

Global Healthcare Conference 2020

Resiliencia: Crecimiento a través de la adversidad



Día 4

¿Quiénes son sus clientes?



Peter Young, DDS MAGD



THE
FiSH!
PHILOSOPHY

**MAKE THEIR
DAY™**

PLAY™

**CHOOSE YOUR
ATTITUDE™**

BE THERE™

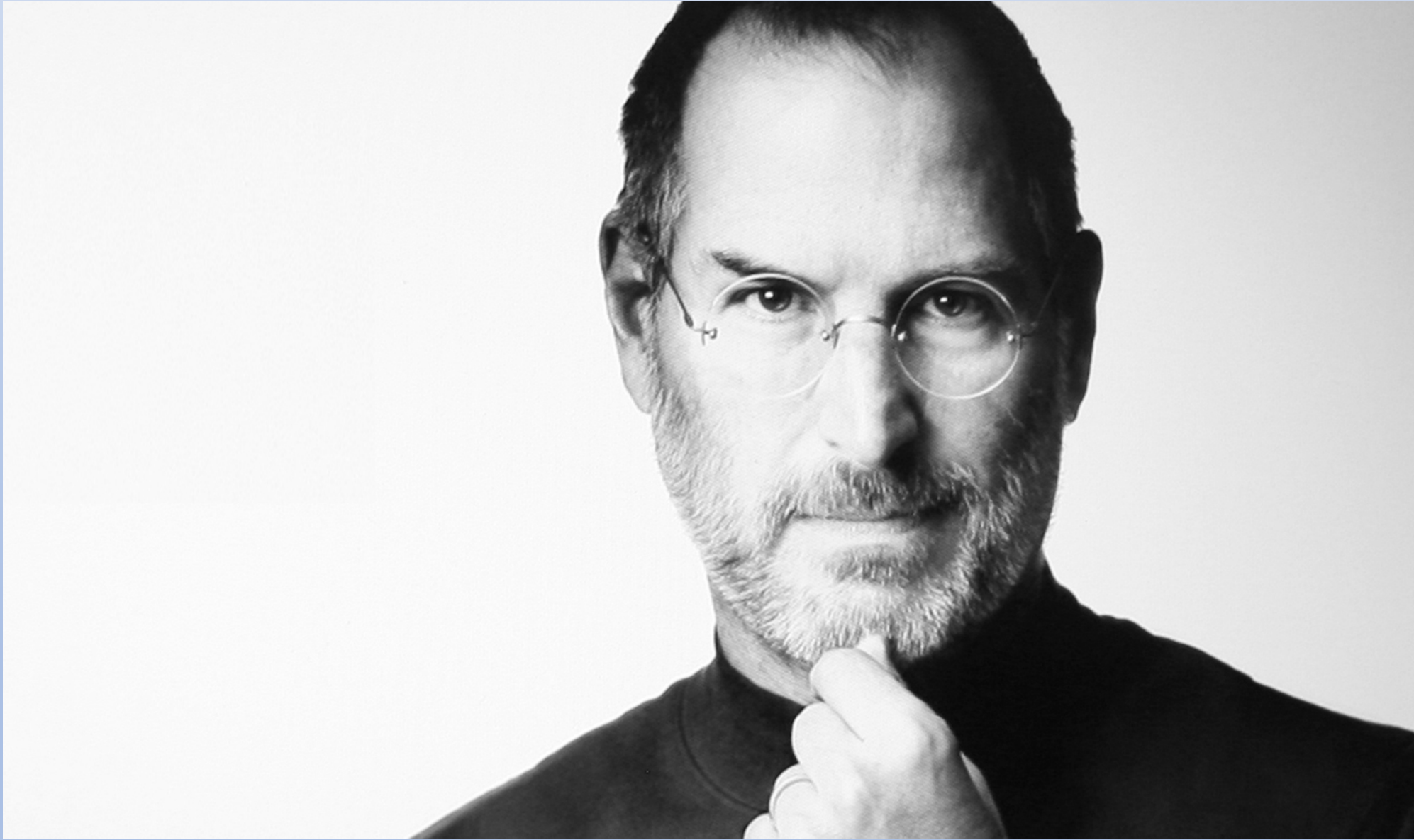
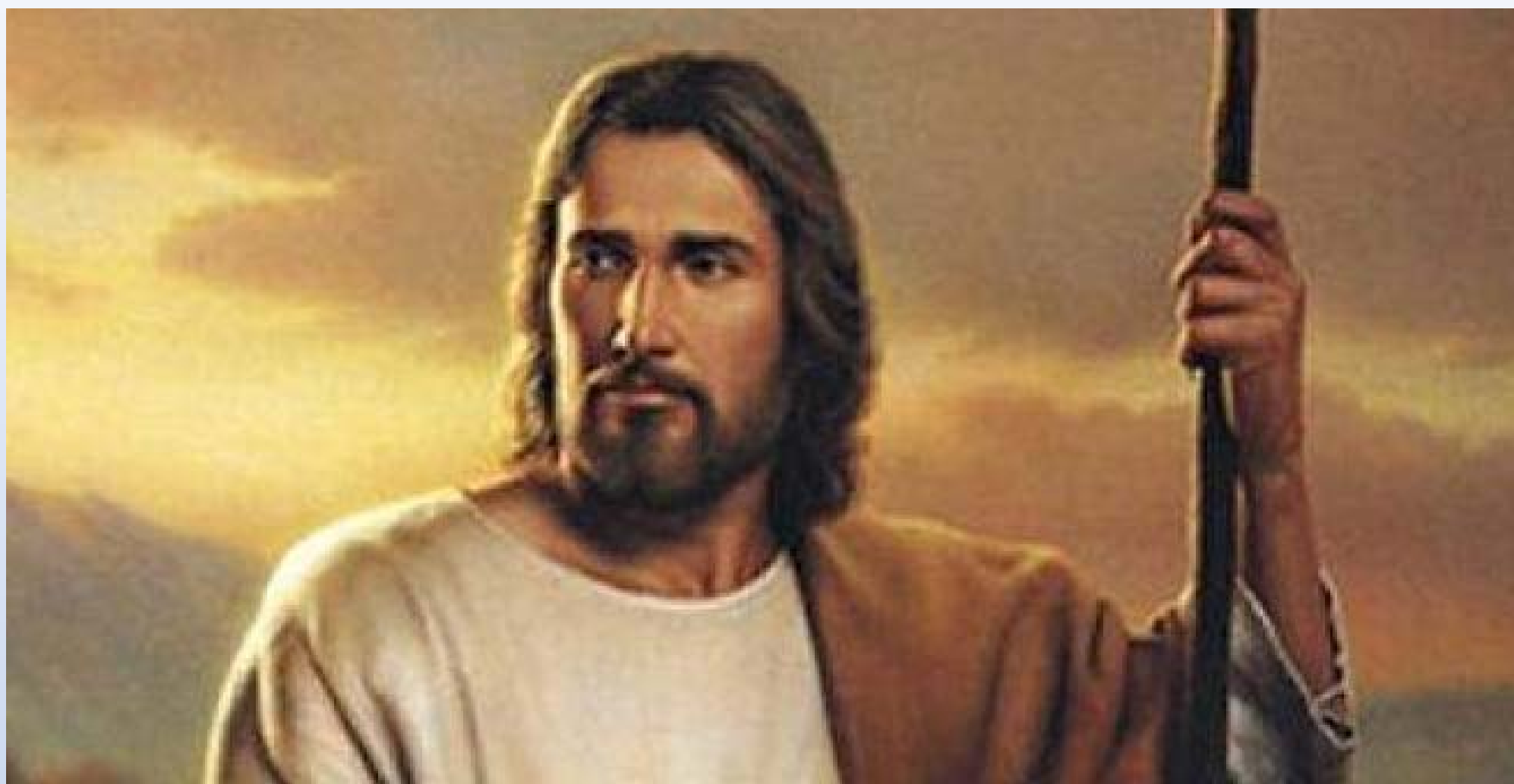
¿Por qué está usted en la odontología?





Everyone lives by
selling something.

Robert Louis Stevenson



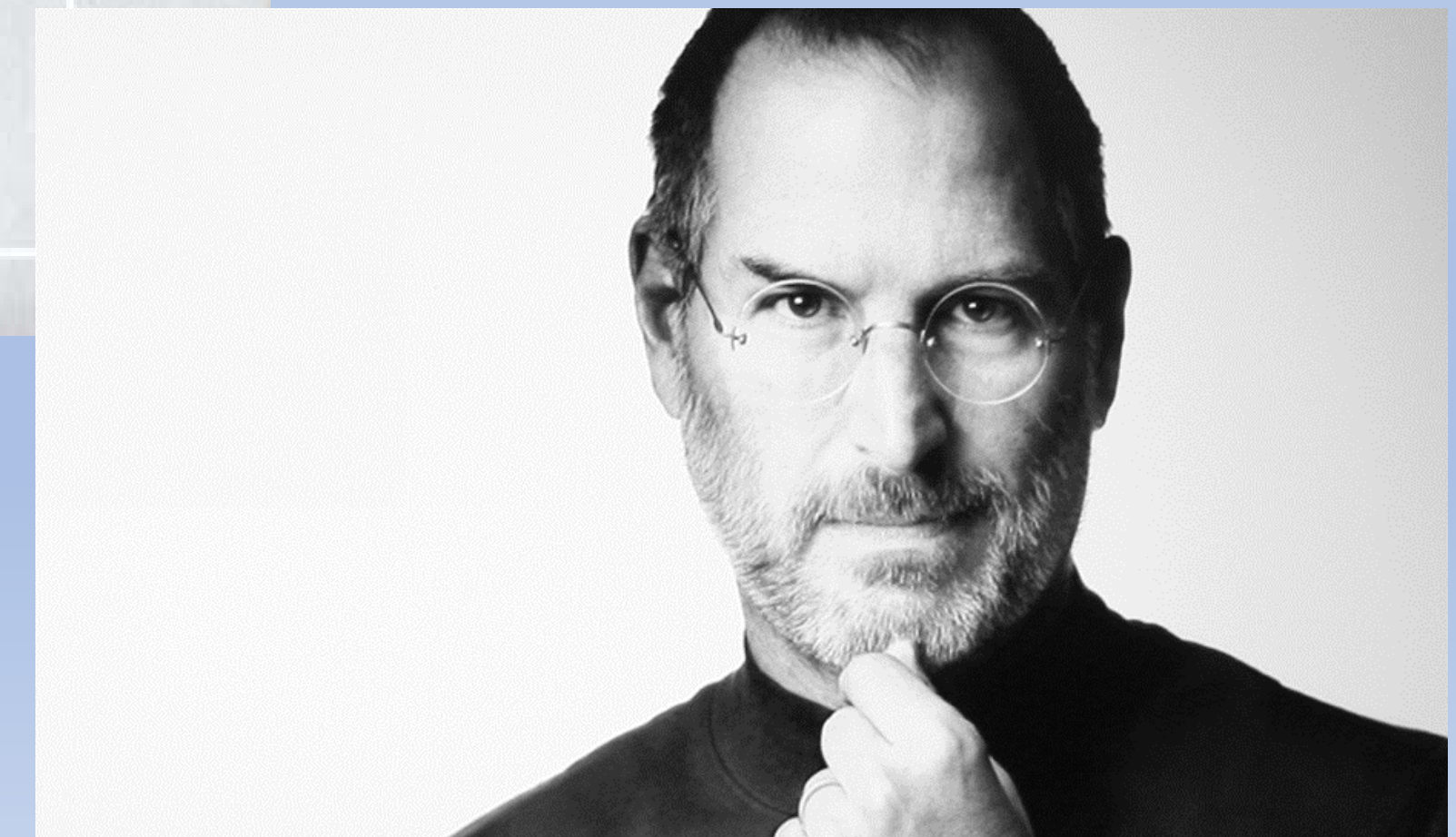
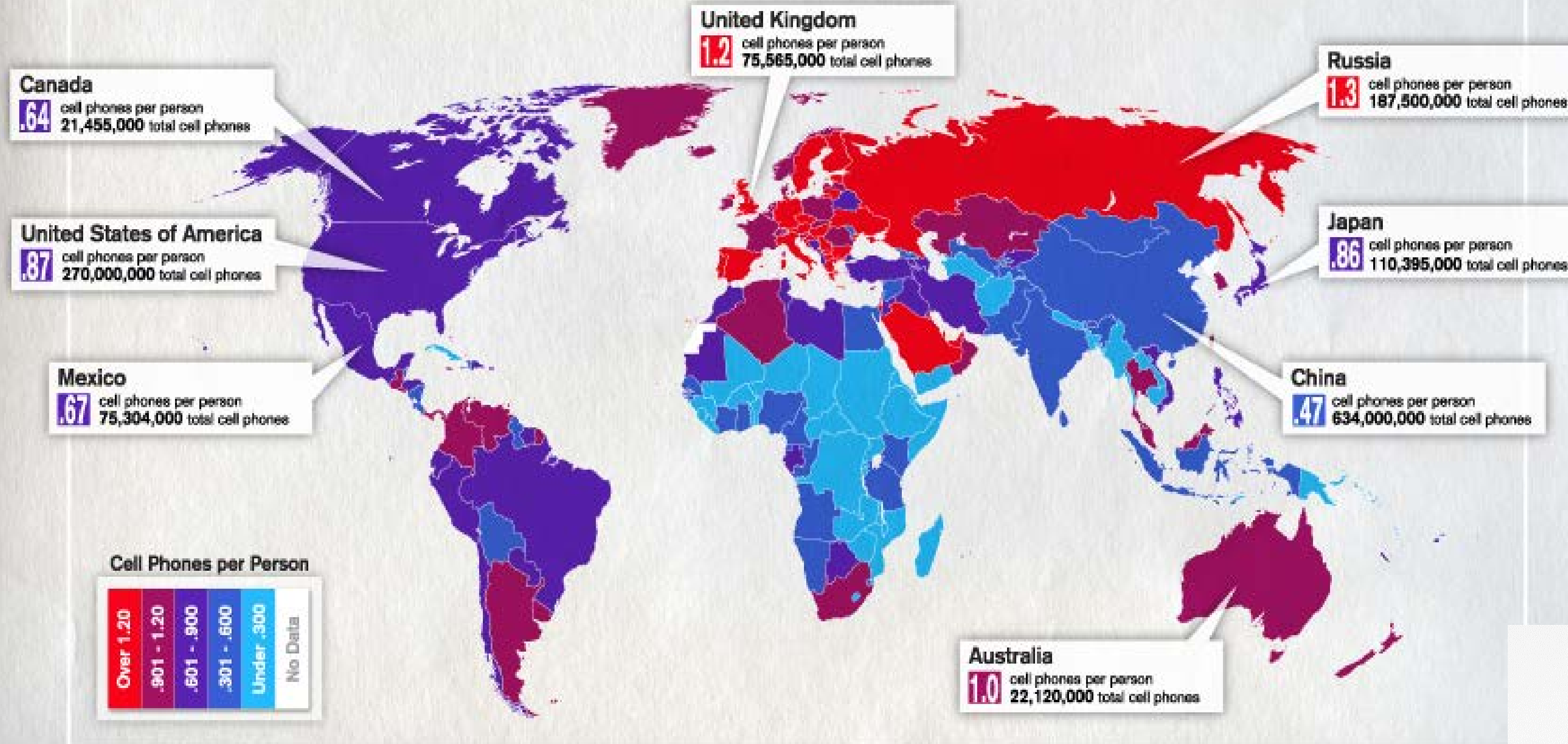


