

Marketing

Alles spricht für Vollkeramik

Metallfreier Zahnersatz hat viele Vorzüge. Die Zahnärzte wissen das und erkennen immer mehr das große Potenzial der Vollkeramik für den Patienten – damit auch für den eigenen Erfolg. Die Eigenschaften moderner Werkstoffe wie Zirkonoxid und ihre prothetischen Möglichkeiten müssen an den potenziellen Interessenten im Behandlungsstuhl vermittelt werden. Keine leichte Aufgabe, bedenkt man, dass der Zahnarzt kein Verkäufer ist und dass der Patient wiederum immer besser informiert, anspruchsvoller und als Selbstzahler auch kritischer eingestellt ist als früher. Es bedarf daher eines zielgenauen Marketings.

Autor: Thomas Hammann, M. A., Bad Nauheim

■ **Vollkeramische Kronen** und Brücken werden in der Bevölkerung immer beliebter – das ist für den Zahnarzt längst keine Neuigkeit mehr. Dass es aber eines professionellen Vorgehens bedarf, damit sich der Patient noch einfacher, schneller und überzeugter für eine metallfreie Prothetik entscheidet, ist weiterhin vielen Praxen nicht bewusst. Dabei führt ein ethisch vertretbarer Marketingmix aus Werkstoffinformationen, realistischen Behandlungs-

konzepten und zusätzlichen Serviceangeboten zu einer noch besseren Nutzung des großen Potenzials der vollkeramischen Versorgung.

Der Werkstoff liefert die besten Argumente

Eine moderne Hochleistungskeramik überzeugt dabei durch Eigenschaften, die dem wachsenden Wunsch des Patienten nach Bioverträglichkeit, gro-

► **Vollkeramik** bietet einzigartige ästhetische Möglichkeiten – zum Beispiel bei der Frontzahngestaltung. Hier die suboptimale Ausgangssituation mit metallkeramischen Restaurationen von 12 bis 21 und sichtbaren Kronenrändern.

