

Esperto Universitario

Marketing nei Centri Veterinari





Esperto Universitario Marketing nei Centri Veterinari

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/veterinaria/specializzazione/specializzazione-marketing-centri-veterinari

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 18

05

Metodologia

pag. 24

06

Titolo

pag. 32

01

Presentazione

Le tecniche di Marketing sono essenziali per raggiungere il successo in qualsiasi attività, e anche nei centri veterinari svolgono un ruolo fondamentale. Per questo motivo, è necessario disporre di professionisti in grado di conoscere tutti gli aspetti legati alla gestione aziendale per aumentare la competitività dell'impresa e ottenere risultati migliori.





“

Ti offriamo la specializzazione più completa del mercato, in modo che ti possa occupare della gestione aziendale del centro veterinario con la stessa professionalità della pratica clinica e sanitaria, offrendo ai clienti la massima qualità in entrambi i servizi”

Il Marketing è il processo di identificazione delle esigenze del mercato e di progettazione di prodotti e servizi per soddisfarle. Per questo motivo, è essenziale per qualsiasi azienda investire in questo settore, con l'obiettivo di ottenere i maggiori benefici per l'azienda.

Questo Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari offre una preparazione completa in questo settore, con particolare attenzione alla comunicazione con i clienti, sviluppando competenze e capacità di ascolto attivo, in modo che essi siano pienamente soddisfatti dopo la loro interazione con i professionisti del centro veterinario.

Allo stesso tempo, vengono affrontati i concetti di Customer Experience (CX) e User Experience (UX), fondamentali per il successo e la sopravvivenza delle aziende fornitrici di servizi nel XXI secolo.

Infine, è estremamente importante che i professionisti del settore veterinario che si dedicano alla gestione aziendale abbiano una conoscenza approfondita delle capacità di leadership e manageriali, per fornire un trattamento adeguato sia ai clienti che agli altri dipendenti. Per questo motivo, l'Esperto Universitario offre una preparazione completa in questo settore.

Va tenuto presente che la mancanza di una componente sulla gestione aziendale nel corso di laurea in veterinaria ha una grande influenza sulla mancanza di consapevolezza del futuro imprenditore quando si tratta di professionalizzare la gestione del proprio centro veterinario, privilegiando, in realtà, la pratica medica e chirurgica.

Attualmente, uno dei problemi che condiziona la specializzazione continua post-laurea è la sua difficoltà di conciliarla con la vita lavorativa e personale. Le attuali esigenze professionali rendono difficile fornire una preparazione specialistica di qualità in presenza, ed è per questo che si predilige il formato online, che consentirà agli studenti di conciliare gli studi con la loro pratica professionale quotidiana, senza pregiudicare la qualità della specializzazione.

Questo **Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Marketing nei Centri Veterinari
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Ultime novità sul Marketing nei Centri Veterinari
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative per il Marketing nei Centri Veterinari
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutore, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Immergiti in questa specializzazione di alta qualità, che ti permetterà di affrontare le sfide future della Gestione di un Centro Veterinario"

“

Questo Esperto Universitario è il miglior investimento che tu possa fare nella scelta di un programma di aggiornamento delle tue conoscenze in materia di Marketing nei Centri Veterinari”

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti nell'ambito della Gestione e Direzione di Centri Veterinari, e riconosciuti specialisti appartenenti a prestigiose società e università, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. A tale fine, il professionista disporrà di un innovativo sistema di video interattivi creati da rinomati esperti in Marketing nei Centri Veterinari, che possiedono un'ampia esperienza didattica.

Questo programma dispone del miglior materiale didattico che ti permetterà di studiare in modo contestuale e faciliterà il tuo apprendimento.

Questo Esperto Universitario 100% online ti permetterà di combinare i tuoi studi con il lavoro, ampliando le tue conoscenze in questo ambito.



02

Obiettivi

L'Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari è orientato a facilitare le prestazioni del professionista che si dedica alla veterinaria con gli ultimi progressi del settore.



