

# quaderni odontoiatrici

analisi metacliniche e socioeconomie



CENTRO RICERCHE  
& STATISTICHE

# quaderni odontoiatrici

Anno 1 – Volume 0  
Ottobre 2013  
Testata dichiarata  
al Registro degli Operatori di Comunicazione

**Direttore Responsabile**  
Alessia Murari

**Coordinamento tecnico-scientifico**  
Franco Tosco

**Contributi**  
F. Cellino, P. Gatto, F. Tosco, S. Volpe

**Progetto grafico e impaginazione**  
Gabriella Calarco

**Editore**  
Iscritto al ROC al numero 020538  
Tueor Servizi Srl  
C.so Sebastopoli, 225  
10137 Torino  
Tel. 011 0463350  
Fax 011 0463304  
[www.tueorservizi.it](http://www.tueorservizi.it)

**Stampa**  
A.g.v. Snc Di Bianchi Mario & C.  
Torino

**Abbonamenti e Pubblicità**  
[info@tueorservizi.it](mailto:info@tueorservizi.it)

*Tutti i diritti riservati. Il materiale contenuto è tutelato da copyright e non può essere riprodotto in nessuna forma senza autorizzazione scritta dell'Editore.*

Centro Ricerche & Statistiche è un progetto di:

**Lessicom**  
Laboratorio di organizzazione e sistemi

Lessicom S.r.l.

Via Carlo Ferrero, 29 - 10098 Rivoli (TO)  
[lessicom@lessicom.it](mailto:lessicom@lessicom.it)

[www.lessicom.it](http://www.lessicom.it)

**tueorSERVIZI**

Tueor Servizi S.r.l.

C.so Sebastopoli, 225 - 10137 Torino  
[info@tueorservizi.it](mailto:info@tueorservizi.it)

[www.tueorservizi.it](http://www.tueorservizi.it)

<b>Introduzione</b>	<b>07</b>
Patrizia Gatto	
<b>Presentazione</b>	<b>11</b>
Franco Tosco	
<b>01.</b>	
<b>La qualità percepita: il metodo in un case history</b>	<b>16</b>
Franco Tosco	
La percezione della qualità del prodotto	19
Un caso sul territorio	20
Secondo intervento: rilevamento della qualità percepita	23
Dati analitici delle impressioni generali dei pazienti	29
Dati analitici della percezione di aspetti degli operatori	32
Percezione della qualità professionale: parametri utilizzati dai pazienti	37
Dati generali: pazienti e operatori clinici	39
Parametri di valutazione per la percezione della professionalità indicati dai pazienti in generale	39
Uso dei risultati	43
<b>02.</b>	
<b>“E non se ne vogliono andare”</b>	<b>44</b>
Sonia Volpe - Lessicom srl	
La conoscenza è potere	46
Identificare il target	47
<b>03.</b>	
<b>L'analisi degli investimenti in uno studio odontoiatrico</b>	<b>52</b>
Franco Cellino - Lessicom srl	
Abstract	53
Pianificazione strategica ed operativa	54
Il controllo	57