iDAVA
SOLUTIONS

TO DO LIST
2027

AUTOR

Ionuț Botorogeanu

CEO și fondator iDava Solutions | Fundația iStoma

20 de pași pentru a depăși pragul de 1 milion de euro cifră de afaceri, în plus față de ceea ce faci deja

The Road to 1M and Beyond | iStoma Future Summit 2026

„Nu planul te duce la un milion de euro, ci capacitatea de a-l executa, de a-i măsura rezultatele și de a-l adapta înainte să fie prea târziu.”

1. Definește un obiectiv financiar de minimum 1 milion de euro.

Stabilește clar cifra de afaceri pe care vrei să o atingi în 2027 și împarte obiectivul în ținte lunare. Un obiectiv care nu este măsurat rămâne doar o dorință.

Acest obiectiv se declară în ecranul:

iStoma Desktop: Financiar - Dashboard - tab Planificare strategică

iStoma Web: Management - Dashboard - tab Planificare strategică

Termenul-limită pentru definirea obiectivului este 31.12.2026

2. Stabilește mixul de tratamente potrivit clinicii tale.

Ține cont de capabilitățile actuale ale clinicii (ce tratamente poți oferi), de capacitatea disponibilă (câte tratamente poți realiza) și de profitabilitatea fiecărui tip de tratament. Acest lucru se face în ecranul Planificare strategică

Termenul-limită pentru definirea obiectivului este 31.12.2026

3. Dezvoltă capabilități medicale și financiare noi, acolo unde este necesar.

Analizează dacă introducerea unor specialități precum pedodonția sau ortodonția poate contribui la atingerea obiectivului financiar. Nu investi într-o specialitate nouă fără să verifici dacă există cerere.

Colaborează încă de astăzi cu finanțatorii planurilor de tratament: Banca Transilvania (BT Direct), tbi bank, UniCredit Consumer Financing și LeanPay. Asigură-te că planurile de tratament generate din iStoma conțin codul QR prin care pacienții pot solicita finanțarea. Nu pierde pacienți doar pentru că nu își permit să achite integral tratamentul.

Până pe data de 5 a fiecărei luni, analizează ecranul de Planificare strategică din iStoma pentru a verifica progresul față de obiectivele stabilite. Pune-ți de fiecare dată întrebarea: „Ce capabilități medicale sau financiare ar trebui să adaug pentru a-mi depăși obiectivele?”

4. Investește în educația ta și a echipei, dar măsoară rezultatele.

Formarea profesională trebuie să producă rezultate concrete: tratamente noi, productivitate mai mare, o rată mai bună de acceptare a planurilor de tratament sau o experiență îmbunătățită a pacientului. Stabilește indicatori prin care să măsori rezultatele investiției. În cazul cursurilor plătite de clinică, încheie acte adiționale conforme legislației, care să reglementeze obligațiile de formare și eventualele restituiri proporționale ale costurilor, în situațiile permise de lege.

Planifică în luna februarie și în luna august ce cursuri vei urma sau la care vei trimite oamenii din echipă. Fii conștient de faptul că iStoma Future Summit este în fiecare toamnă și că vom propune formatul de anul acesta: Conferința pentru owneri și workshop-uri accesibile pentru echipă, în funcție de roluri.

5. Evaluează-ți echipa cu ajutorul unui psiholog specializat în evaluare organizațională.

Verifică dacă fiecare persoană ocupă postul potrivit, dacă are aptitudinile necesare și dacă există compatibilitate între membrii echipei. Uneori, problema nu este omul, ci rolul în care a fost plasat. Stabilește o întâlnire cu un psiholog organizațional până la sfârșitul anului si include în procesul de recrutare atât pentru medici, cât și pentru asistente sau personal administrativ, o discuție cu acest specialist pentru a evita tensiuni și dezamăgiri ulterioare. La fiecare 3–6 luni, include o evaluare a fiecărui membru al echipei pentru a determina nivelul de determinare și de loialitate al fiecărei persoane din echipa. „Un om care și-a găsit un alt loc de muncă a început prin a-l căuta și a făcut asta pentru că au existat anumite motive și, prin urmare, semne.”