MARKETING

content

“

Il nostro obiettivo è raggiungere l'eccellenza accademica e aiutarti a raggiungere il successo professionale”



Obiettivi generali

- Analizzare e definire i diversi tipi di clienti/utenti di un centro veterinario
- Identificare e valutare le capacità di comunicazione necessarie per avere successo con i clienti
- Proporre una metodologia per trattare efficacemente i clienti con emozioni diverse
- Sviluppare un processo di fidelizzazione
- Esaminare i diversi strumenti di marketing utilizzati per vendere prodotti e servizi
- Riflettere sulla necessità di una comunicazione efficace con i clienti
- Stabilire come determinare il prezzo di un servizio veterinario
- Assimilare l'importanza del cross-selling
- Analizzare gli strumenti di *merchandising*
- Studiare la coerenza tra marketing online e offline
- Sviluppare le competenze necessarie per essere un buon leader
- Proporre una metodologia per garantire la necessaria efficienza ed efficacia di un manager
- Promuovere e potenziare team professionali ad alte prestazioni
- Consentire al manager di gestire con successo i conflitti all'interno dei team professionali



Dai una spinta alla tua carriera grazie a questo completissimo Esperto Universitario”





Obiettivi specifici

Modulo 1. Il cliente/utente dei centri veterinari

- ◆ Definire le tipologie di clienti di un centro veterinario e gli stili comunicativi che meglio si adattano a loro
- ◆ Sviluppare le competenze comunicative necessarie in un centro veterinario
- ◆ Dimostrare e sviluppare empatia in un ambulatorio veterinario
- ◆ Analizzare le situazioni di distorsione delle emozioni e le lamentele per gestirle in modo efficace
- ◆ Gestire e valutare la qualità dell'assistenza ai clienti in uno studio veterinario
- ◆ Stabilire e sviluppare i portafogli dei clienti con l'uso di strumenti pratici
- ◆ Progettare e sviluppare modelli di Customer Experience (CX) per ottenere la migliore User Experience (UX) possibile
- ◆ Analizzare ed elaborare la visita perfetta per i clienti del centro veterinario

Modulo 2. Marketing applicato nei centri veterinari

- ◆ Analizzare l'evoluzione del marketing e il suo significato nell'attuale marketing esperienziale
- ◆ Riflettere sulla necessità e sull'obbligo di fidelizzare i clienti
- ◆ Esaminare la differenza nella vendita di servizi e prodotti
- ◆ Determinare il prezzo di una prestazione veterinaria
- ◆ Proporre una metodologia per la determinazione dei prezzi dei servizi veterinari
- ◆ Sviluppare una metodologia pratica per il servizio clienti telefonico
- ◆ Preparare ad addebitare sempre tutto ciò che viene fatto e fatturato
- ◆ Identificare i mezzi pubblicitari più appropriati per ogni azione
- ◆ Mostrare l'importanza dei sondaggi di soddisfazione per scoprire cosa pensano di noi i nostri clienti

- ◆ Stabilire una metodologia per la gestione di reclami e richieste di risarcimento
- ◆ Sviluppare una metodologia per convertire ogni strategia in almeno un'azione specifica
- ◆ Determinare le basi pratiche per aumentare le vendite attraverso il cross-selling
- ◆ Convincere della necessità di un *merchandising* nel negozio
- ◆ Mostrare i diversi strumenti di fidelizzazione dei clienti
- ◆ Comprendere che il marketing digitale deve avere lo stesso peso del marketing analogico
- ◆ Proporre modelli che aiutino a controllare le azioni di marketing

Modulo 3. Leadership e competenze manageriali applicate ai centri veterinari

- ◆ Analizzare i valori da sviluppare necessari in un manager
- ◆ Proporre una metodologia per diventare un buon leader
- ◆ Affrontare un processo di negoziazione con fiducia e sicurezza
- ◆ Generare fiducia nelle persone con cui si lavora e in se stessi
- ◆ Sviluppare le competenze necessarie per un'eccellente autogestione del tempo
- ◆ Proporre una metodologia adeguata per ottimizzare la produttività del manager
- ◆ Costruire e unire team professionali ad alte prestazioni
- ◆ Identificare e analizzare i conflitti interni in un centro veterinario
- ◆ Guidare i team di professionisti per aiutarli a trovare soluzioni ai loro conflitti interni

03

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti e riconosciuti specialisti nella Gestione e Direzione di Centri Veterinari, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente. Si tratta di professionisti riconosciuti a livello mondiale, provenienti da diversi Paesi e con dimostrata esperienza teorico-pratica professionale.





