



Giovedì 27 febbraio **CORSO PRE-CONGRESSUALE**

14.30-17.00

Fare marketing odontoiatrico nel 2025: gli strumenti per generare valore in un mondo in continua evoluzione

Fare marketing odontoiatrico significa essere in grado di farvi scegliere dai nuovi pazienti e da quelli fidelizzati continuando a generare valore. Le vecchie regole del marketing non sono più funzionali ed efficaci, c'è bisogno di una creatività più vivace, di un content marketing più assiduo e fedele al proprio posizionamento ed una costante attenzione nel presidiare i cinque pilastri del marketing e management odontoiatrico: il marketing strategico, il marketing operativo, la gestione delle risorse umane, il controllo di gestione ed il percorso del paziente. Il tutto passa anche attraverso la consapevolezza che il cambiamento risiede nei porsi obiettivi condivisi, ambiziosi, monitorabili e che il titolare di studio dentistico /imprenditore è la figura che guida e regola questa importante trasformazione. Questa relazione si pone l'obiettivo di condividere il modo più efficace per continuare a farvi scegliere dai vostri pazienti, alla luce del cambiamento dello scenario.



Amida Parigi

Opera nel settore dentale da oltre 20 anni, lavorando a livello Manageriale per aziende come Align Technology, Straumann e oggi, con il ruolo di Managing Director e Partner di Ideandum, si occupa di formazione e consulenza strategica. La sua esperienza sul campo spazia dalla vendita, alla gestione di clienti direzionali, fino alla gestione di forze vendita. È convinta che la capacità di entrare in relazione con l'altro, di comprendere il suo punto di vista e di trovare soluzioni che collimino con i suoi bisogni, siano gli elementi essenziali per costruire relazioni ricche e di valore. Guarda la vita con curiosità, sempre avida di conoscenza e di nuovi punti di vista. Ha conseguito il Master in Business Administration presso il POLIMI (Milano) ed è Counsellor Professionista. Il suo credo è: *“Da soli si va veloce, insieme si va lontano”*.