



CURAPROX

SWISS PREMIUM ORAL CARE

ДЕНИСОВА ВАЛЕРИЯ ДЖОРДАНОВНА

- Главный врач стоматологической клиники «Немецкая стоматология» г. Белгород,
- Врач-стоматолог-пародонтолог, терапевт, хирург, детский стоматолог,
- Член независимой пародонтологической ассоциации России,
- Опионион-лидер компании DURRE DENTAL,
- Международный лектор по вопросам пародонтологии, профилактики, инфекционной настроженности и безопасности,
- Лектор iTOP

iTOP ProБизнес

Как создать прибыльную систему профилактики и продаж средств гигиены Curaprox в клинике?
Юридическое обоснование необходимости обучения индивидуальной гигиене полости рта.

ФОРМАТ: 1 ДЕНЬ (8 ЧАСОВ)

ДАТА:

СТОИМОСТЬ:

✉ event@comdental.ru

☎ 8(903)198-26-74

- 1. Философия iTOP и её бизнес-потенциал.**
 - Почему профилактика — не убыток, а инвестиция.
 - Роль руководителя в внедрении концепции iTOP.
 - Экономика профилактики: стоимость профилактического пациента против.
- 2. Мировой опыт Curaden (Швейцария).**
 - Концепция «Учить, а не лечить».
 - Партнёрская модель клиника–Сугаргох–пациент.
 - Примеры успешных iTOP-клиник в Европе и России.
- 3. От миссии к продажам: как выстроить продуктовую воронку.**
 - Почему пациенты покупают именно рекомендации, а не пасту.
 - Линейка Сугаргох: позиционирование, уникальные преимущества, ассортимент для пациентов с имплантатами, ортодонтическими конструкциями, пародонтологическими проблемами.
- 4. Формирование ассортимента в клинике.**
 - SKU-лист для разных специализаций (терапия, ортодонтия, гигиена, имплантология).
 - Управление запасами, учет, мерчендайзинг, точки контакта в клинике.
 - Обучение администраторов и ассистентов продажам профилактических средств.
- 5. Техники эффективных продаж.**
 - Концепция «рекомендация — не продажа».
 - Правильная структура консультации пациента.
 - Алгоритм повышения среднего чека на профилактическом приеме.
 - Работа с возражениями: «дорого», «куплю в аптеке», «у меня уже есть».
- 6. Юридическая и нормативная база.**
 - Законодательство РФ и правила реализации профилактических средств в клиниках.
 - Продажи и налогообложение.
 - Алгоритм повышения среднего чека на профилактическом приеме.
 - Правовые риски и защита клиники.
- 7. Внедрение системы iTOP: пошаговый план.**
 - Обучение команды (врачи, гигиенисты, администраторы).
 - Настройка маршрута пациента: от приема до домашнего ухода.
 - Визуализация профилактики — зонирование и дизайн точки продаж.
- 8. Метрики эффективности профилактического бизнеса.**
 - KPI для врачей-гигиенистов и администраторов.
 - Средний чек, частота повторных визитов, процент пациентов с регулярным уходом.
 - Отчетность и мотивация персонала.
- 9. Разбор типовых ситуаций.**
 - Как внедрить профилактическое направление без снижения потока на лечение.
 - Как мотивировать врачей рекомендовать Сугаргох.
 - Как превратить рекомендацию в «продажу без продаж».
- 10. Разработка индивидуальной стратегии для вашей клиники.**
 - Мини-воркшоп: финансовая модель профилактического направления.
 - Индивидуальные рекомендации по юридической части.
- 11. Практика «Touch to teach».**