“

Disponiamo del miglior team di insegnamento, con anni di esperienza alle spalle e determinato a trasmettere tutte le proprie conoscenze su questo settore”

Direzione



Dott. Barreneche Martínez, Enrique

- Laurea in Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid nel 1990
- Direttore della compagnia di consulenza VetsPower.com, impresa di consulenza aziendale con dedica esclusiva ai centri veterinari per animali da compagnia
- Vice-presidente dell'associazione provinciale dei datori di lavoro del settore veterinario di Alicante, AEVA, e tesoriere della Confederazione delle associazioni dei datori di lavoro del settore veterinario della Spagna (CEVE)
- Co-fondatore del Gruppo di Lavori e Amministrazione di AVEPA (GGA), di cui è stato presidente tra il 2011 e il 2013
- Esperienza aziendale propria Fondatore e proprietario del Centro Veterinario Amic di Alicante dal 1991 al 2018, si è trasferito per dedicarsi esclusivamente alla gestione aziendale nel settore dei centri sanitari veterinari per animali domestici
- Autore dei libri sulla gestione aziendale dei centri veterinari "Chi ha rilevato il mio centro veterinario?" (2009) e "Ho trovato il mio centro veterinario!" (2013)
- Co-autore di due libri e autore di capitoli specifici in altre pubblicazioni finalizzate alla formazione degli assistenti di clinica veterinaria (VCA)
- Relatore in diversi corsi e workshop sulla gestione aziendale dei centri veterinari, sia in presenza che online, sia in Spagna che all'estero
- Dal 1999 ha tenuto numerose conferenze, corsi e webinar per il personale ausiliario dei centri veterinari

Personale docente

Dott.ssa Navarro Ferrer, María José

- ♦ Laurea in Psicologia presso l'Università di Valencia (UV)
- ♦ Master in Psicologia Clinica CTMC Valencia
- ♦ Master Privato in Gerontologia Sociale Università di Valencia
- ♦ Corso Post-laurea in Mindfulness e Psicoterapia IL3 UB
- ♦ Effettua formazione e workshop per imprese e organizzazioni private
- ♦ Docente presso Recull d'activitats per als Serveis Locals d'Ocupació: Persones i Empreses di Barcellona
- ♦ Collabora nei processi di gestione delle risorse umane e fa formazione di Soft Skills Comunicazione
- ♦ Gestione dei conflitti e tecniche di negoziazione, Servizio ai clienti difficili), Mindfulness Trainer, analisi e trasformazione delle convinzioni per la Gestione dello Stress e Prevenzione del Burnout (da marzo 2016 a oggi)

Dott.ssa Tabares, Nuria

- ♦ Combino la mia passione per la consulenza e il lavoro e l'Executive Coaching presso Coaching Ability, con le mie altre passioni come conferenziere (Spagna e America Latina)
- ♦ Insegnamento (professore associato presso l'Università Autonoma di Barcellona, Facoltà di Economia e Commercio)
- ♦ Docente presso il Master Dual Citius della UAB
- ♦ Sono anche Direttore Tecnico della Clinica Veterinaria Terra San Fernando

Dott. Albuixech Martínez, Miguel

- ♦ Responsabile dell'Ospedale Veterinario AniCura Valencia Sud
- ♦ Consulente libero professionista nella gestione di centri veterinari
- ♦ Consulenza integrale in Gruppo Audit, Deloitte & Touche o Sealco Consultores
- ♦ Laurea in Amministrazione e Gestione Aziendale (ADE) presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Valencia
- ♦ Master in Gestione delle risorse umane presso l'ADEIT (Fondazione Università-Impresa)

Dott. Vilches Sáez, José

- ♦ Responsabile del progetto CursoACV.com
- ♦ Responsabile della piattaforma di formazione Cursoveterinaria.com
- ♦ Responsabile del progetto – Duna Formación
- ♦ Responsabile commerciale - Gesvilsa
- ♦ Responsabile presso Formación Professional Duna, SL
- ♦ Community Manager
- ♦ Gestione della Segreteria - AGESVET
- ♦ Responsabile commerciale per la Spagna - ProvetCloud
- ♦ Responsabile tecnico commerciale - Guerrero Coves

Dott. Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid Promozione
- ♦ MBA presso l'Università Jaime I (UJI),
- ♦ Professore delle materie di Anestesiologia e Gestione della Clinica Veterinaria, presso l'Università CEU Cardenal Herrera, da novembre 2011 a oggi
- ♦ Socio di AGESVET dalla sua fondazione fino al 2018
- ♦ Partecipante allo sviluppo e alla formazione del Modulo di Risorse Umane di AGESVET

