

Corso ECM

Medico Estetico 3.0

Programma Scientifico del Corso di Medicina Estetica del volto con la Dr.ssa Floriana Lauritano

Introduzione al Metodo Face Longevity

Presentazione del metodo Face Longevity: principi fondamentali e benefici a lungo termine.

La filosofia del trattamento: prevenzione e gestione dell'invecchiamento della pelle con terapie

iniettive; prevenzione dello stress ossidativo; donare armonia al volto grazie al rispetto e recupero delle proporzioni.

PROGRAMMA DETTAGLIATO DEL CORSO

- Anatomia del Viso

Studio approfondito dell'anatomia facciale: identificare le strutture chiave per trattamenti di medicina estetica sicuri ed efficaci.

Analisi delle variazioni anatomiche tra pazienti di sesso maschile e femminile.

Valutazione del Paziente Maschile

Aspetti specifici nella valutazione di pazienti maschili per trattamenti estetici.

Strategie per ottenere un risultato naturale rispettando le caratteristiche del viso maschile.

Valutazione del Paziente Femminile

Tecniche di valutazione per il viso femminile con l'obiettivo di valorizzare le proporzioni e l'armonia.

Personalizzazione dei trattamenti in base alle caratteristiche uniche del viso femminile.

- Tecniche di Iniezione: Filler di acido ialuronico.

Panoramica dei tipi di filler e delle loro applicazioni estetiche.

Tecniche avanzate di iniezione per ripristinare il volume e definire i contorni del viso.

- Tecniche di Iniezione: Tossina Botulinica

Uso della tossina botulinica per la riduzione delle rughe e la correzione delle espressioni facciali.

Strategie di iniezione per ottenere risultati naturali e sicuri.

- **Tecniche di Iniezione: Biorivitalizzazione**

Introduzione alla biorivitalizzazione: come migliorare l'idratazione e la tonicità cutanea.

Tecniche di iniezione per favorire il rinnovamento cellulare e la rigenerazione dei tessuti.

Miglioramento della Texture della Pelle senza Aghi

Trattamenti estetici non invasivi per migliorare la texture cutanea.

Strategie per ottenere un aspetto luminoso e omogeneo della pelle senza l'uso di aghi.

Complicanze nei Trattamenti Estetici

Identificazione delle principali complicanze legate ai trattamenti estetici e come prevenirle.

Protocolli di gestione per evitare danni o effetti collaterali indesiderati.

Gestione delle Complicanze

Interventi per la gestione efficace delle complicanze post-trattamento.

Casi studio e soluzioni pratiche per affrontare le situazioni più comuni in medicina estetica.

Conclusioni e Q&A

Riflessioni finali sul metodo Face Longevity e sui vantaggi dei trattamenti integrati.

Spazio dedicato a domande e risposte per chiarire eventuali dubbi e approfondire argomenti di interesse specifico.

Obiettivo del Corso - Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di:
Comprendere a fondo l'anatomia facciale e valutare in modo differenziato i pazienti maschili e femminili.

Applicare tecniche di iniezione avanzate in modo sicuro ed efficace.

Saper migliorare la texture della pelle sia con che senza aghi.

Riconoscere e gestire correttamente le complicanze post-trattamento.

Un programma completo per apprendere e applicare il metodo Face Longevity, sotto la guida esperta della Dr.ssa Floriana Lauritano.

Programma scientifico Pubblicità Sanitaria

Sessione 1: Introduzione alla Pubblicità Sanitaria

Obiettivo: Definire il concetto di Pubblicità Sanitaria

Contenuti:

- Cosa permette e cosa proibisce la Normativa italiana vigente in materia
- Quali rischi si corrono se si viola la normativa
- Quali possibilità offre la normativa

Sessione 2: Autorità e Fiducia – Come il Medical Branding Influenza la Percezione del Medico

Obiettivo: Comprendere come il Medical Branding può rafforzare l'immagine di autorevolezza e affidabilità del medico nella pubblicità sanitaria.

Contenuti:

- Il Medical Branding come soluzione per rispettare la normativa e trasformare le limitazioni in opportunità
- L'importanza della trasparenza e della coerenza nel messaggio medico.
- Costruire fiducia attraverso contenuti scientifici e divulgativi.
- Esempi di medici che hanno consolidato il loro brand medico in modo efficace.
- Best practice nella pubblicità sanitaria che promuovono l'autorevolezza professionale.

Sessione 3: Strategia di Messaggio e USP (Unique Selling Proposition) nel Medical Branding

Obiettivo: Sviluppare messaggi pubblicitari che riflettano la competenza unica del medico e che rispondano alle esigenze dei pazienti.

