



INSTYTUT
DENTALWAY Kamil
Kuczewski



Sprawdzone strategie budowania marki i pozyskiwania pacjentów

Numer usługi 2024/11/13/12745/2410399

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 14.03.2025 do 15.03.2025

3 200,00 PLN brutto

3 200,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie przeznaczone jest dla lekarzy, właścicieli i menedżerów chcących poprawić wizerunek gabinetu, wypromować swoje usługi oraz pozyskiwać więcej pacjentów na kompleksowe zabiegi medyczne zwiększające zyski gabinetu.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	12
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wdrożenie wiedzy marketingowej dostosowanej do specyfiki rynku medycznego. Uczestnicy nauczą się planować systematyczne działania marketingowe, dopasowane do potrzeb rynku oraz własnych możliwości. Poznają praktyczne, sprawdzone rozwiązania, dzięki którym zbudują wartość i prestiż placówki medycznej. Na szkoleniu Uczestnicy poznają również zależności między poszczególnymi elementami tworzącymi biznes a ich wpływem na generowanie przychodów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Szkolenie przeznaczone jest dla managerów placówek medycznych.</p> <p>Po ukończeniu szkolenia uczestnik posiada wiedzę z zakresu:</p> <p>marketingu w ujęciu 7P (product, price, placement, promotion, people, process, physical evidence), elementów strategii marketingowej oraz sposobu wpisywania jej w ogólną strategię rozwoju firmy, technik pozycjonowania i sposobów mierzenia efektywności swoich działań marketingowych, znajomości metod analizy konkurencji oraz form komunikowania się z rynkiem.</p> <p>Po szkoleniu uczestnik posiada umiejętności:</p> <p>utworzenia własnego planu działań marketingowych wpisanego w całościową strategię rozwoju placówki stomatologicznej, kierowania określonych działań rynkowych do właściwych grup pacjentów, co pozwoli zaoszczędzić czas i koszty oraz szybciej wejść na wyższy poziom jakościowy w określonym segmencie pacjentów, pozycjonowania własnej placówki na rynku stomatologicznym w oparciu o odpowiednie kryteria, opracowania polityki cenowej, w sposób pozwalający na zdobycie przewagi konkurencyjnej na lokalnym rynku, zastosowanie w praktyce do ograniczeń zakazu reklamy usług stomatologicznych, budowanie relacji z pacjentami w sposób indywidualnie dopasowany do ich oczekiwań, charakteru oraz potrzeb leczenia, dokonywania segmentacji pacjentów pod względem ich oczekiwań, planów leczenia, preferowanych zabiegów, statusu społecznego, dopasowania odpowiedniego kanału dystrybucji w procesie kontaktów z klientami, budowania strategii marketingowych oferowanych usług.</p> <p>Po szkoleniu uczestnicy posiadają kompetencje:</p> <p>analityczne – potrafi wykonać analizę porównawczą konkurencji, zarządcze – w zakresie planowania i</p>	<p>Uczestnicy napiszą test wiedzy przed i po szkoleniu.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
zarządzania przez cele. Uczestnicy szkolenia będą korzystali z materiałów przygotowanych przez wykładowcę.		

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

tak

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?

tak

Program

Dzień I

1. Elementy marketing-mix w placówkach zdrowotnych

- Elementy marketingu 4P.
- Elementy marketingu 7P.
- Planowanie działań marketingowych.

2. Tworzenie strategii marketingowej

- Istota strategii marketingowej.
- Proces formułowania strategii marketingowej.
- Wpisanie strategii marketingowej w ogólną strategię placówki.

3. Praktyczne narzędzia analizy rynku stosowane w placówkach medycznych

- Definicja, istota i elementy rynku.
- Podstawy analizy rynku.
- Mierniki statystyczne i ich analiza w czasie.

Dzień II

1. Oferta placówki medycznej oparta na analizie rynku

- Budowanie oferty placówki.
- Strategie polityki cenowej.

- Budowanie pozycji placówki stomatologicznej.

2. Wizyta pacjenta w placówce medycznej

- Rodzaje pacjentów.
- Omówienie potrzeb poszczególnych grup pacjentów.
- Postawa personelu niemedycznego i jej wpływ powrót pacjenta do placówki.