Dott.ssa Saleno, Delia

- ♦ Studi di dottorato (2000- 2003) senza presentazione della tesi
- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università di Scienze Agricole e Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Diploma di Studi Avanzati in Clinica di Animali di Piccola Taglia (2000)
- ♦ Studi Avanzati in Citogenetica presso l'Università di Cordoba (2005) con uno studio sulla Infertilità negli Equini
- ♦ Corso per imprenditori (500 ore) di EOI nel 2007 a Palma di Maiorca (Spagna)
- ♦ Corso di qualificazione come valutatore nelle procedure di accreditamento delle competenze professionali acquisite attraverso l'esperienza lavorativa in agricoltura
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Riproduzione Animale della Facoltà di Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Genetica dell'Università di Cordoba (Spagna)
- ♦ Da oltre 20 anni si occupa di medicina del cane e del gatto, inizialmente presso l'Ospedale Veterinario Universitario di Cluj-Napoca e successivamente in diverse cliniche e ospedali in Spagna
- ♦ Nel 2008 inizia la sua attività imprenditoriale con una clinica veterinaria di Palma di Maiorca: Clinica Veterinaria Son Dureta

- ♦ È membro fondatore della Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) e della Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole (CEVE) Ha ricoperto la presidenza di EMVETIB dal novembre 2012 e la presidenza della CEVE dal marzo 2017
- ♦ Da settembre 2018 è membro del Consiglio di Amministrazione di CEOE
- ♦ Rappresentante del settore veterinario in diversi forum economici nazionali e internazionali e negli osservatori settoriali e nei gruppi di lavoro del Ministero dell'Istruzione, del Ministero del Lavoro e del Ministero dell'Agricoltura

Dott. Villaluenga, José Luis

- ♦ Laurea in Scienze Biologiche presso l'Università Complutense di Madrid.(1979)
- ♦ Master Universitario in Marketing Digitale, EAE e Università di Barcellona (2016)
- ♦ Master Universitario in Direzione e Gestione delle Risorse Umane, EAE e Università di Barcellona (2018)
- ♦ Professore Associato dal 2012 presso la Facoltà di Veterinaria dell'Università Alfonso X El Sabio, Madrid (Spagna) nel Corso di Laurea in Veterinaria, materie di Genetica Veterinaria e di Etnologia (Modulo: Gestione e Marketing nell'ambito veterinario)
- ♦ Professore dell'area di "Assistenza al Cliente", dal 2017, presso FORVET, Centro di Formazione Veterinaria per Tecnici Ausiliari Veterinari a Madrid (Spagna)
- ♦ Professore del Master in Medicina Sportiva Equina dell'Università di Cordoba (Spagna), dal 2019. Modulo: Marketing e gestione dell'impresa veterinaria equina
- ♦ Professore del corso di Esperto in Fisioterapia e Riabilitazione per Animali di Piccola Taglia: Cani e gatti, area: Gestione aziendale di un centro di riabilitazione di animali di piccola taglia, dal 2017, presso l'Università Complutense di Madrid, Spagna
- ♦ 2016 – Oggi: Creazione in qualità di socio fondatore dell'impresa Rentabilidad Veterinaria, SL. L'impresa si dedica alla gestione aziendale di centri veterinari di animali da compagnia Sviluppa progetti di consulenza, formazione e valutazione di imprese, gestione delle risorse umane, gestione economico-finanziaria e fondazione di nuove imprese

Dott.ssa Navarro Ferrer, María José

- ♦ Laurea in Psicologia presso l'Università di Valencia (UV)
- ♦ Master in Psicologia Clinica CTMC Valencia
- ♦ Master Privato in Gerontologia Sociale Università di Valencia (1994)
- ♦ Corso Post-laurea in Mindfulness e Psicoterapia IL3 UB
- ♦ Effettua formazione e workshop per imprese e organizzazioni private
- ♦ Docente presso Recull d'activitats per als Serveis Locals d'Ocupació: Persones i Empreses di Barcellona
- ♦ Collabora nei processi di gestione delle risorse umane e fa formazione di Soft Skills (Comunicazione,
- ♦ Gestione dei conflitti e tecniche di negoziazione, Servizio ai clienti difficili), Mindfulness Trainer, analisi e trasformazione delle convinzioni per la gestione dello stress prevenzione del burnout (da marzo 2016 a oggi)