Contenuti:

- La creazione di una Unique Selling Proposition (USP) specifica per il settore medico.
- Sviluppo di messaggi che comunicano autorevolezza senza risultare promozionali.
- Strumenti e tecniche per identificare e valorizzare i punti di forza del medico.
- Adattare il messaggio per ogni canale di comunicazione (digitali e non).

Sessione 4: Pubblicità Sanitaria nei Canali Digitali – Costruire e Gestire la Reputazione Online

Obiettivo: Utilizzare i canali digitali come mezzo per trasferire l'autorevolezza e gestire la pubblicità sanitaria.

Contenuti:

- Strategia per i social media: come utilizzarli per costruire fiducia e interazione con il paziente.
- La reputazione online come parte del Medical Branding: recensioni, feedback e testimonianze.
- Errori comuni da evitare nella pubblicità sanitaria digitale.
- Case study di campagne digitali di successo nel settore medico.

Sessione 5: L'Importanza del Customer Journey nella Pubblicità Sanitaria

Obiettivo: Comprendere come adattare la pubblicità sanitaria alle diverse fasi del customer journey del paziente.

Contenuti:

- Fasi del customer journey: dalla consapevolezza alla decisione.
- Creazione di contenuti pubblicitari mirati per ogni fase del customer journey.
- Case study: Esempi di come il customer journey è stato utilizzato in pubblicità sanitaria per costruire fiducia e connessione.

Sessione 6: Identità Visiva, Logo e Pay-off come Strumenti di Branding e Pubblicità Sanitaria

Obiettivo: Sviluppare un'identità visiva forte per il medico che possa essere utilizzata in pubblicità e comunicazione.

Contenuti:

- L'importanza del logo e del pay-off come elementi distintivi del Medical Branding.
- Costruire una coerenza visiva in tutte le comunicazioni pubblicitarie.
- Esempi di identità visive nel settore sanitario che hanno costruito autorevolezza.

Sessione 7: Video e Storytelling per la Pubblicità Sanitaria

Obiettivo: Utilizzare il video e lo storytelling come strumenti per costruire fiducia e raccontare la competenza del medico.

Contenuti:

- Creare video che non siano solo promozionali, ma educativi e di valore per i pazienti.
- Tecniche di storytelling per costruire una narrativa autentica e coinvolgente.
- Differenza tra video promozionali e video informativi: come bilanciare l'efficacia pubblicitaria con il valore educativo.

Sessione 8: Case Studies e Prove Sociali – L'Efficacia delle Testimonianze nella Pubblicità Sanitaria

Obiettivo: Rafforzare il Medical Branding attraverso la condivisione di case studies e testimonianze.

Contenuti:

- L'importanza delle prove sociali per costruire una reputazione affidabile.
- Come utilizzare casi studio e testimonianze nella pubblicità sanitaria per rafforzare l'immagine del medico.
- Analisi dei migliori case studies nel settore medico e dei risultati ottenuti.

Risultati Attesi del Programma

Alla fine del programma, i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere come costruire e consolidare un brand medico forte e autorevole.
- Applicare strategie pubblicitarie che rispettino le normative, trasferendo al contempo l'autorevolezza del medico attraverso i canali di comunicazione.
- Costruire una reputazione professionale e mantenere una comunicazione coerente su piattaforme digitali e tradizionali.
- Creare un'identità visiva e messaggi pubblicitari che rappresentino la competenza e il valore del proprio brand medico.

Programma Scientifico: Rapporto Medico - Paziente

Obiettivo del Programma

Sviluppare competenze avanzate di comunicazione per aiutare i professionisti sanitari a entrare in sintonia con i pazienti, comprendere i loro bisogni e motivazioni e costruire un rapporto empatico e di fiducia che migliori l'esperienza del paziente e supporti le decisioni di acquisto.

Moduli del Programma

Modulo 1: La Psicologia della Comunicazione Medico-Paziente

Obiettivo: Comprendere il potere della comunicazione nell'interazione con i pazienti e come influenzare positivamente le loro decisioni.

Contenuti:

- Il paziente come persona: capire i bisogni e le motivazioni profonde.
- Approfondimento su tecniche e principi della PNL applicati alla comunicazione medico-paziente.
- Differenze tra comunicazione di vendita e comunicazione costruttiva per creare un'esperienza di valore.
- Introduzione al Meta Modello della PNL: comprendere i "perché" e i "come" delle domande per svelare bisogni latenti.

Modulo 2: Entrare in Rapport – Tecniche per Creare Empatia e Fiducia

Obiettivo: Sviluppare tecniche per entrare in sintonia con il paziente, creando un ambiente accogliente e rassicurante.