Esclavitud abolida



THE SHOCKING DEMOGRAPHICS OF CELL PHONE USE

Are you addicted to your cell phone? Statistics show an ever increasing number of people are displaying addictive behaviors when it comes to cell phone use. Today, there are more than 4.6 billion cell phones in use, more than 370 times the number in use in 1990.



Computadoras personales para todos

**Recuperamos el
Lebensraum**





Reconciliado con el Hombre

SELLING DENTISTRY

Ethically

Elegantly

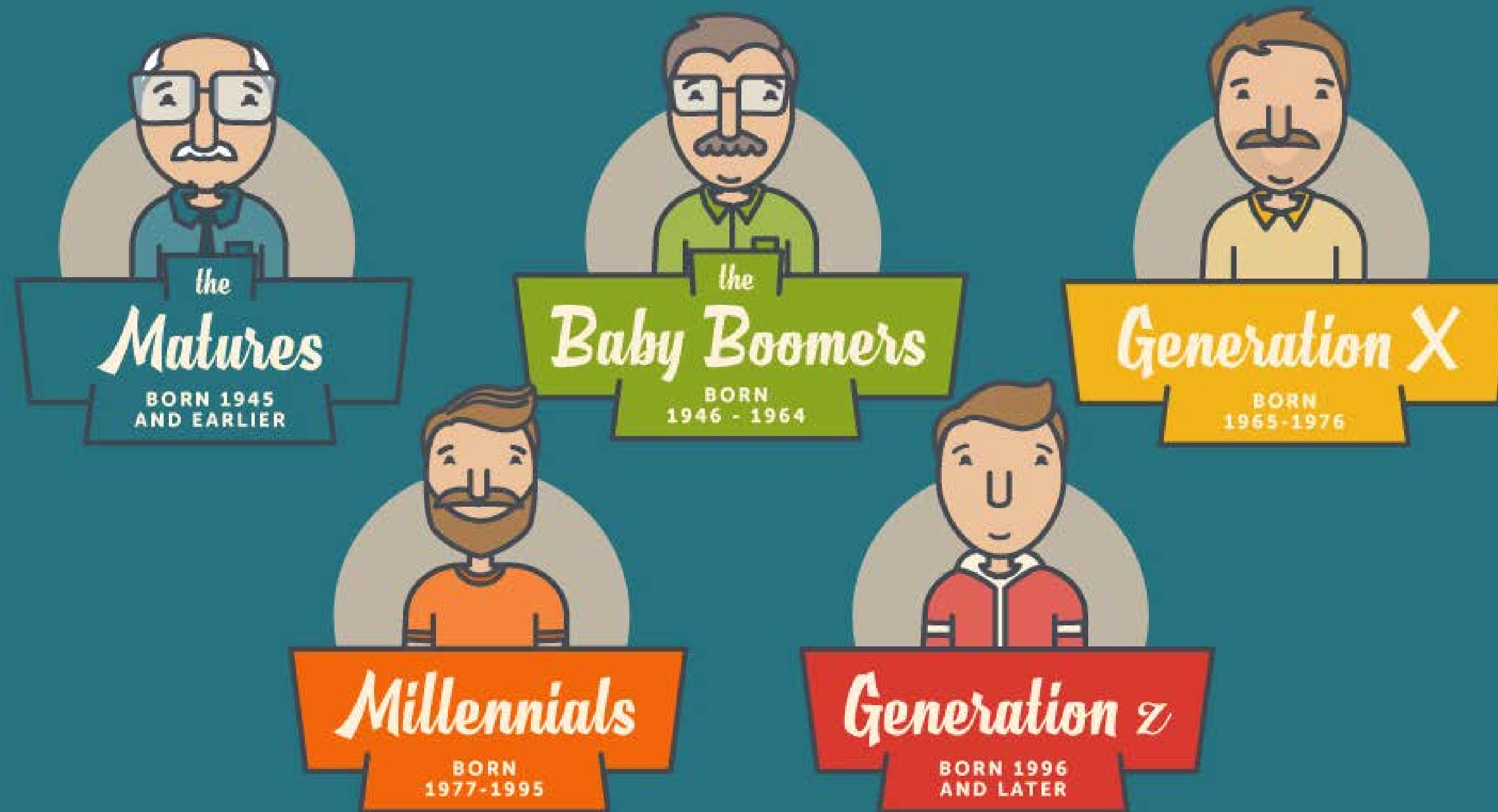
Effectively



¿Conoce a sus pacientes?



Diferencias generacionales



Generación Silenciosa/GI (nacidos antes de 1945)

- Leales
- Respetuosos
- Confían en los profesionales
- Alta integridad
- “Preguntan a la esposa”
- Conservadores en sus gastos



Baby Boomers (nacidos entre 1945-64)

- **Quieren lo mejor**
- **Exigentes**
- **Investigan**
- **Viven el momento**
- **Quieren tener lo mismo que los demás**



Generación X (Generación Perdida) [nacidos entre 1965-76]

- Escépticos y cautos
- Actitud “¿qué gano yo?”
- El grupo con mayor educación
- Planeación financiera



Milenials o Gen Y o Echo Boomers (nacidos entre 1977-95)

- Conocedores de la tecnología
- Tienen menor lealtad hacia las marcas
- Son conscientes de la moda y el estilo
- Inmunes a los argumentos de ventas y la mercadotecnia tradicionales
- Compre ahora y pague después (tarjeta de crédito)



Gen Z o iGen o Centenials (nacidos después de 1996)

- Conocedores de Internet
- Altamente sofisticados en cuanto a redes sociales y computadoras
- No son entusiastas de las interacciones 1 a 1
- Quieren respuestas exactas y rápidas
- Poder adquisitivo muy sólido (40% en 2020)



A word cloud centered around the word "Personality". The word "Personality" is the largest and most prominent, written in a dark red, serif font. Surrounding it are various other words in different sizes, colors, and orientations. The words include: "Inventory" (large, yellow, vertical), "Type" (yellow, vertical), "Workplace" (dark red, horizontal), "Occupational" (red, vertical), "Profile" (dark green, horizontal), "Tests" (orange, vertical), "Value" (green, vertical), "Big" (orange, vertical), "Interpersonal" (red, horizontal), "Introversion" (yellow, horizontal), "Agreeableness" (green, horizontal), "Preferences" (green, horizontal), "Five" (orange, horizontal), "Customer" (dark red, horizontal), "PTI" (orange, horizontal), "personality" (green, vertical), "Orientation" (purple, vertical), "Test" (green, vertical), "Thematic" (dark red, vertical), "Need" (orange, vertical), "Trait" (orange, vertical), "Relationship" (green, horizontal), "Aperception" (dark red, horizontal), "Motivational" (dark red, horizontal), "Inventory:200" (dark red, horizontal), "Oil" (dark red, horizontal), "Verbal" (green, horizontal), "Profiler" (dark red, horizontal), "Extraversion" (orange, horizontal), "Sociability" (orange, horizontal), "WPI-Pro" (dark red, horizontal), "Interest" (green, horizontal), "Self-confidence" (orange, horizontal), "Sales" (dark red, horizontal), "Interests" (orange, horizontal), "Questionnaire" (yellow, horizontal), "SP-30" (dark red, horizontal), "Centricity" (orange, vertical), and "Relationship" (green, horizontal).