Dott.ssa Tabares, Nuria

- ♦ Combino la mia passione per la consulenza e il lavoro e l'Executive Coaching presso Coaching Ability, con le mie altre passioni come conferenziere (Spagna e America Latina)
- ♦ Insegnante (professoressa associata presso l'Università Autonoma di Barcellona, Facoltà di Economia e Commercio)
- ♦ Docente presso il Master Dual Citius della UAB
- ♦ Direttrice Tecnica della Clinica Veterinaria Terra San Fernando

Dott. Albuixech Martínez, Miguel

- ♦ Responsabile dell'Ospedale Veterinario AniCura Valencia Sud
- ♦ Consulente libero professionista nella gestione di centri veterinari
- ♦ Consulenza integrale in Gruppo Audit, Deloitte & Touche o Sealco Consultores
- ♦ Laurea in Amministrazione e Gestione Aziendale (ADE) presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Valencia
- ♦ Master in Gestione delle risorse umane presso l'ADEIT (Fondazione Università-Impresa)

Dott. Vilches Sáez, José

- ♦ Responsabile del progetto CursoACV.com
- ♦ Responsabile della piattaforma di formazione Cursoveterinaria.com
- ♦ Responsabile del progetto – Duna Formación
- ♦ Responsabile commerciale - Gesvilsa
- ♦ Responsabile presso Formación Professional Duna, SL
- ♦ Community Manager
- ♦ Gestione della Segreteria - AGESVET
- ♦ Responsabile commerciale per la Spagna - ProvetCloud
- ♦ Responsabile tecnico commerciale - Guerrero Coves

04

Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata progettata dai migliori professionisti del settore della Gestione e Direzione di Centri Veterinari, con una vasta esperienza e un riconosciuto prestigio nella professione, sostenuta dal volume di casi rivisti e studiati, e con un'ampia padronanza delle nuove tecnologie.



“

Disponiamo del programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Cerchiamo l'eccellenza, affinché anche tu possa raggiungerla”