6. Fă sport! Mens sana in corpore sano.

O minte sănătoasă într-un corp sănătos. Conducerea unei clinici presupune stres, responsabilitate și decizii importante. Ai nevoie de energie, disciplină și claritate mentală pentru a le gestiona. Nu este doar un slogan. Planifică de 3 ori pe săptămână mersul la sală (ideal luni, miercuri și vineri înainte de a merge la clinica)

7. Analizează spațiul vital al clinicii tale.

Există suficientă cerere în zona în care funcționezi pentru a-ți atinge obiectivul? Analizează populația, puterea de cumpărare, concurența și posibilitățile de extindere. Dacă spațiul vital este insuficient, ai două opțiuni strategice: lupți pentru o cotă mai mare din piața existentă sau te muți într-o zonă cu potențial mai bun. Ce presupune fiecare variantă și care este alegerea potrivită pentru clinica ta? Alocă o oră la fiecare 6 luni pentru această analiză. Nu aștepta să îți rămână timp, ci programează de acum în calendar cele două evaluări anuale ale spațiului vital al clinicii tale.

8. Fii dispus să respecți cu strictețe pașii către obiectivul stabilit.

Nu este suficient să ai un plan. Trebuie să îl execuți consecvent, inclusiv atunci când apar urgențe, dificultăți sau tentația de a reveni la vechile obiceiuri. Planifică totul în calendar. Timpul nu vine pur și simplu. Nimeni nu are timp, dar oricine își poate planifica timpul pe care îl are

9. Organizează ședințe săptămânale și lunare.

Ședințele săptămânale trebuie să urmărească activitatea curentă, problemele și responsabilitățile. Cele lunare trebuie să analizeze rezultatele financiare, indicatorii de performanță și progresul către obiectivul anual. În Planificarea strategică știm clar unde suntem. Important este să nu rămână un ecran unde găsim o informație ci să planificați săptămânal o oră (luni dimineața) și încă o oră o dată pe lună (până pe

data de 5), în care să vă uitați la programările din agendă, la încasări și la intervențiile realizate

10. Introdu minuta zilnică de coordonare.

Alocă zilnic aproximativ 5 minute pentru fiecare membru al echipei: ce are de făcut, ce dificultăți întâmpină și de ce sprijin are nevoie. Problemele identificate la timp sunt mai ușor și mai ieftin de rezolvat. Dacă ai o echipă mare, împarte-o după regula simplă: o echipă are 2–5 oameni, iar unul dintre ei are și rolul de șef de echipă. În momentul în care avem minimum 2 echipe, avem o grupă, iar unul dintre șefii de echipă are și rolul de șef de grupă. O grupă poate avea mai multe echipe, dar fără să depășească 12 persoane. Dacă avem mai multe grupe, avem noțiunea de departament și trebuie un manager dedicat acelui departament, care nu mai are și alt rol. Tu vei ține legătura doar cu un singur om, iar fiecare, la rândul lui, trebuie să țină legătura cu cei din subordine.

11. Identifică procesele pe care le poți digitaliza.

Analizează activitățile repetitive care consumă timpul echipei: încasări, programări, confirmări, formulare, comunicare cu pacienții sau raportare. Digitalizarea trebuie să reducă munca administrativă și să elibereze timp pentru activitățile care produc valoare. În ședința lunară trebuie să te întrebi ce procese poți digitaliza.

12. Externalizează activitățile pe care nu este necesar să le gestionezi intern.

Nu trebuie să faci totul cu echipa proprie. Analizează ce servicii pot fi externalizate mai eficient, fără să pierzi controlul asupra calității. Un exemplu este Dental Passport. În ședința trimestrială trebuie să te întrebi ce procese poți externaliza. Aici este important să evaluezi realist costurile pe care le ai (inclusiv timp și stres) și cât te costă dacă externalizezi. Cere mereu 3 oferte acolo unde se poate.

13. Consultă un expert înaintea oricărei investiții majore sau campanii importante de marketing.

Nu lua decizii costisitoare exclusiv pe baza intuiției. O oră de consultanță cu un specialist în domeniu poate preveni pierderi de zeci de mii de euro. Fa asta de fiecare dată cand o idee depaseste stadiul de idee. Noteaza-ti ideile raspunzand urmatoarelor intrebari:

De ce vrei să faci asta?

