



ideandum[®]
think up

OBIETTIVI E BUSINESS PLAN



Prima di proseguire ricordati di seguire anche il video tutorial disponibile a questo link:

LINK

OBIETTIVI & PIANO STRATEGICO:

Senza Obiettivi non c'è crescita

Dopo aver effettuato l'analisi SWOT è giunto ora il momento di passare agli **obiettivi**!

Se non ci si pongono degli **obiettivi** non si può sperare di crescere.

Lo scopo ultimo ma non unico del **Marketing Plan** è proprio quello di arrivare alla formulazione degli obiettivi.

Obiettivi sia strategici sia operativi, ovvero obiettivi per capire le strade da percorrere e obiettivi per capire che strumenti utilizzare per aumentare i tuoi risultati.

Come **obiettivi strategici** possiamo annoverare la digitalizzazione del tuo studio dentistico, la creazione di protocolli specifici per l'organizzazione del tuo studio, la crescita del fatturato dovuta a trattamenti maggiormente promossi.

Tra gli **obiettivi operativi** invece rientrano la creazione di strumenti di marketing per aumentare i risultati e la comunicazione all'esterno del tuo studio, oppure la creazione di eventi e partnership volti ad aumentare la percezione del tuo brand.

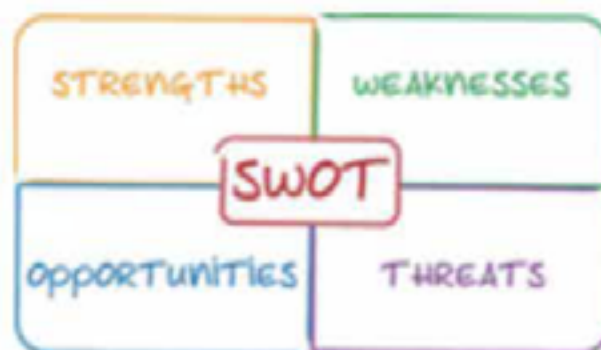
Solo con la formulazione degli obiettivi possiamo avere dei parametri per valutare se la strada che stiamo percorrendo è quella giusta.

Per valutare se stiamo incontrando troppe difficoltà e forse è meglio cambiare strategia.

Spero sia possibile condividere insieme i tuoi obiettivi e aiutarti nel sviluppare le potenzialità del tuo studio.

Riccardo

OBIETTIVI DI MARKETING STRATEGICO:



PUNTI DI FORZA	
PUNTI DI DEBOLEZZA	
MINACCE	
OPPORTUNITÀ	

OBIETTIVI AREA INFRASTRUTTURA > software , tecnologie, sala d'attesa

	obj 12 mesi	obj 24 mesi

OBIETTIVI AREA VENDITA > capacità di vendita, consulente, nuova risorsa

	obj 12 mesi	obj 24 mesi

OBIETTIVI AREA ORGANIZZATIVA > gestionale, comprensione analisi dei dati

	obj 12 mesi	obj 24 mesi

OBIETTIVI AREA RISORSE UMANE

	obj 12 mesi	obj 24 mesi

KPI:

	actual	obj 12 mesi	obj 24 mesi
FATTURATO ATTUALE			
NUMERO PRIME VISITE DA REFERRAL			
NUMERO PRIME VISITE DA MARKETING ESTERNO			
TMV : ticket medio di vendita è quanto fatturato su ogni nuovo paziente che accetta il trattamento es) esempio: ho 10 pazienti che accettano i miei piani di cura a 10.000€			
PMV: marginalità media per prestazione o preventivo medio di vendita è quanto preventivo ai tuoi nuovi pazienti » (esempio: ho 10 nuovi preventivi pari a 1000€, 3500 €, 2100€, 7000€, etc, la media per paziente è pari a 1200€)			
NUMERO RISORSE			
NUMERO CONSULENTI			