Modulo 1. Il cliente/utente dei centri veterinari

- 1.1. L'assistenza ai clienti nei centri veterinari
 - 1.1.1. L'eccellenza nell'assistenza ai clienti
 - 1.1.2. La gestione dell'assistenza ai clienti
 - 1.1.3. La compliance nei centri veterinari come strumento di fidelizzazione
- 1.2. La comunicazione faccia a faccia nei centri veterinari
 - 1.2.1. Vantaggi pratici della comunicazione con i clienti
 - 1.2.2. Paradigma attuale
 - 1.2.3. Esigenze del cliente
 - 1.2.4. Gestione della qualità del servizio clienti
 - 1.2.4.1. Canali di comunicazione con il cliente
 - 1.2.4.2. Sistemi informatici/database (CRM)
 - 1.2.4.3. Indagini di valutazione della qualità
- 1.3. Competenze comunicative essenziali per i professionisti delle istituzioni veterinarie
 - 1.3.1. La domanda nella comunicazione professionale
 - 1.3.2. L'ascolto nella comunicazione professionale
 - 1.3.3. Comunicazione non verbale
 - 1.3.4. Comunicazione verbale
 - 1.3.5. La prossemica negli stabilimenti veterinari
- 1.4. L'empatia come abilità fondamentale nelle relazioni con i clienti del XXI secolo nei centri veterinari
 - 1.4.1. Classificazione e descrizione
 - 1.4.2. Espressioni di empatia
 - 1.4.3. Strumenti per lavorare sull'empatia con i clienti nelle cliniche veterinarie
- 1.5. Metodologia per affrontare con successo le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari
 - 1.5.1. Le quattro abitudini essenziali dei medici altamente efficaci
 - 1.5.2. Caratteristiche del conflitto tra professionisti e clienti
 - 1.5.3. Metodologia per affrontare le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari
 - 1.5.3.1. Identificare il problema
 - 1.5.3.2. Scoprire il significato
 - 1.5.3.3. Cogliere le opportunità
 - 1.5.3.4. Stabilire i confini della relazione
 - 1.5.3.5. Offrire l'aiuto necessario per risolvere il problema
 - 1.5.4. Strumento per il miglioramento delle capacità di comunicazione professionale
- 1.6. La comunicazione durante la visita dal veterinario
 - 1.6.1. Introduzione
 - 1.6.2. Il modello di Calgary-Cambridge applicato alla pratica veterinaria
 - 1.6.2.1. Fase di preparazione
 - 1.6.2.2. Inizio della visita
 - 1.6.2.3. Raccolta di informazioni
 - 1.6.2.4. Risultati e pianificazione
 - 1.6.2.5. Fornire informazioni adeguate
 - 1.6.2.6. Comprensione reciproca
 - 1.6.2.7. Termine della visita
 - 1.6.3. Comunicare le cattive notizie ai clienti delle strutture veterinarie
- 1.7. Strategie per la gestione delle relazioni con i clienti in uno studio veterinario
 - 1.7.1. Marketing relazionale
 - 1.7.2. Le principali aspettative dei clienti e degli utenti dei centri veterinari
 - 1.7.3. Gestione delle relazioni con i clienti a lungo termine
 - 1.7.3.1. Modello MSMC (Miglior servizio per i migliori clienti)
 - 1.7.3.2. Il nuovo paradigma dei CRM
- 1.8. Segmentazione dei clienti e profilazione dei clienti di uno studio veterinario
 - 1.8.1. Segmenti e portafogli clienti
 - 1.8.1.1. Il processo per individuare il portafoglio clienti di centri veterinari
 - 1.8.2. I vantaggi strategici del portafoglio clienti
 - 1.8.3. Clienti più preziosi (MVC)
- 1.9. Esperienza del cliente (CX) e esperienza dell'utente (UX) negli studi veterinari
 - 1.9.1. Il momento della verità
 - 1.9.2. Elementi che compongono l'esperienza del cliente
 - 1.9.3. L'esperienza dell'utente
- 1.10. Applicazione pratica dell'esperienza del cliente e dell'utente nei centri veterinari
 - 1.10.1. Fasi
 - 1.10.1.1. Studio e analisi delle esperienze degli utenti
 - 1.10.1.2. Definizione della piattaforma esperienziale
 - 1.10.1.3. Progettazione e pianificazione delle esperienze
 - 1.10.1.4. Strutturare il contatto o l'incontro con i clienti
 - 1.10.1.5. Metodologia pratica

Modulo 2. Marketing applicato nei centri veterinari

- 2.1. Marketing nei centri veterinari
 - 2.1.1. Definizioni
 - 2.1.2. Esigenze e motivazioni di acquisto
 - 2.1.3. Domanda e offerta
 - 2.1.4. Evoluzione del marketing
 - 2.1.5. Le aziende di oggi
 - 2.1.6. Il cliente di oggi
 - 2.1.7. La fidelizzazione: Il marketing nel XXI secolo
- 2.2. Cosa si vende nei centri veterinari?
 - 2.2.1. Prodotti
 - 2.2.2. Servizi
 - 2.2.3. Differenze tra prodotti e servizi
 - 2.2.4. Le 4P dei prodotti
 - 2.2.5. Le 7P dei servizi
- 2.3. I servizi e i prodotti dei centri veterinari
 - 2.3.1. Portafoglio di servizi
 - 2.3.2. Portafoglio di prodotti
 - 2.3.3. Come vendere i prodotti
 - 2.3.4. Come vendere servizi
 - 2.3.5. Differenziazione - valore aggiunto
 - 2.3.6. Tecnica CABE
 - 2.3.7. Il Neuro Marketing e la sua applicazione alle vendite
- 2.4. Il prezzo dei servizi e dei prodotti dei centri veterinari
 - 2.4.1. L'importanza del prezzo in un'azienda
 - 2.4.2. La relatività del prezzo nei servizi
 - 2.4.3. Come stabilire i prezzi di un servizio?
 - 2.4.4. Come stabilire i prezzi di un prodotto?
 - 2.4.5. Listino prezzi
 - 2.4.6. Come stabilire i prezzi di un servizio per i clienti?
 - 2.4.7. Come confutare i commenti sui prezzi elevati?
 - 2.4.8. Curva dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo
 - 2.4.9. Modelli di gestione dei prezzi nei centri veterinari
 - 2.4.10. Come far pagare tutti i servizi e cosa fare in caso contrario?
- 2.5. Comunicazione con i clienti dei centri veterinari
 - 2.5.1. Comunicazione con il cliente interno: i dipendenti
 - 2.5.2. Necessità: coordinamento dei messaggi
 - 2.5.3. La multicanalità e l'omnicanalità
 - 2.5.4. Nella sala d'attesa
 - 2.5.5. Nel servizio clienti telefonico
 - 2.5.6. Durante la visita
 - 2.5.7. Promemoria
 - 2.5.8. Campagne di prevenzione sanitaria
 - 2.5.9. Dr. Google Vet. e la sua gestione da parte del veterinario
 - 2.5.10. I motivi per cui un cliente cambia veterinario
 - 2.5.11. Sondaggi di soddisfazione
 - 2.5.12. Reclami in uno studio veterinario
- 2.6. Pubblicità nei centri veterinari
 - 2.6.1. Che tipo di clienti voglio raggiungere?
 - 2.6.2. Sala d'attesa
 - 2.6.3. Elementi promozionali
 - 2.6.4. Mezzi di comunicazione fisici
 - 2.6.5. Media digitali
 - 2.6.6. Altri
- 2.7. Cross-selling nei centri veterinari
 - 2.7.1. Cos'è e a cosa serve?
 - 2.7.2. Tipi di cross-selling
 - 2.7.3. Come realizzarlo?
 - 2.7.4. Servizio + Servizio
 - 2.7.5. Servizio + Prodotto
 - 2.7.6. Prodotto + Prodotto
 - 2.7.7. Lavoro di Squadra
- 2.8. *Merchandising*
 - 2.8.1. Definizioni
 - 2.8.2. I pilastri
 - 2.8.3. Obiettivi
 - 2.8.4. Il processo decisionale di acquisto e le tipologie di acquisto