Personality

Inventory

Type

Workplace

Occupational

Profile

Tests

Value

Big

Interpersonal

Introversion

Agreeableness

Preferences

Five

Customer

PTI

personality

Orientation

Test

Thematic

Need

Trait

Relationship

Aperception

Motivational

Inventory:200

Oil

Verbal

Profiler

Extraversion

Sociability

WPI-Pro

Interest

Self-confidence

Sales

Interests

Questionnaire

SP-30

Centricity

Dominance

- Direct
- Results-oriented
- Firm
- Strong-willed
- Forceful

Influence

- Outgoing
- Enthusiastic
- Optimistic
- High-spirited
- Lively

D

i

C

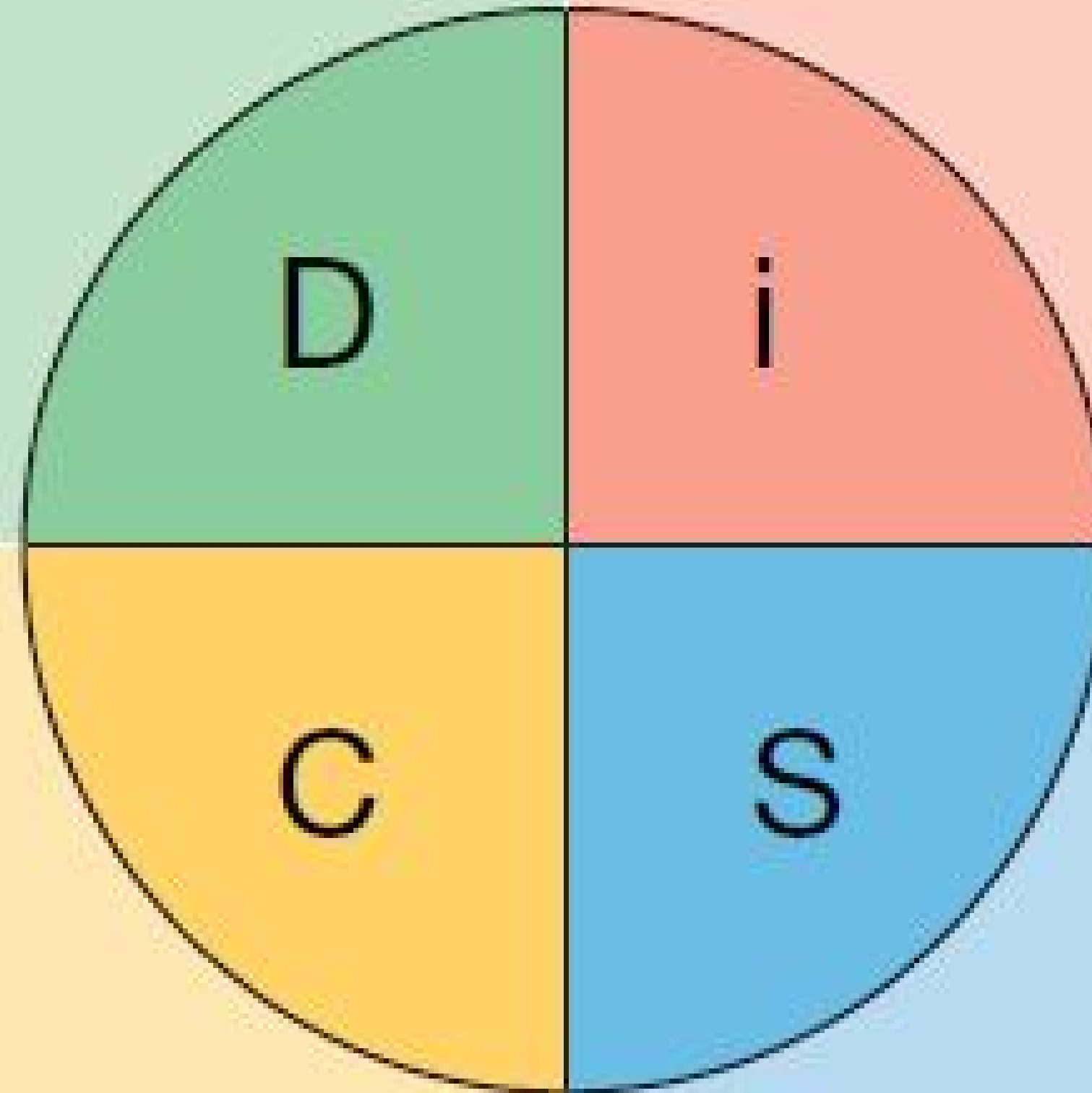
S

- Analytical
- Reserved
- Precise
- Private
- Systematic

Conscientiousness

- Even-tempered
- Accommodating
- Patient
- Humble
- Tactful

Steadiness

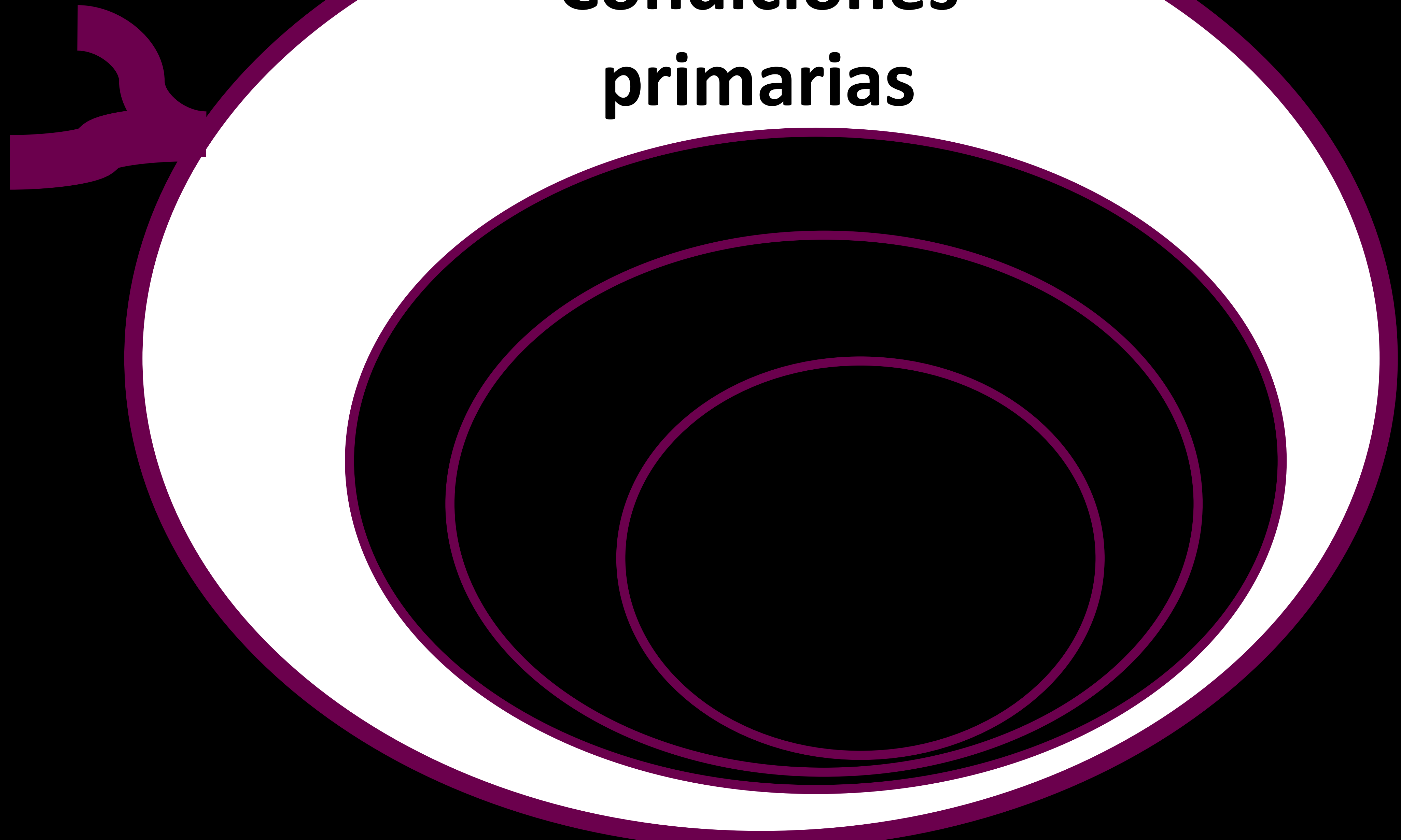


M&M's — ¿Qué importa más?



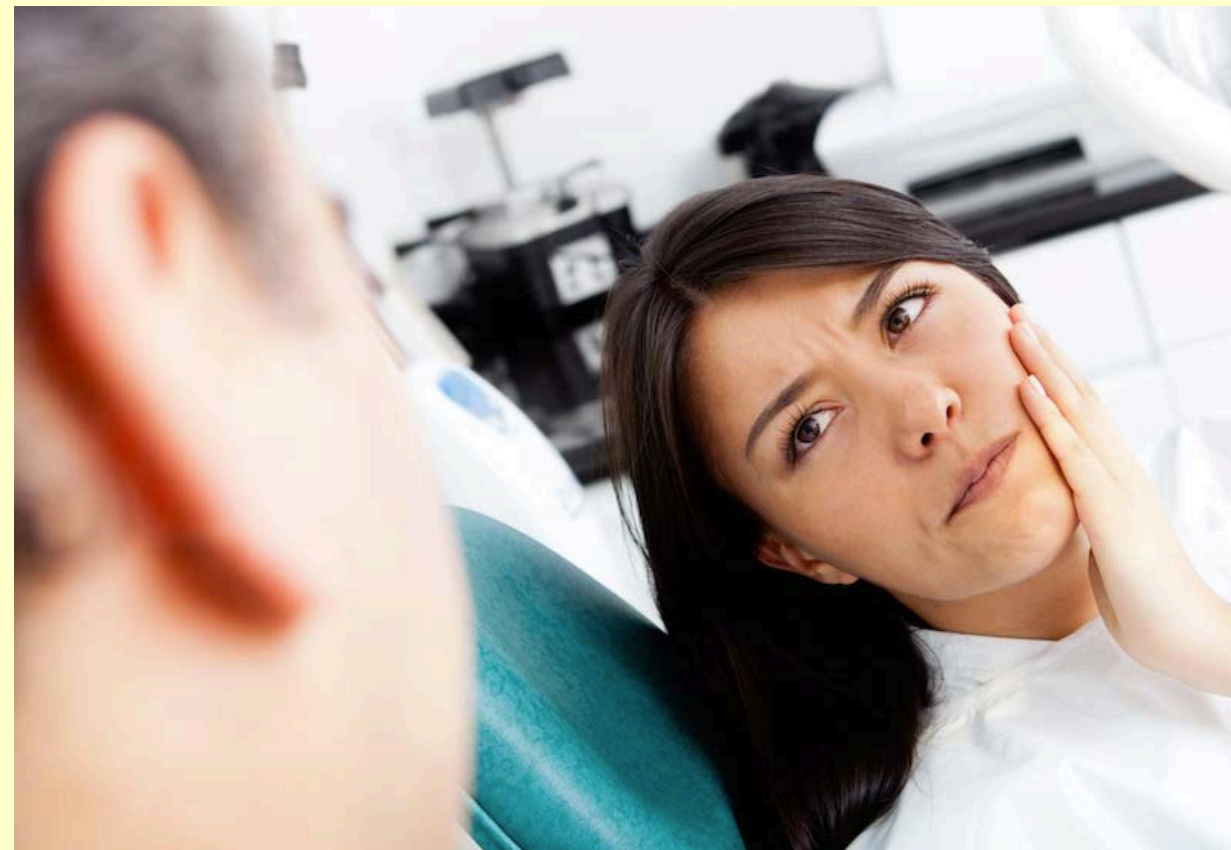


Condiciones primarias



Cuatro condiciones primarias

Urgencia: “¡Quíteme el dolor!”