3. Komunikacja marketingowa

- Tworzenie planu i cele komunikacji marketingowej.
- Najlepsze metody komunikacji marketingowej stosowane przez placówki medyczne.
- Case studies praktycznych działań marketingowych
- Efekty szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Elementy marketing-mix w placówkach zdrowotnych	Kamil Kuczewski	14-03-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 8 Tworzenie strategii marketingowej	Kamil Kuczewski	14-03-2025	11:00	13:00	02:00
3 z 8 Przerwa	Kamil Kuczewski	14-03-2025	13:00	13:30	00:30
4 z 8 Praktyczne narzędzia analizy rynku stosowane w placówkach medycznych	Kamil Kuczewski	14-03-2025	13:30	17:00	03:30
5 z 8 Oferta placówki medycznej oparta na analizie rynku	Kamil Kuczewski	15-03-2025	09:00	11:00	02:00
6 z 8 Wizyta pacjenta w placówce medycznej	Kamil Kuczewski	15-03-2025	11:00	13:00	02:00
7 z 8 Przerwa	Kamil Kuczewski	15-03-2025	13:00	13:30	00:30
8 z 8 Komunikacja marketingowa	Kamil Kuczewski	15-03-2025	13:30	16:30	03:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	3 200,00 PLN
Koszt usługi netto	3 200,00 PLN
Koszt godziny brutto	200,00 PLN
Koszt godziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kamil Kuczewski

Trener i doradca, specjalizuje się w prowadzeniu szkoleń z zakresu komunikacji z pacjentem oraz budowania modeli biznesowych w gabinecie stomatologicznym. Od 2009 r. prowadził szkolenia wewnętrzne, a od 2015 r. dla lekarzy dentystów. Gościł na szkoleniach m.in. dla OIL Warszawa, PTTS i Glaxo Smith Cline. Obecnie prowadzi webinary oraz wykłada przedmioty takie jak Tworzenia standardów obsługi pacjenta oraz Monitorowanie i rozwój standardów obsługi pacjenta na uczelni Collegium Civitas.

Jego artykuły można przeczytać w gazetach i portalach stomatologicznych takich jak Stomatologia, Dental Tribune, Medical Tribune, Infodent, Dental Radio, Stomatologia, Dentowizja i Dentonet.

W 2009 r rozpoczął pracę w firmie CSA, która zajmowała się pozyskiwaniem klientów – tam przez 4 lata rozwijał firmę, aż doszedł do poziomu dyrektora zarządzającego, który kierował grupą 70 pracowników firmy. Firma osiągnęła 2 miejsce w obsłudze klienta i sprzedaży w Polsce. W roku 2013 rozpoczął współpracę z placówkami stomatologicznymi. Prowadził rozwój gabinetów stomatologicznych w gabinetach typu 'start up' oraz jednostkach funkcjonujących na rynku od kilkunastu lat. W zakresie jego obowiązków była optymalizacja modeli biznesowych. W roku 2015 r. na bazie swoich dotychczasowych doświadczeń i szkoleń zaczął edukować właścicieli placówek stomatologicznych, menadżerów i lekarzy dentystów, rozpoczynając projekt DentalWay, który dynamicznie rozwija się, aż do dziś.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają skrypt szkoleniowy pod koniec szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Osoby ubiegające się o dofinansowanie usługi prosimy o informację mailem na adres : biuro@dentalway.pl w celu potwierdzenia dostępności i rezerwacji miejsca. W mailu prosimy o zawarcie informacji: nazwa szkolenia, data, NIP firmy kierującej Uczestnika, imię i nazwisko Uczestnika oraz nr telefonu.

Niezbędnym warunkiem uczestnictwa w szkoleniach dofinansowanych z funduszy europejskich jest założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapis na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie warunków przedstawionych przez danego Operatora, dysponenta funduszy publicznych, do którego składają Państwo dokumenty o dofinansowanie do usługi rozwojowej.

Ogólne warunki uczestnictwa w zajęciach zostały zamieszczone na stronie: <http://dentalway.pl/regulamin-swadczenia-uslug/>

Koszty dojazdu, noclegu i wyżywienia nie są ujęte w koszcie usługi.

Po więcej informacji o naszej firmie i szkoleniach zapraszamy na www.dentalway.pl.

Informacje dodatkowe

Szkolenie jest w co najmniej 70% finansowane ze środków publicznych w myśl § 3 ust. 1 pkt. 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013r. poz. 1722). W związku z powyższym niniejsza usługa szkoleniowa może zostać zwolniona z naliczenia podatku VAT.

Kursanci będą korzystać na zajęciach z materiałów szkoleniowych przygotowywanych przez Prowadzącego.

Adres

ul. Sokołowska 7/8
01-142 Warszawa
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Kamil Kuczewski

E-mail biuro@dentalway.pl

Telefon (+48) 883 033 667