- 2.8.5. L'esterno del centro
 - 2.8.5.1. La facciata
 - 2.8.5.2. Identità
 - 2.8.5.3. La porta
 - 2.8.5.4. La vetrina
- 2.8.6. L'interno del centro
 - 2.8.6.1. Assortimento
 - 2.8.6.2. Disposizione dello spazio
- 2.8.7. Gestione delle scorte
- 2.8.8. Animazione nel punto di vendita
 - 2.8.8.1. Esterna
 - 2.8.8.2. Interna
 - 2.8.8.3. PLV
 - 2.8.8.4. Promozioni
- 2.9. Marketing Digitale nei centri veterinari
 - 2.9.1. Informazioni generali
 - 2.9.2. Effetto ROPO
 - 2.9.3. *Blending Marketing*: Offline e online
 - 2.9.4. La pagina web di un centro veterinario
 - 2.9.5. Le Reti Sociali applicate ai centri veterinari
 - 2.9.5.1. Facebook
 - 2.9.5.2. Twitter
 - 2.9.5.3. Instagram
 - 2.9.5.4. Canale Youtube
 - 2.9.6. Email Marketing
 - 2.9.7. Strumenti di messaggistica istantanea
- 2.10. Strumenti di fidelizzazione per i clienti dei centri veterinari
 - 2.10.1. Non tutti i clienti hanno lo stesso valore
 - 2.10.2. Piani sanitari
 - 2.10.3. Campagne di prevenzione sanitaria
 - 2.10.4. Assicurazione veterinaria
 - 2.10.5. Sistemi di accumulo di punti
 - 2.10.6. Cupon di sconti
 - 2.10.7. Altri

Modulo 3. Leadership e competenze manageriali applicate ai centri veterinari

- 3.1. Competenze gestionali essenziali del manager e/o proprietario di un centro veterinario
 - 3.1.1. La gestione
 - 3.1.2. Processo decisionale
 - 3.1.3. Processo decisionale
 - 3.1.4. Flessibilità
 - 3.1.5. Autoconsapevolezza
 - 3.1.6. Assertività
 - 3.1.7. Comunicazione
 - 3.1.8. Intelligenza emotiva
- 3.2. La leadership applicata ai centri veterinari
 - 3.2.1. Caratteristiche del leader
 - 3.2.2. Vantaggi della leadership
 - 3.2.3. Compiti del leader
 - 3.2.4. La delegazione
 - 3.2.4.1. Strategia di delega
 - 3.2.4.2. Selezione dei compiti
 - 3.2.4.3. Processo per l'abilitazione
 - 3.2.5. Colloqui motivazionali con i dipendenti
 - 3.2.5.1. Metodo GROW/MAPA
- 3.3. Negoziazione per il responsabile del centro veterinario
 - 3.3.1. Capacità di negoziazione
 - 3.3.2. Tipi e stili di negoziazione
 - 3.3.3. Fasi della negoziazione
 - 3.3.3.1. Preparazione
 - 3.3.3.2. Discussione e argomentazione
 - 3.3.3.3. Proposta
 - 3.3.3.4. Scambio
 - 3.3.3.5. Chiusura
 - 3.3.3.6. Monitoraggio
 - 3.3.4. Tattiche e tecniche di negoziazione
 - 3.3.5. Strategie