Contenuti:

- Come entrare in rapport rapidamente con i pazienti: tono di voce, posture, microespressioni.
- Empatia e autorevolezza: mantenere un equilibrio tra la connessione e il rispetto per il ruolo professionale.
- Introduzione alle tecniche di calibrazione e ricalco.
- Esercizi pratici per rafforzare l'empatia senza perdere la leadership nella comunicazione.

Modulo 3: Il Potere delle Domande – Il Meta Modello nella Comunicazione con il Paziente

Obiettivo: Utilizzare le domande del Meta Modello per comprendere i bisogni, le paure e i valori del paziente.

Contenuti:

- Le domande del Meta Modello per svelare convinzioni limitanti e desideri profondi.
- Esercizi di ascolto attivo: imparare a riconoscere ciò che il paziente non esprime apertamente.

- Domande esplorative per scoprire le motivazioni inconscie e le priorità del paziente.
- Role-playing su come utilizzare le domande del Meta Modello per rendere il paziente consapevole dei propri bisogni.

Modulo 4: La Comunicazione Non Verbale – Linguaggio del Corpo e Micro-segnali

Obiettivo: Imparare a riconoscere e utilizzare i segnali non verbali per rafforzare il messaggio e creare un clima di fiducia.

Contenuti:

- Linguaggio del corpo del paziente: come interpretare i segnali di interesse, dubbi e resistenze.
- Il ruolo delle micro-espressioni nel comprendere lo stato emotivo del paziente.
- Come usare la propria postura, il contatto visivo e il tono di voce per rinforzare il messaggio.
- Esercizi di osservazione e analisi della comunicazione non verbale per migliorare l'interazione.

Modulo 5: Gestione delle Obiezioni – Comprendere e Rispondere ai Dubbi del Paziente

Obiettivo: Acquisire tecniche per affrontare e rispondere efficacemente alle obiezioni del paziente, trasformandole in opportunità di chiarimento e rafforzamento della fiducia.

Contenuti:

- Analisi delle obiezioni più comuni: costi, necessità, opinioni esterne.
- Tecniche per affrontare le obiezioni: ascolto attivo, riformulazione e risposta empatica.
- Come trasformare un'obiezione in un'opportunità di spiegare il valore e l'utilità del trattamento.
- Role-playing su situazioni tipiche di obiezioni e strategie per gestirle con successo.

Modulo 6: Le Domande Chiave che il Paziente si Pone – Rispondere alle Preoccupazioni Latenti

Obiettivo: Comprendere le domande principali che i pazienti si pongono mentre valutano un trattamento, e come affrontarle in modo proattivo.

Contenuti:

- Analisi delle domande che il paziente si pone internamente: "È giusto per me? È necessario? Che effetto avrà?"
- Creare risposte che affrontino direttamente le preoccupazioni principali: sicurezza, efficacia, vantaggi.
- Tecniche per guidare il paziente verso una decisione consapevole e sicura.
- Esercizi pratici per rispondere a queste domande in modo empatico e professionale.

Sessioni Pratiche di Esercitazione

Sessione Pratica 1: Role-playing sul Rapport e sul Meta Modello

• **Esercizio:** Simulazioni di interazione medico-paziente con l'obiettivo di sviluppare l'empatia, la comprensione dei bisogni e il rapporto attraverso domande mirate del Meta Modello.

Sessione Pratica 2: Esercizi sulla Comunicazione Non Verbale

• **Esercizio:** Osservazione di brevi video e interpretazione della comunicazione non verbale per sviluppare consapevolezza del linguaggio del corpo proprio e del paziente.

Sessione Pratica 3: Simulazioni di Gestione delle Obiezioni

• **Esercizio:** Role-playing su casi realistici di obiezioni del paziente, con feedback immediato su tecniche di risposta e miglioramento delle capacità di ascolto attivo.

Risultati Attesi del Programma

Alla fine del programma, i partecipanti saranno in grado di:

- Entrare rapidamente in rapport con il paziente, mantenendo autorevolezza ed empatia.
- Utilizzare le domande del Meta Modello per scoprire bisogni, motivazioni e preoccupazioni latenti.
- Comprendere e utilizzare i segnali della comunicazione non verbale per migliorare l'interazione.
- Gestire le obiezioni in modo costruttivo, rispondendo ai dubbi e rinforzando la fiducia del paziente.
- Rispondere proattivamente alle domande e ai dubbi del paziente per guidarlo verso una scelta consapevole.

Questo programma è pensato per trasformare le abilità comunicative dei medici, migliorando l'esperienza del paziente e sostenendo il processo decisionale in modo costruttivo ed empatico.