Cuatro condiciones primarias

Tx impulsado por el seguro



Cuatro condiciones primarias

Especialistas de casos



Cuatro condiciones primarias



Cuidado exhaustivo de por vida

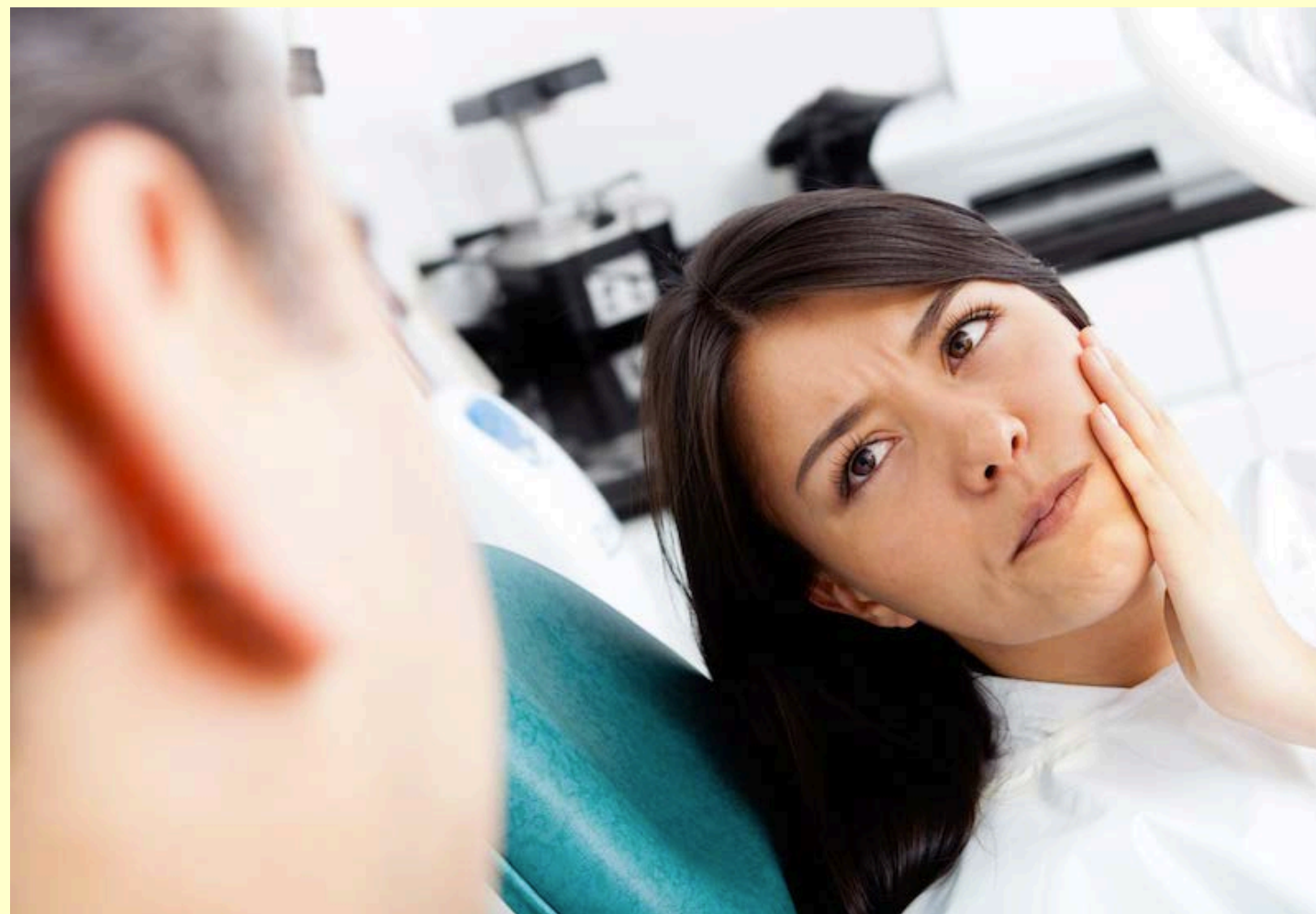
4 condiciones primarias por las que la gente busca atención dental

Especialistas de casos



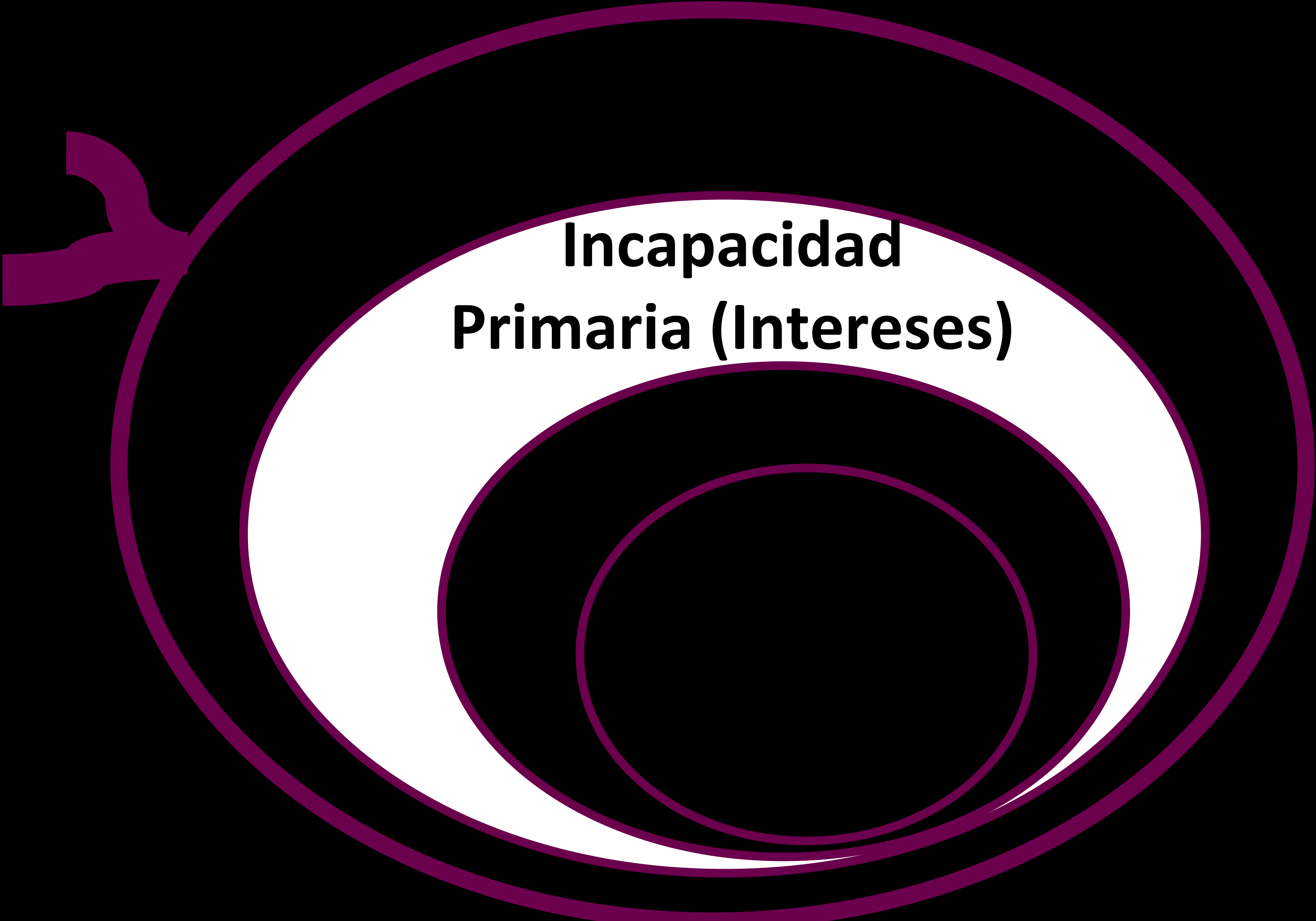
Cuidado exhaustivo de por vida

Urgencia: “Quíteme lo indoloro”



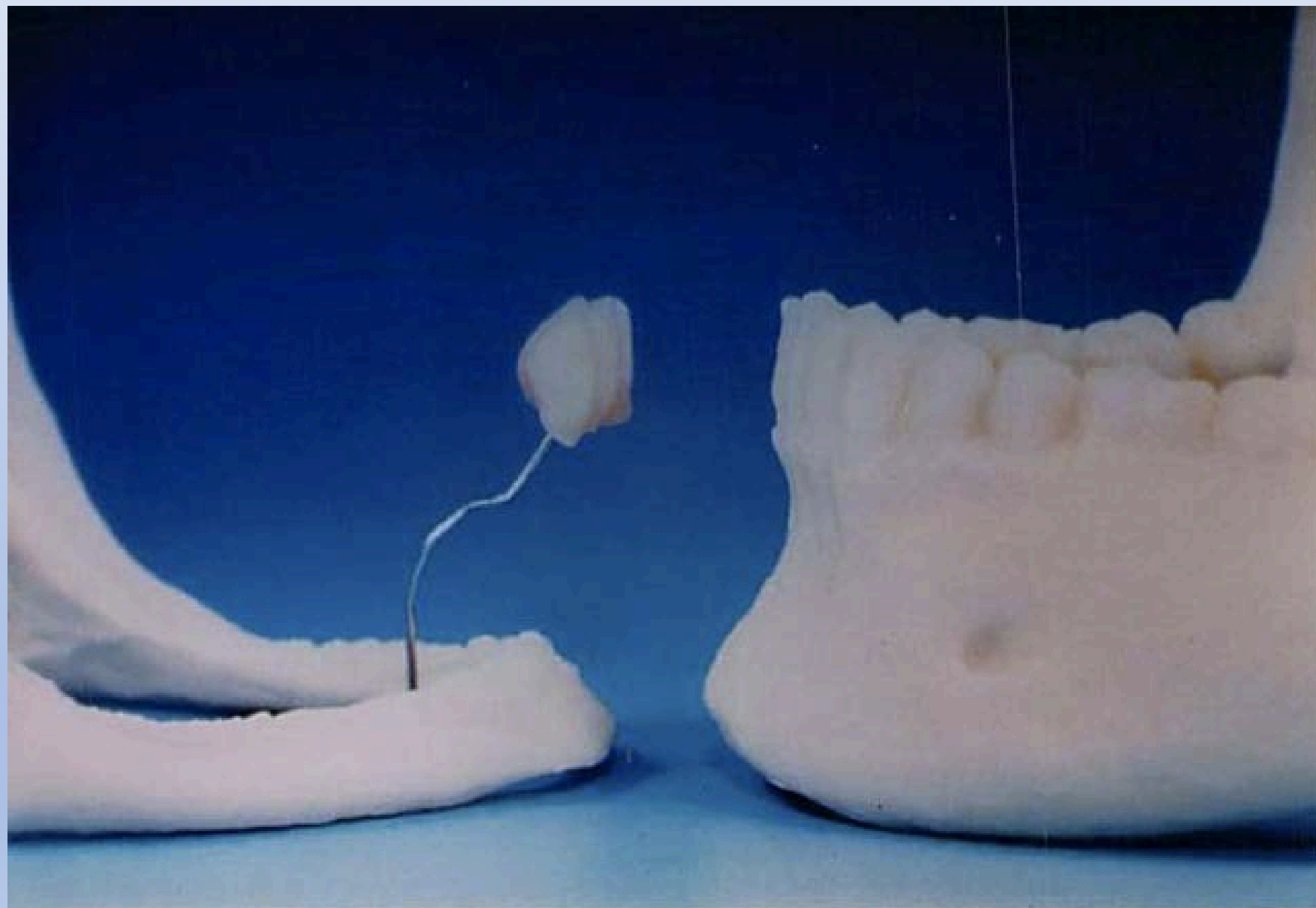
Impulso del seguro





**Incapacidad
Primaria (Intereses)**

Incapacidad primaria

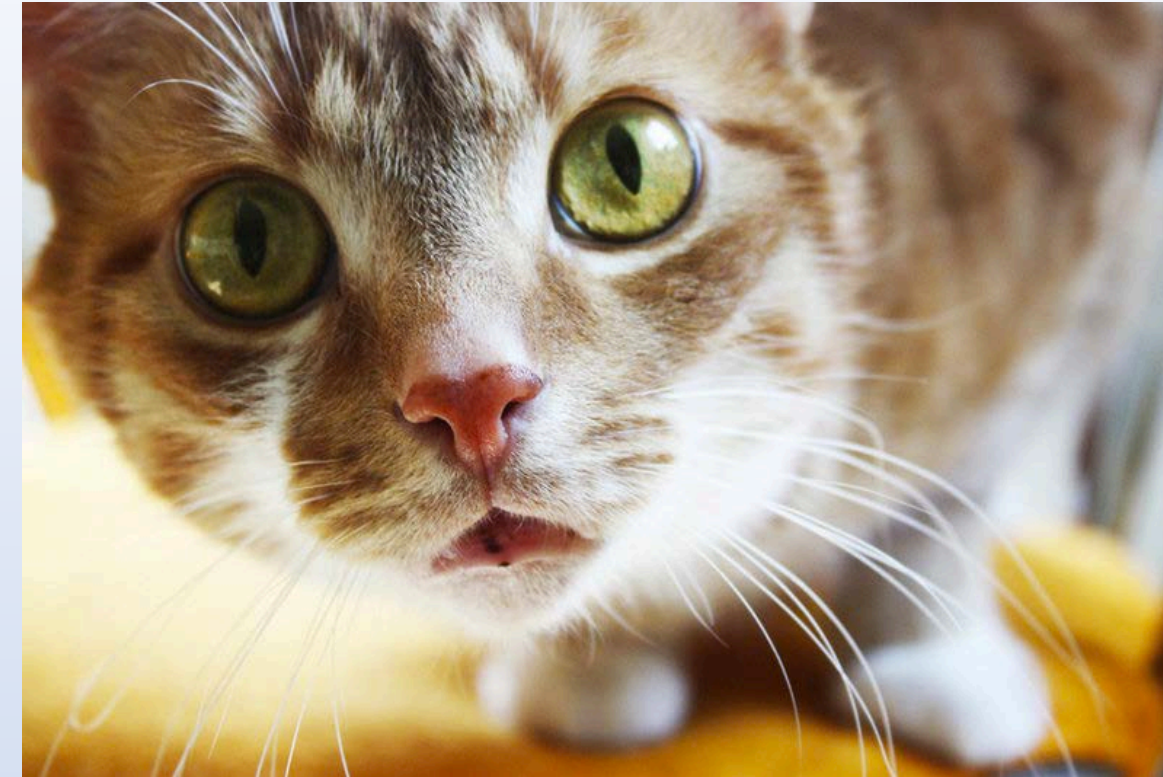


Incapacidades comunes

1. Dolor
2. Dientes manchados
3. Dientes torcidos
4. Diente roto
5. Mal aliento
6. Sangrado
7. “Mi esposa me dijo que viniera”