- 3.4. Gestione del tempo del responsabile del centro veterinario
 - 3.4.1. Rallentare, riflettere, analizzare e decidere
 - 3.4.2. Conoscenze interne
 - 3.4.3. Come stabilire le priorità
 - 3.4.4. Agire
 - 3.4.5. Pianificazione e organizzazione
 - 3.4.6. Ladri di tempo
- 3.5. Come creare fiducia nel personale di un centro veterinario
 - 3.5.1. Fiducia in se stessi
 - 3.5.2. Fiducia negli altri
 - 3.5.3. Autocritica costruttiva
 - 3.5.4. Rispetto e responsabilità
 - 3.5.5. Onestà
 - 3.5.6. Prove ed errori
- 3.6. Gestione della produttività del direttore di una struttura veterinaria
 - 3.6.1. Ladri di produttività
 - 3.6.2. Il metodo Getting Things Done® (GTD)
 - 3.6.2.1. Fondamenti
 - 3.6.2.2. Raccogliere o catturare
 - 3.6.2.3. Elaborare o chiarire
 - 3.6.2.4. Organizzare
 - 3.6.2.5. Revisionare
 - 3.6.2.6. Fare
- 3.7. Team professionali ad alte prestazioni nelle istituzioni veterinarie
 - 3.7.1. Gruppi di lavoro
 - 3.7.2. Caratteristiche delle squadre di professionisti
 - 3.7.3. Vantaggi dei team professionali ad alte prestazioni
 - 3.7.4. Esempi pratici
- 3.8. Identificazione e risolvere conflitti interni di un centro veterinario
 - 3.8.1. Il metodo delle cinque disfunzioni dei team professionali
 - 3.8.1.1. Mancanza di fiducia
 - 3.8.1.2. Paura del conflitto
 - 3.8.1.3. Mancanza di impegno
 - 3.8.1.4. Evitare la responsabilità
 - 3.8.1.5. Disinteresse per i risultati
 - 3.8.2. Cause di fallimento delle squadre di professionisti
- 3.9. Prevenzione della tossicità interna nei centri veterinari
 - 3.9.1. Salute organizzativa
 - 3.9.2. Misure preventive
 - 3.9.2.1. Creare un team di leadership coeso
 - 3.9.2.2. Creare chiarezza all'interno dell'organizzazione
 - 3.9.2.3. Comunicare con eccessiva chiarezza
 - 3.9.2.4. Rafforzare la chiarezza
- 3.10. Gestione del cambiamento nella direzione di una struttura veterinaria
 - 3.10.1. Audit delle credenze
 - 3.10.2. Sviluppo del carattere
 - 3.10.3. Azioni di cambiamento



*Questa specializzazione ti
permetterà di avanzare nella
tua carriera in modo agevole"*

05

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Durante il programma verrà realizzato un confronto con molteplici casi clinici simulati, basati su pazienti reali, in cui dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine risolvere la situazione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. Gli specialisti imparano meglio e in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gervas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionale veterinaria.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche, che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per il veterinario, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il veterinario imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate grazie all'uso di software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.



All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Con questa metodologia sono stati formati oltre 65.000 veterinari con un successo senza precedenti in tutte le specializzazioni cliniche indipendentemente dal carico chirurgico. La nostra metodologia è inserita in un contesto molto esigente, con un corpo studenti dall'alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Ultime tecniche e procedure su video

TECH avvicina l'alunno alle tecniche più innovative, progressi educativi e all'avanguardia delle tecniche e procedure veterinarie attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, TECH ti presenta il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo dell'attenzione e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi. Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



06 Titolo

Il Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari**

N. Ore Ufficiali: **450 O.**



*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata immersione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Marketing nei Centri
Veterinari

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Marketing nei Centri Veterinari

