

Marketing para la clínica odontológica



Autores:

Dr. Pablo Echarri Lobiondo
Dr. Jesús M. Fernández Herrera
Dr. Josep Geli Burgués
Sr. José Ramón Meseguer Planas

Contenido:

En sus 18 capítulos se detalla, además de los aparatos que el autor utiliza para el tratamiento y prevención de maloclusiones, la filosofía que inspira el enfoque de los pacientes en dentición mixta. También se especifica claramente la activación y el seguimiento clínico de los mismos.

Primera Parte. Introducción al Marketing

Capítulo 1. Fundamentos de Marketing
Capítulo 2. La etapa de análisis
Capítulo 3. La etapa estratégica
Bibliografía

Segunda parte: El Mix de Marketing

Capítulo 4: El servicio y los precios
Capítulo 5: La distribución y venta
Capítulo 6: La importancia de localización de la consulta
Capítulo 7: La propia consulta
Capítulo 8: Estrategias de comunicación e imagen
Anexo
Bibliografía

Editorial y características:

Ed. Nexus Médica
Formato: 17cm x 24cm
Nº Páginas: 171 (las dos partes).
Más información:

LADENT

C/. del Lleó 11-13. 1ª Planta
08911 BADALONA
(BARCELONA) ESPAÑA
Tel. (+34) 93.384.47.05

Fax. (+34) 93.384.41.53
Email: info@centroladent.com