

Indice

CAPITOLO 1. Aspetti tecnici della comunicazione in veterinaria	1
Primo assioma della comunicazione. Non possiamo non comunicare (anche quando non vorremmo)	1
Secondo assioma della comunicazione. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione (prestiamo attenzione alla relazione con i proprietari di animali da compagnia)	4
Terzo assioma della comunicazione. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti (anche in sala visita)	7
Quarto assioma della comunicazione. La comunicazione umana è composta da codici analogici e digitali: siamo consapevoli di come li utilizziamo con i proprietari di animali da compagnia?	9
Quinto assioma della comunicazione. Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari: vediamo come sfruttare l'uno e l'altro nella nostra struttura veterinaria ...	12
<i>Approfondimento. Comunicazione tra veterinario e cliente</i>	15
CAPITOLO 2. Strumenti comunicativi nella pratica veterinaria	19
Imparare dagli attori a gestire la comunicazione	19
Linguaggio del corpo: componente non verbale	22
Prosemica e cinesica: strumenti per mettere a proprio agio (o a disagio) i proprietari di animali da compagnia	24
Ergonomia e setting in sala visita	30
Intelligenza emotiva e competenza emotiva: usiamole per gestire professionalmente ogni cliente	33
<i>Approfondimento. La cronemica: un altro tipo di comunicazione non verbale</i>	36
CAPITOLO 3. La PNL in medicina veterinaria	39
Cenni storici: com'è nata la PNL	39
I sistemi rappresentazionali VAK	42
Le posizioni percettive	44
Submodalità o sottomodalità	47
Rapport: tecniche strategiche di relazione con il proprietario di animali da compagnia	49
Ancore emotive e ancoraggi	54
<i>Approfondimento. Predicati verbali VAK</i>	57

CAPITOLO 4. L'arte di fare le domande giuste con la PNL	59
Metamodello: generalizzazioni, cancellazioni e deformazioni o distorsioni	59
Metamodello: le generalizzazioni	63
Metamodello: le cancellazioni	65
Metamodello: le deformazioni o distorsioni	67
Metaprogrammi: cosa sono e come possiamo utilizzarli in ambulatorio	69
<i>Approfondimento. La mappa non è il territorio</i>	78
CAPITOLO 5. Comunicazione in sala visita	79
Le competenze comunicative come parte dell'Evidence-Based Veterinary Medicine	79
Calgary-Cambridge Guide: applicazioni pratiche in sala visita	82
Fase iniziale della consultazione	83
Fase di raccolta delle informazioni	87
Fase centrale: approccio diagnostico e terapeutico	90
Fase di spiegazione e di pianificazione	91
Fase conclusiva e chiusura della consultazione	93
<i>Approfondimento. La medicina narrativa: un'opportunità anche per i veterinari</i>	94
CAPITOLO 6. Leadership e management di una struttura veterinaria	97
Leader e manager, due professionalità innovative in ambito veterinario	97
Stili della leadership: conoscerli per applicarli nelle strutture veterinarie	101
Il neuromanagement: un nuovo punto di vista organizzativo-strategico	105
Comunicazione strategica con i clienti difficili: principi di flessibilità, parsimonia, utilizzo e ristrutturazione	108
Contrasti e conflitti tra colleghi in ambulatorio: possiamo imparare a gestirli	113
<i>Approfondimento. Spiegare, convincere, persuadere, manipolare: che differenza c'è?</i>	115
CAPITOLO 7. Gestione delle riunioni e delle comunicazioni operative	117
Definizione dell'obiettivo e dell'ordine del giorno di una riunione	117
Fasi della pianificazione di una riunione	120
Il metodo SBAR nel passaggio delle consegne dei pazienti ricoverati	124
Riunioni in presenza e riunioni online	126
Dare e ricevere feedback	129
<i>Approfondimento. Brainstorming: via libera alle idee</i>	132
CAPITOLO 8. Progettare la crescita di una struttura veterinaria	135
Come realizzare un progetto aziendale e comunicarlo ai nostri collaboratori	135
Change management: come pianificare il cambiamento	146
Obiettivo organizzativo delle strutture veterinarie 4.0: diventare "antifragili"	149
Gestire il cambiamento organizzativo nell'ottica sistemica	151
Ciclo di vita e declino organizzativo	153
<i>Approfondimento. Il significato di empowerment e le sue applicazioni pratiche</i>	155

CAPITOLO 9. Digitale e marketing: due parole sempre più presenti nella professione veterinaria.	157
La professione veterinaria nell'epoca della rivoluzione digitale	157
Sviluppare un piano di web marketing	160
Costruiamo la nostra strategia efficace di brand awareness	163
Il cliente al centro anche nel digital customer journey	166
Antropologia digitale e marketing 4.0	169
E-mail marketing	172
<i>Approfondimento. Net Promoter Score.</i>	173
CAPITOLO 10. Parliamo di noi ai nostri clienti (e non solo a loro)	177
La scrittura efficace nel business writing	177
Organizzare il lavoro di scrittura efficace	180
Storytelling aziendale (brand narrative)	183
Storytelling digitale	184
L'arte di parlare in pubblico	187
Preparare l'incontro	187
Logistica e dettagli	189
Sul palco	190
La sessione di domande e risposte (Q&A)	192
<i>Approfondimento. Elevator pitch o discorso in ascensore.</i>	194