Interés primario

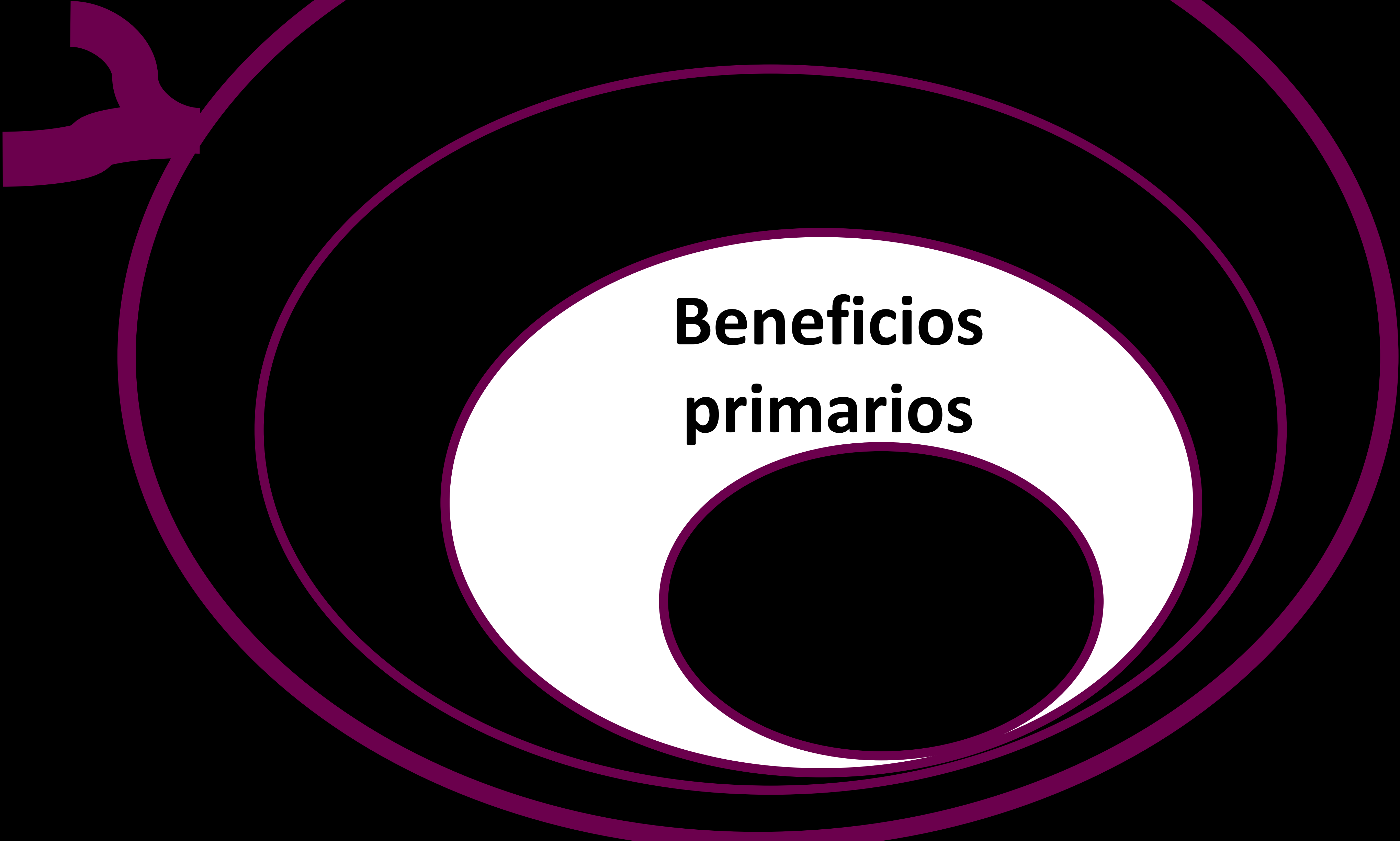


1. Dolor: **“No puedo dormir”**
2. Color de los dientes: **“Me siento avergonzado”**
3. Alineación de los dientes: **“Quiero una mejor sonrisa”**
4. Diente roto: **“No puedo comer”**
5. Mal aliento: **“No puedo hablarle a nadie”**
6. Infección: **“¡Tengo una infección!”**
7. “Mi esposa me dijo que viniera” **“tener paz en casa”**

