

O Dentista do Presente e do Futuro

Flávio Alves Ribeiro

Coordenador do Curso de Gestão e Marketing em Odontologia da ABO/PE
Professor da Universidade Tuiuti do Paraná
Diretor de Ensino e Negócios na Dentes e Números Consultoria
E-mail: flavioalvesribeiro@hotmail.com
Skype: flavioalvesribeiro

“A melhor maneira de predizer o futuro é criá-lo.”

Peter Drucker

O austríaco Peter Drucker (naturalizado norte-americano) foi o maior guru de administração do século XX. Nasceu em 1909 e faleceu em 2005. Foi autor de mais de vinte livros, e como consultor e professor da New York University, teve influência decisiva nos destinos da administração mundial, através de idéias modernas, arrojadas e sempre inovadoras.

Na nova economia em que vivemos, ou nos tornamos “executivos” de nossas próprias carreiras ou estamos fadados ao fracasso. Saindo um pouco de nosso universo intrabucal, já sabemos que não temos consultórios, ou melhor, sabemos que nossos consultórios são empresas. Devemos ter a certeza que somos empresários e que nossa atividade empresarial, nosso negócio, está vinculada ao setor odontológico. Por definição, carreira pode ser considerada como o pedaço da nossa vida que dedicamos ao trabalho e com isso passamos a ser os gestores de nossas carreiras e temos a obrigação de buscar eventuais mudanças.

CONCEITO DE MUDANÇA:

“Mudança significa a passagem de um estado para outro diferente. É a transição de uma situação para outra diferente. A mudança implica, perturbação, interrupção, ruptura, dependendo de sua intensidade. A mudança está em toda parte: nas organizações, nas cidades, nos países, nos hábitos das pessoas, nos produtos e nos serviços, no tempo e no clima” (Chiavenato, 1999).

Reinventar sua carreira implica em imprimir uma marca particular que deve ultrapassar as dimensões de seu consultório. Max Gehinger, profissional da área de gestão de carreiras, diz que não basta ter um desempenho acima da média no seu trabalho; é importante fazer o marketing pessoal, mostrar aos seus colegas de trabalho e superiores a qualidade do seu trabalho. Em outras palavras, realizar cada vez mais coisas que façam a diferença nas empresas e na vida de outras pessoas.

Quais seriam então algumas das principais características dos Dentistas do presente e do futuro?

01 – Capaz de resolver problemas – Na rotina que temos em nossa atividade profissional, em nossos consultórios, estamos constantemente sendo testados em enfrentar problemas. Estes são os momentos em que mudamos, que crescemos. Devemos estar prontos para ter flexibilidade e nos adaptarmos aos que os clientes estão pedindo a as regras que o mercado esta nos impondo. Como já sabemos, nos dias de hoje, o poder está nas mãos do cliente. Devemos saber que temos clientes diferentes e que esta flexibilidade não deve se traduzir em ações de improviso. Devemos procurar ter ações especiais para cada categoria de cliente. Em que nicho de mercado você está inserido? Resolver problemas implica em alguns casos em delegar tarefas e fazer com que seu consultório ande com suas próprias pernas e se liberte da necessidade de trabalhos executados apenas pelo dono da empresa. Nada de centralizações. Para isso, é necessário ter uma equipe treinada, qualificada e de confiança.

02 – Fortes conhecimentos financeiros – Quanto tempo você dedica para pensar, de fato, no seu dinheiro? Sabemos que

uma das principais características dos profissionais de saúde é justamente a falta de educação financeira, mesmo sabendo que por força das regras do mercado muitos profissionais tem investido nesta competência. Frequentar cursos e buscar esta qualificação é fundamental para o Dentista. Neste momento é fundamental estruturar uma estratégia para o crescimento da empresa, definindo se os investimentos serão feitos em ampliação do negócio, estrutura física, funcionários, etc. Final de ano é o momento ideal para você “olhar” para sua empresa, ver o que se conseguiu e produziu no ano anterior e estabelecer objetivos e metas para o ano que chega.

03 – Altamente comunicativo – Caro Dentista, antes de abrir a boca de seu cliente, olhar para dentro dela e planejar como consentá-la, converse com seu cliente, entenda qual sua necessidade, mostre que serviços você e sua empresa podem oferecer e demonstre conhecimento para que um pensamento de confiança e credibilidade possam ser estabelecidos. Certamente não cabe no mercado predatório e de disputa no preço um profissional que faz uma restauração oclusal em duas horas, mas se no começo é assim, por outro lado o tempo e o treinamento resolverão esta situação. Imaginem fazer uma resina em duas horas e receber, por exemplo, do convênio Vampirão um valor de R\$ 13,13.

04 – Especialista em negociações – Costumo falar em meus cursos que o Dentista quando forma o preço de um determinado serviço e teima em achar que é só pegar a VRPO e listar o que vai fazer, pensa em cobrar R\$ 1.000,00, fala para o cliente R\$ 800,00 e fecha por R\$ 600,00. Queridos leitores, tabela não é regra! Como dois locais com realidades gerenciais totalmente diferentes podem usar uma tabela padrão? Pensem nisso! Isso está relacionado à falta de experiência em negociações e ao medo de deixar de vender o serviço. Somente sabendo quanto custa o seu serviço é que o Dentista poderá perder este medo, ou pelo menos entender, como acontece em muitos casos de serviços para convênios, o preço pago pelo cliente não será tão satisfatório como se imagina. Não dá para imaginar, tem que saber.

Para quem está acomodado com sua carreira, vai um conselho: mesmo que seu objetivo não seja ficar rico, ganhar cada vez mais, você terá sempre que crescer para continuar no mesmo patamar econômico, uma vez que a economia cresce e seu concorrente também.

Portanto, caro leitor, passe a pensar em sua vida profissional imaginando cenários possíveis, analisando o ambiente interno de sua empresa, o ambiente externo, quais são seus pontos fortes, pontos fracos e o que você pode fazer para melhorá-los. Seja pró-ativo neste processo de análise, assuma o controle de sua vida, entenda que é você quem realmente vai gerar um resultado no seu futuro, em vez de reclamar e passar a responsabilidade para os outros. Pessoas pró-ativas acostumam-se com responsabilidades e não ficam colocando a culpa por seu comportamento em circunstâncias externas. Se eu não posso interferir no mercado, então devo começar olhando e conhecendo o meu negócio. Que tal pensar estrategicamente traçando, revendo e controlando objetivos para cinco anos. Como você pretende estar como profissional e pessoa em 2014? Seja um Dentista do presente pensando no dentista do futuro.

1. Chiavenato, I. Inventando e reinventando as Organizações. In: I. Chiavenato (Ed.). Administração nos Novos Tempos. Rio de Janeiro: Campos, 1999. Inventando e reinventando as Organizações, p.134-69