Ce implică din punctul de vedere al resurselor (bani, timp, oameni)?

Ce te aștepți să obții în scenariul super-optimist și în cel super-pesimist?

După ce ai implementat o idee, notează ce s-a întâmplat de fapt, pentru a-ți calibra așteptările și puterea de analiză pentru viitoarele idei.

14. Monitorizează săptămânal mișcările concurenței pe Piața Stomatologică.

Verifică anunțurile noi de angajare și colaborare de pe PiațaStomatologica.ro. Dacă o clinică din apropiere recrutează medici pentru specialități noi, acesta poate fi un indiciu că își dezvoltă capabilitățile, își extinde capacitatea sau pregătește o creștere a spațiului vital. În fiecare luni dimineața.

15. Fii prezent și activ pe CautDentistBun.ro.

Urmărește ce fac celelalte clinici din zona ta și publică minimum un articol pe lună. Vizibilitatea online contribuie la consolidarea poziției clinicii în comunitatea locală și la atragerea pacienților noi. În fiecare lună, până pe data de 5.

16. Folosește cel puțin un mecanism de fidelizare a pacienților.

Exemple: iStoma Benefits și Dental Passport. Nu este suficient să atragi pacienți noi. Trebuie să construiești mecanisme prin care pacienții existenți să revină și să păstreze o relație de lungă durată cu clinica. De azi

17. Reactivează lunar pacienții inactivi.

Folosește cel puțin o dată pe lună un mecanism de identificare și reactivare a pacienților care nu au mai revenit în clinică. O parte din potențialul de creștere se află deja în baza ta de date. În ultima săptămână din lună, în fiecare lună.

18. Colaborează activ cu Fundația iStoma.

Implică-te în identificarea pacienților cu posibilități financiare reduse care au nevoie de tratamente stomatologice. Fundația poate finanța tratamentele aprobate, realizate în clinicile partenere. Este posibil ca o parte din acel milion de euro să vină direct din tratamentele finanțate de Fundația iStoma. De azi

Ce implică asta?

Verifică împreună cu contabila ta ce sume poți direcționa. Dacă nu ai direcționat până la sfârșitul anului, poți verifica posibilitatea de a o face prin declarația D177, în condițiile legii. Cel mai bine este să analizezi din timp opțiunile de sponsorizare și facilitățile fiscale aplicabile.

Discută cu pacienții care au firme să facă același lucru.

Fundația iStoma are un mecanism de transparență completă pentru a nu exista suspiciuni în utilizarea fondurilor: fiecare sponsor propune cazuri spre finanțare și este informat referitor la cazurile propuse și sumele finanțate.

19. Identifică fondurile europene și programele guvernamentale disponibile pentru stomatologie.

Verifică periodic oportunitățile de finanțare pentru echipamente medicale, digitalizare, dezvoltarea capacității clinicii sau extindere. Nu presupune că nu există fonduri disponibile înainte de a discuta cu un consultant specializat.

Alege un consultant și roagă-l să te informeze de câte ori apar noi oportunități. Nu te baza că ține minte. Mai scrie-i câte un mesaj pe WhatsApp la fiecare 3 luni.

20. Măsoară rezultatele, identifică ce funcționează și ajustează permanent strategia.

Nu este suficient să implementezi cele 19 măsuri de mai sus. Trebuie să verifici periodic dacă acestea te apropie de obiectivul de un milion de euro.

Urmărește lunar câțiva indicatori esențiali: cifra de afaceri, profitul, numărul pacienților noi, gradul de ocupare a cabinetelor, rata de acceptare a planurilor de tratament și numărul pacienților reactivați.

Renunță la ceea ce nu produce rezultate, îmbunătățește ceea ce funcționează și investește mai mult în ceea ce generează creștere.

Nu confunda respectarea planului cu încăpățânarea de a continua o strategie care nu funcționează.

Dacă lucrurile nu par să funcționeze în direcția bună, nu ezita să apelezi la un consultant de business. Ia în calcul un fractional CEO, dar doar după ce ai încercat tu și ai văzut ce se întâmplă.