Intereses primarios



P-CABBIT



**Beneficios
primarios**

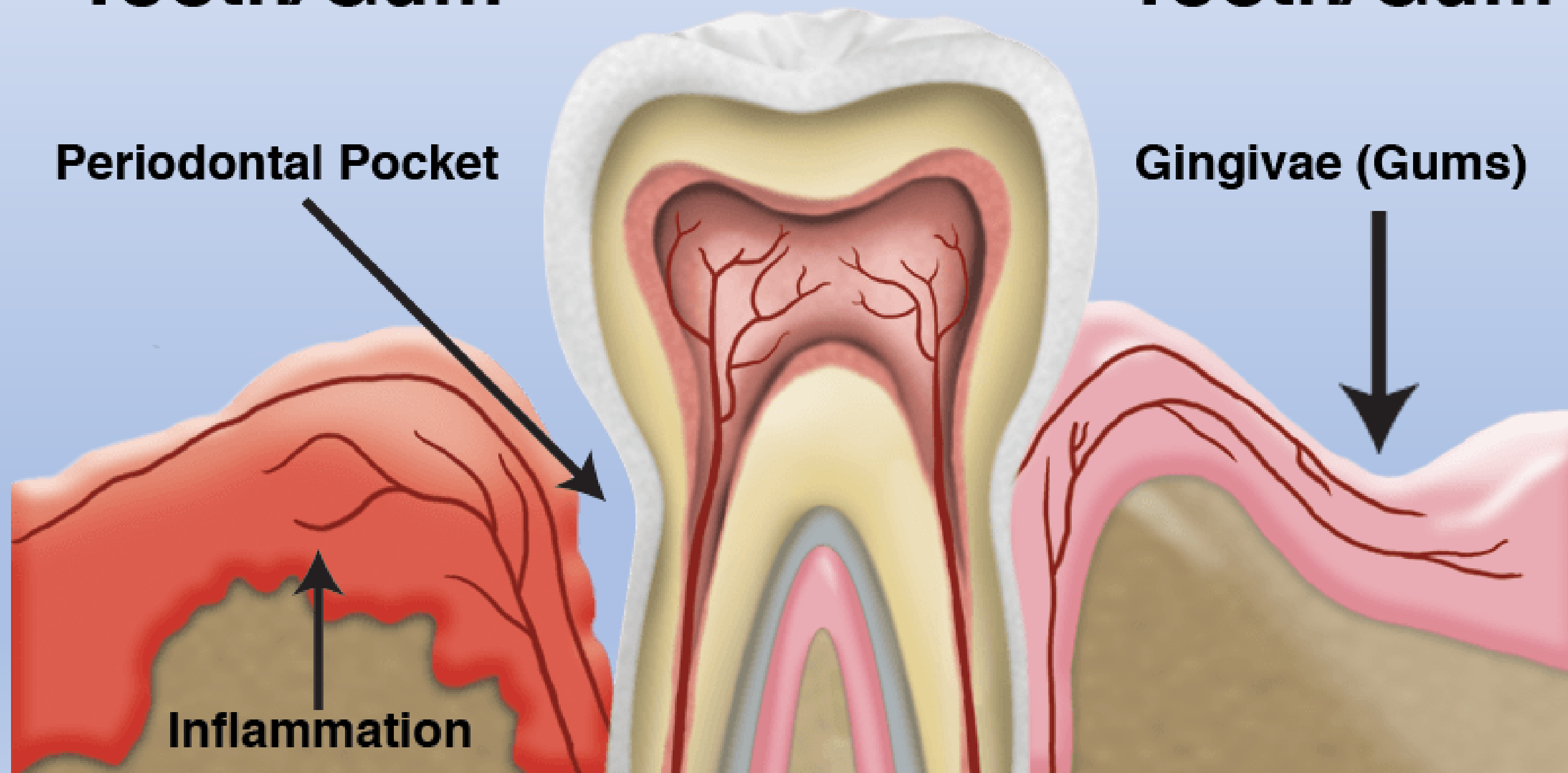
Beneficios primarios



Riesgo periodontal

**Diseased
Tooth/Gum**

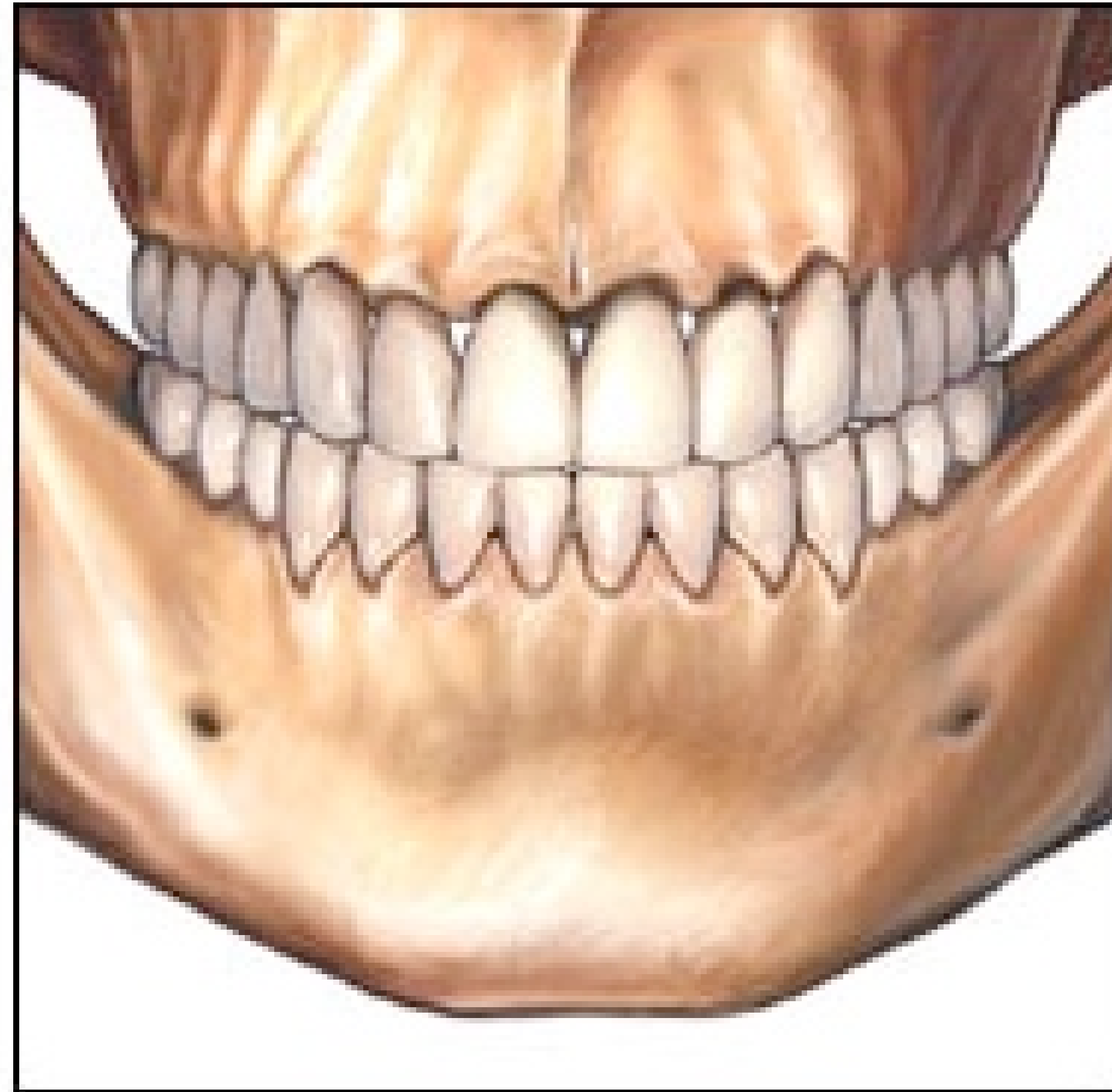
**Healthy
Tooth/Gum**



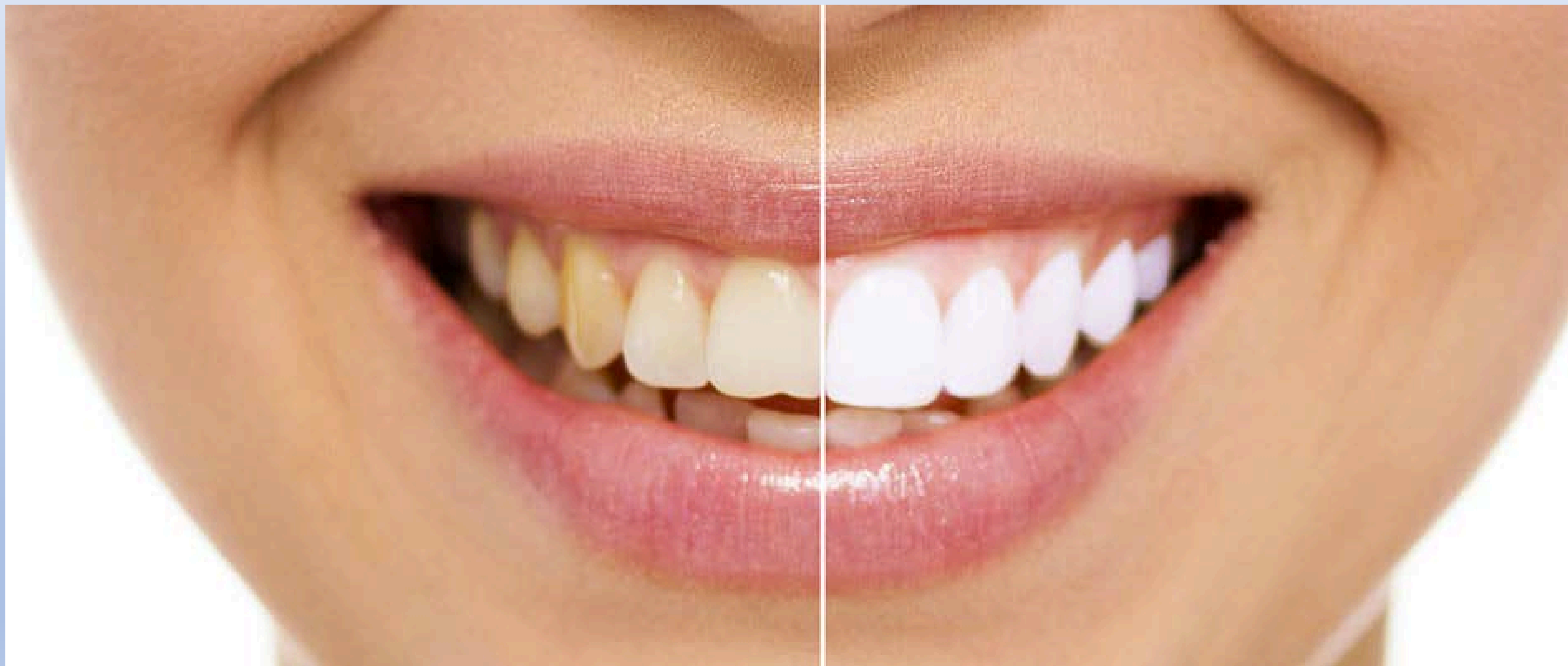
Riesgo biomecánico



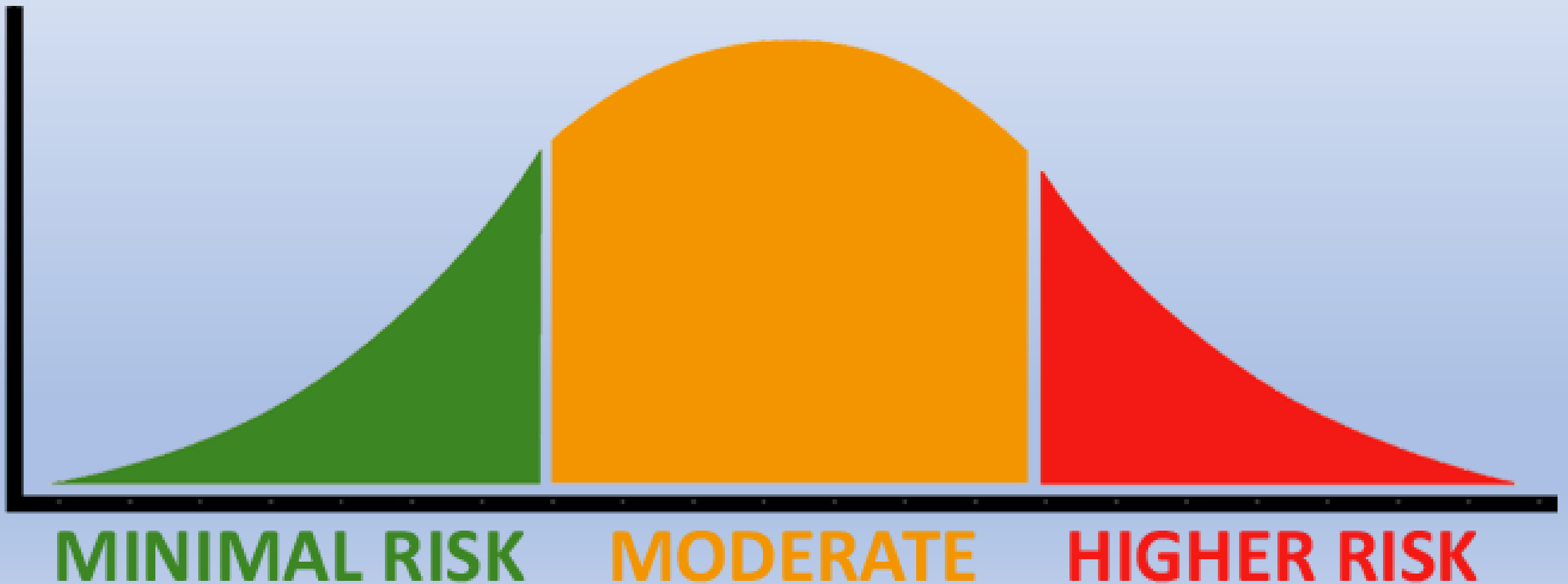
Riesgo funcional (Oclusión, Trastornos de articulación temporomandibular)



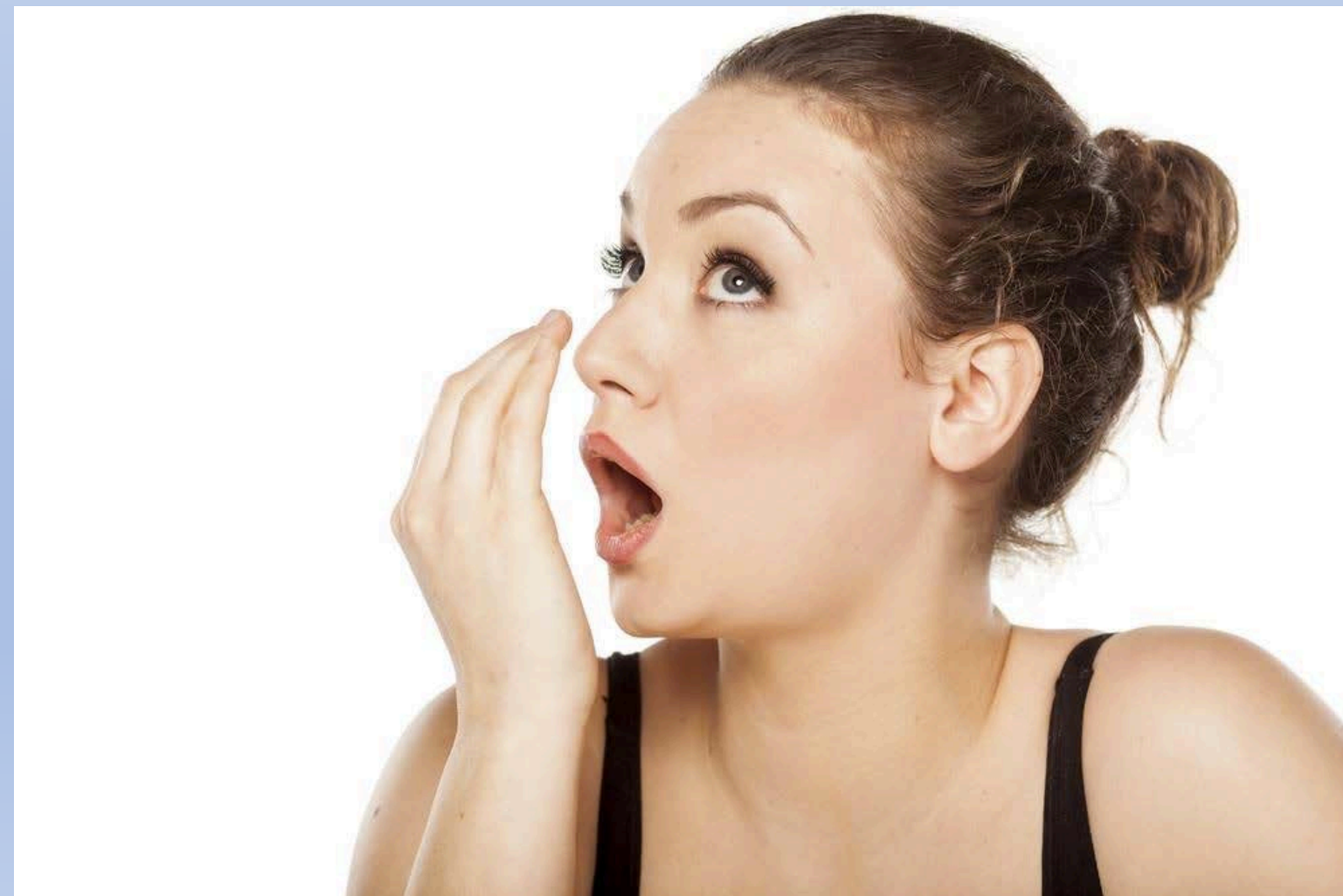
Riesgo dentofacial (estético)



Distribución de riesgos



¿Qué haría este tratamiento por usted?



