zespołu oraz podnoszący jego satysfakcję zawodową. Dostarcza pełnej wiedzy dotyczącej zarządzania w zakresie: efektywnego doboru osób do zespołu, budowania odpowiedniej kultury organizacyjnej gabinetu, umiejętności związanych z komunikacją personelowi swoich oczekiwań oraz udzielaniem informacji zwrotnej.

Wizerunek w sieci

obecność w sieci - jak widzą nas klienci, a jak widzi nas konkurencja

narzędzia kreacji wizerunkudziałania marketingowe w sieci - narzędzia, zasady i skuteczność

analiza - wskaźniki marketingowe do badania skuteczności

skąd dotarł do pacjent - analiza skuteczności działań w gabinecie

jak mierzyć jakość naszych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 7 ▪ świadome budowanie wizerunku w sieci, ▪ co wspólnego ma marketing ze stomatologią? ▪ nowoczesny marketing nie służy tylko sprzedaży, ▪ od czego zacząć działania marketingowe w sieci | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 10:00 | 11:30 | 01:30 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <p>2 z 7 ▪ czy potrzebna jest mi strategia marki? Jaka jest różnica między strategią a taktyką?</p> <p>Analiza obecności w sieci i pozyskiwanie ruchu - strona, social media, wizerunek, pacjenci</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 11:30 | 13:00 | 01:30 |
| <p>3 z 7 ▪ jak przeanalizować obecność kliniki w sieci? Jakich narzędzi potrzebujesz? ▪ ładna strona... jeśli nie daje. Co powinna zawierać Twoja strona, by lepiej pozyskiwać pacjentów,</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 13:00 | 14:00 | 01:00 |
| <p>4 z 7 ▪ pojęcia: usability, user experience, customer journey, persony, ROPO ▪ skąd czerpać wiedzę o zachowaniach Twoich pacjentów w sieci?</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 14:00 | 15:00 | 01:00 |
| <p>5 z 7 Konwersja - co to za dzikie zwierzę i jak je oswoić, by nie zjadło całego naszego budżetu, a przy okazji przyciągnęło nowych pacjentów? ▪ czym jest konwersja i jak ją określać?</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 15:00 | 16:00 | 01:00 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <p>6 z 7 ▪ czy zawsze warto walczyć o maksymalną liczbę konwersji? ▪ czy Twoim jedynym celem powinna być wizyta w gabinecie?</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 16:00 | 17:00 | 01:00 |
| <p>7 z 7 Efektywny monitoring działań ▪ na jakie wskaźniki marketingowe musisz szczególnie zwrócić uwagę, ▪ czy wiesz, skąd dotarł do Ciebie pacjent? ▪ jak mierzyć jakość naszych usług?</p> | Bartosz Roszyk | 16-11-2024 | 17:00 | 18:00 | 01:00 |

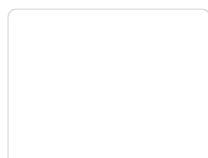
Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 1 870,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 1 870,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 133,57 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 133,57 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Roszyk



Pasjonat marketingu od ponad 10 lat związany z branżą internetową, marketing manager w spółce A100. Absolwent kierunku „Marketing i Zarządzanie” na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Obecnie swoją wiedzę i doświadczeniem wspiera działania marek z grupy Toruńskich Zakładów Materiałów Opatrunkowych i największy polski sklep z branży prezentowej. Pracował przy projektach internetowych dla marek o lokalnym i globalnym zasięgu, jak np. Seni, Kubuś, Resorty narciarskie Jasna Chopok i Tatrzańska Łomnica, Galeria Dominikańska, TESCO, Pollena-Ewa, Oboda Group, Seni, Bella Baby Happy, Bella, Lecznice Citomed, Uzdrowiska Ciechocinek oraz sklepów internetowych Spodlady.com, Crazyshop.pl, Partybox.pl.

Brał udział w licznych warsztatach, szkoleniach i konferencjach branżowych.

Autor strategii rozwoju marki OBODA Group. Szkoli zespoły w budowaniu strategii i optymalizacji procesów marketingowych. Jako szkoleniowiec spędził na sali szkoleniowej 15 000 godzin.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe zawierające treść prezentowaną przez trenera podczas prowadzenia usługi.

Materiały zawierają dodatkowo puste kartki do prowadzenia przez uczestników notatek z wykładowej części szkolenia oraz długopis.

Warunki uczestnictwa

praca na stanowisku osoby zajmującej się social mediami

Informacje dodatkowe

Uczestnicy otrzymują 12 punktów edukacyjnych oraz materiały szkoleniowe.

Szkolenie jest realizowane w godzinach dydaktycznych.

Adres

al. Aleje Jerozolimskie 65/79

02-017 Warszawa

woj. mazowieckie

Centrum Konferencyjne Golden Floor

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt

 Marlena Majewska



E-mail marlena.majewska@oboda.pl

Telefon (+48) 601 370 962