How we make decisions

What some people think:

Men Emotions Logic

Women Emotions Logic





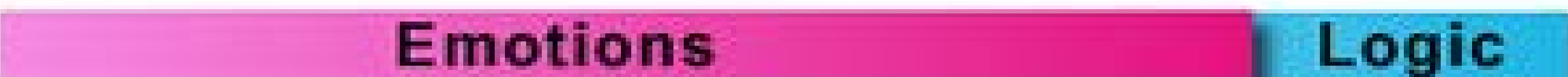
How we make decisions

What some people think:

Men Emotions Logic



Women Emotions Logic



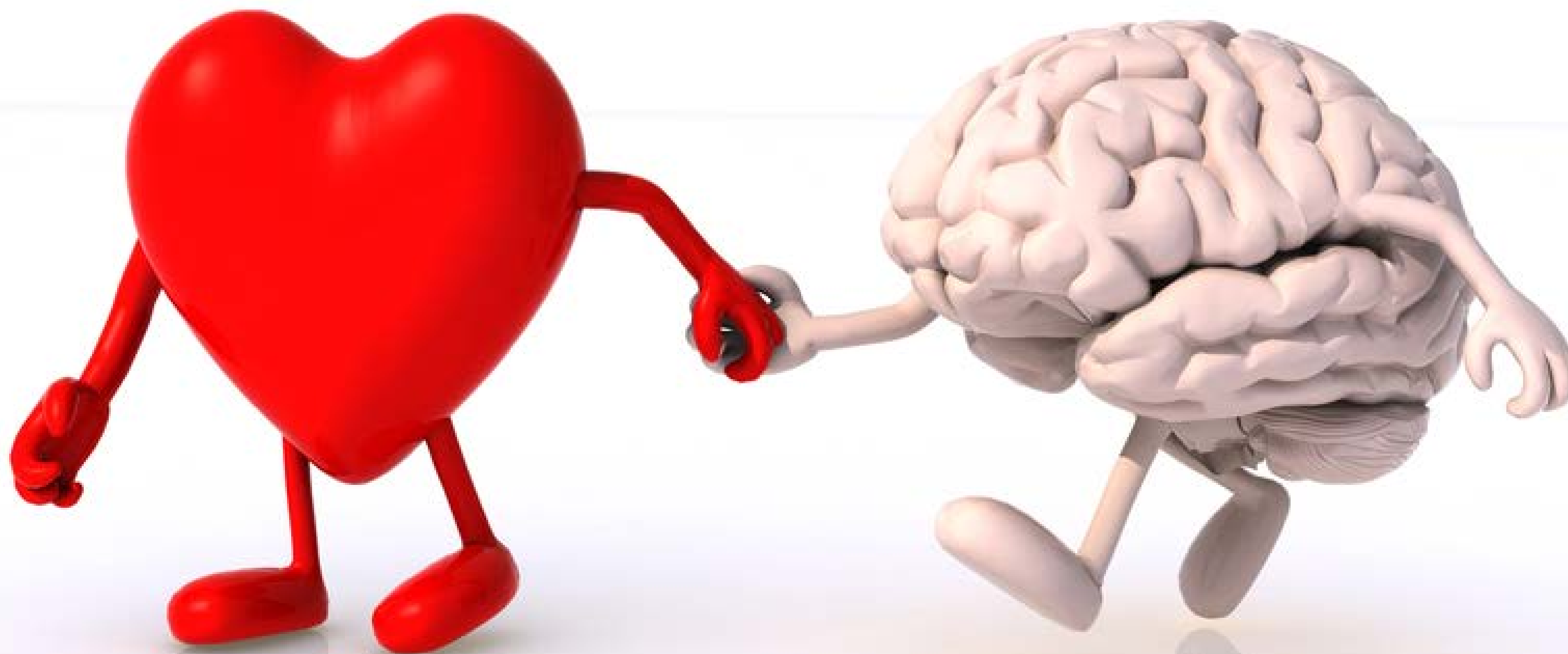
What's really true:

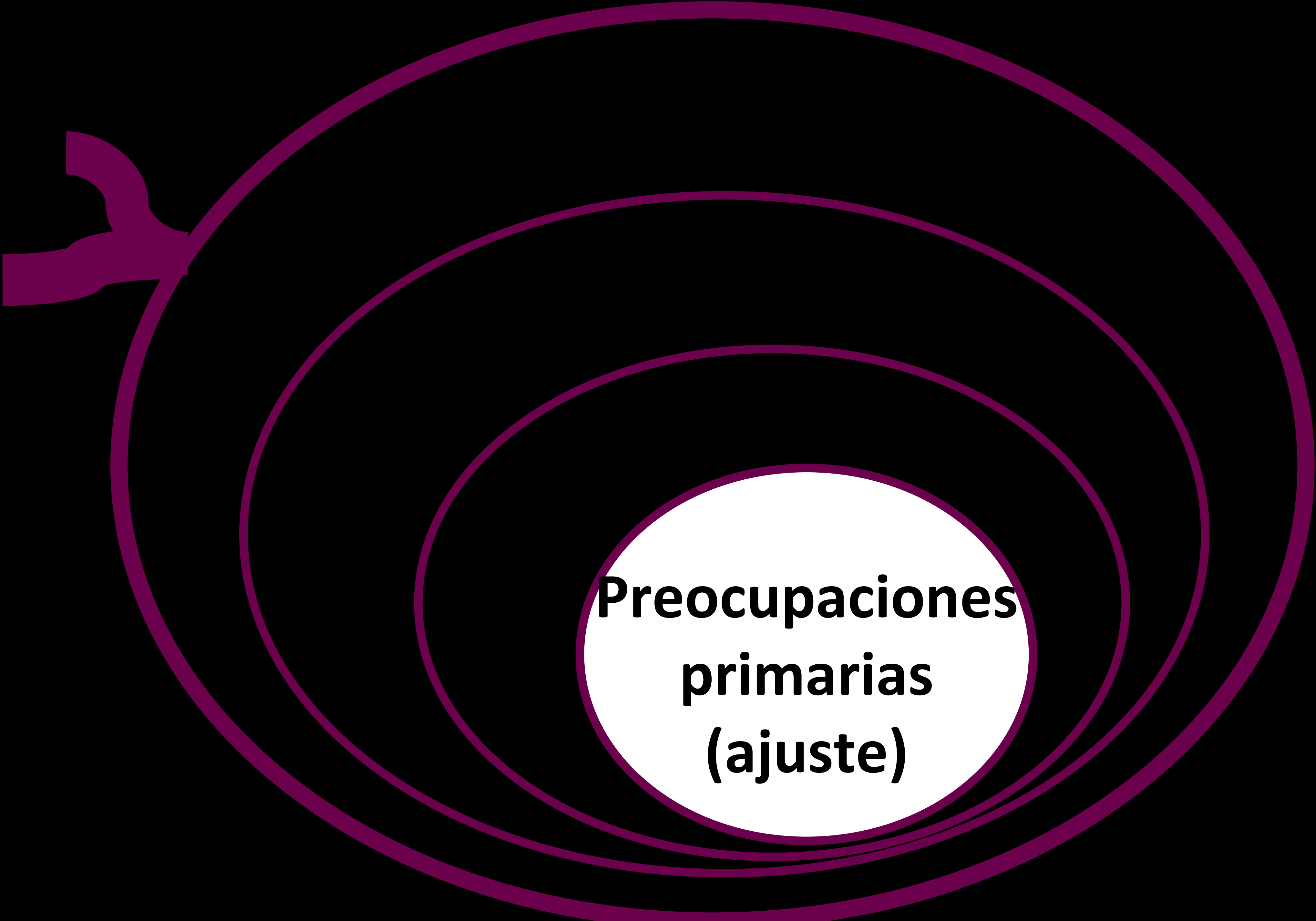
Men Emotions Logic



Women Emotions Logic







**Preocupaciones
primarias
(ajuste)**

Preocupación primaria

- Dinero



Preocupación primaria

- Urgencia



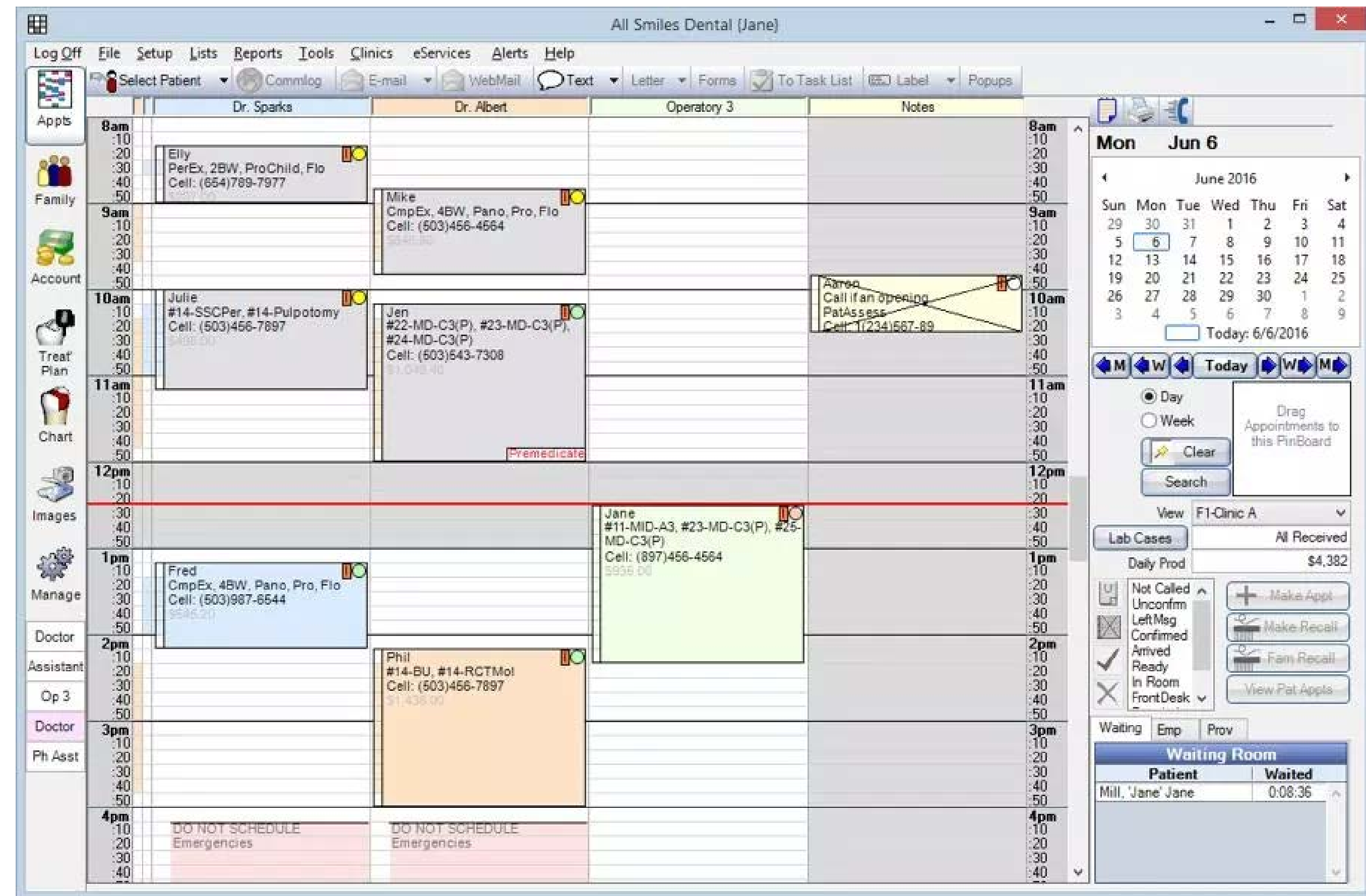
Preocupación primaria

- Confianza



Preocupación primaria

- Tiempo



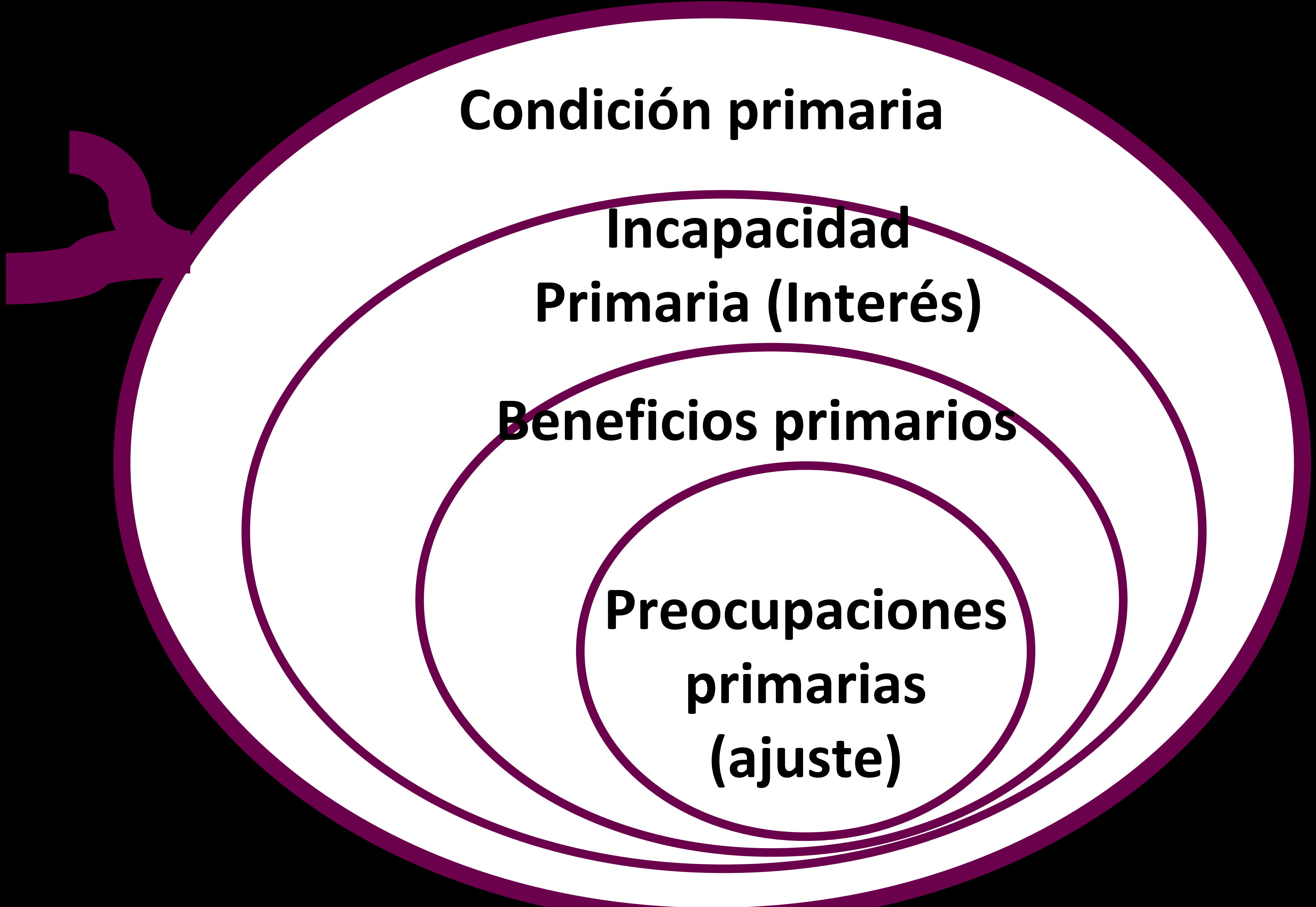
Preocupaciones primarias

- Asustado



Primary Concern

MUTTS



Condición primaria

**Incapacidad
Primaria (Interés)**

Beneficios primarios

**Preocupaciones
primarias
(ajuste)**



Just Ask.



El Explorador



A S K

AND IT WILL BE GIVEN TO YOU

S E E K

AND YOU WILL FIND

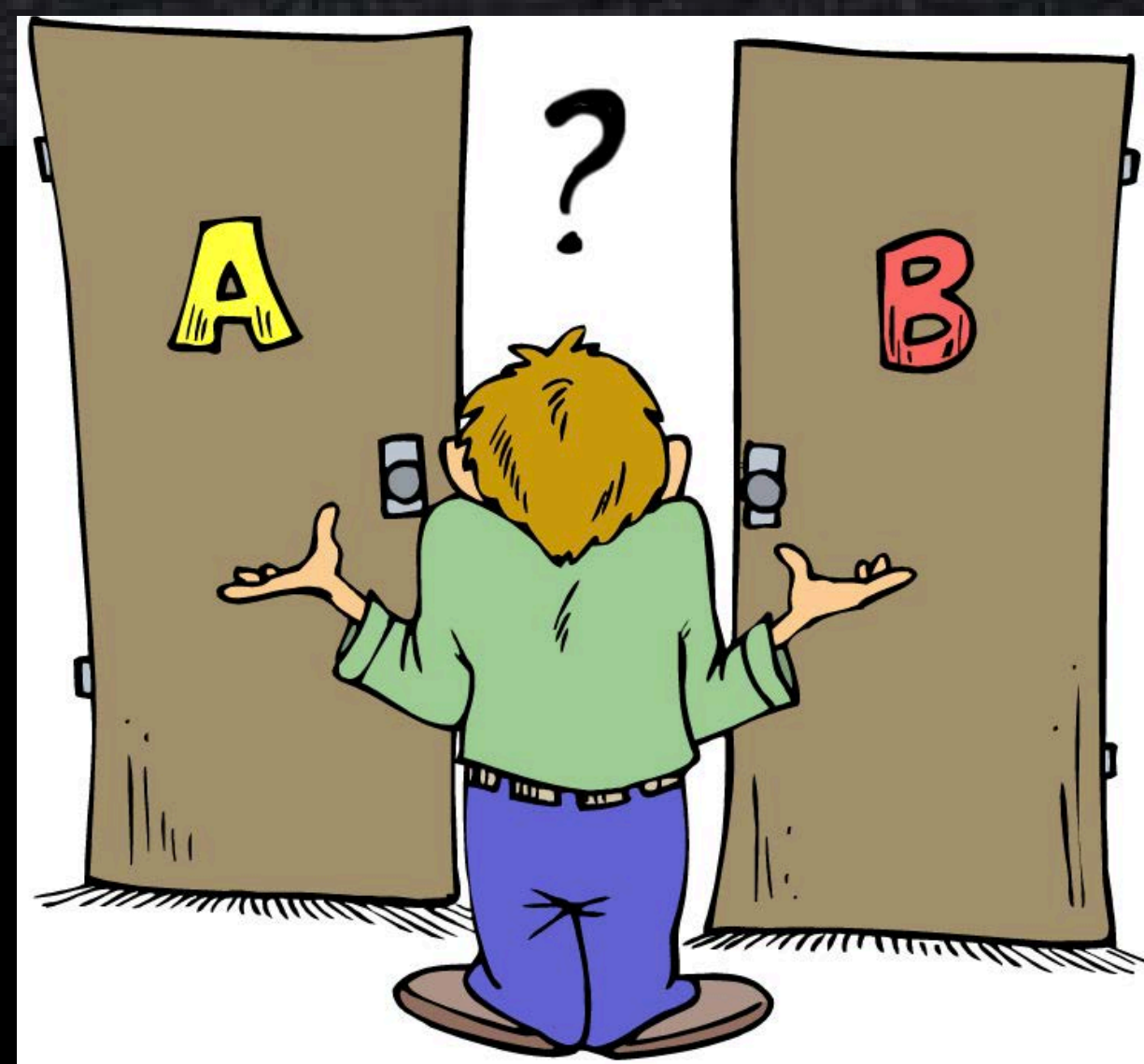
K N O C K

AND THE DOOR WILL BE OPENED

T O Y O U

M A T T H E W 7 : 7

Ask

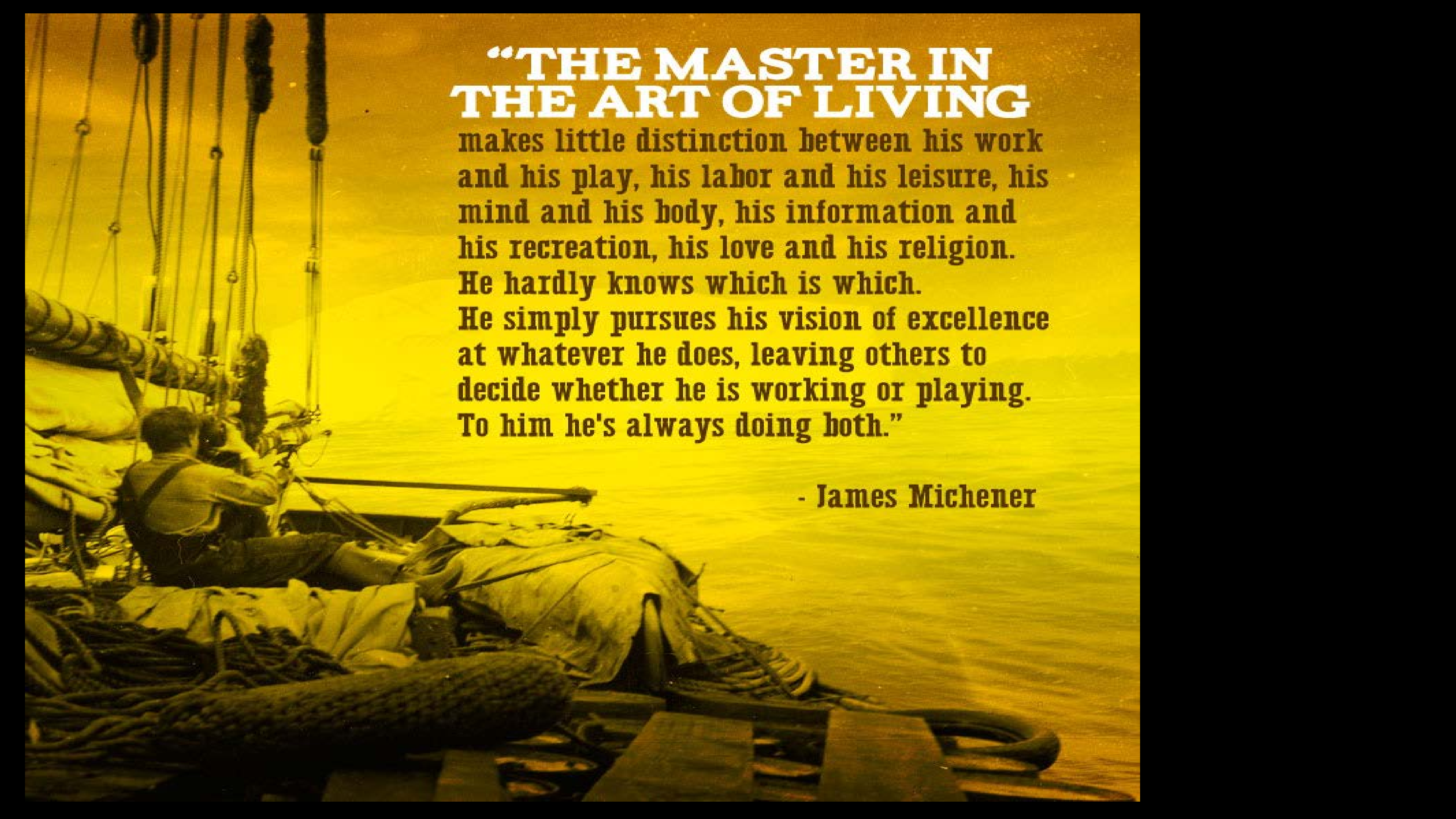






David Beckham





"THE MASTER IN THE ART OF LIVING

makes little distinction between his work and his play, his labor and his leisure, his mind and his body, his information and his recreation, his love and his religion. He hardly knows which is which. He simply pursues his vision of excellence at whatever he does, leaving others to decide whether he is working or playing. To him he's always doing both."

- James Michener

¿Cuál es su propósito en la odontología?



Planes de Acción Kaizen	¿Quién está a cargo?	¿Cuándo se compartirá esto con el equipo?	¿El equipo lo ha hecho suyo y lo ha puesto en práctica?
Intereses primarios			
Preocupaciones primarias			
M&M			

Lecturas recomendadas

