

Kolumne
Digitaler Vertrieb für Dentallabore



kontakt

Thorsten Huhn
handlungsschärfer
Tel.: +49 2735 6198482
mail@thorstenhuhn.de
www.thorstenhuhn.de

Infos zum Autor



DER RICHTIGE „CONTENT IS KING“

Das neue Jahr ist gerade ein paar Wochen alt und lässt damit genügend Spielraum für die richtige Ausgestaltung der Kundenansprache in 2023. Auch in diesem Jahr spielt der digitale Laborvertrieb wieder eine Hauptrolle bei der Nachfragegenerierung und im Lead Management, wenn es um die Anbahnung von Geschäften mit potenziellen Kunden geht. Die eigene Webseite als Dreh- und Angelpunkt, die sozialen Medien als Verteiler von Botschaften und ein ausgeklügelter Redaktions- und Aktivitätenplan für Themen aller Art stehen Gewähr bei Fuß, um ihre Aufgaben im Konzert der Neukundengewinnung zu erfüllen. Was ist anders als im Jahr zuvor? Die Auswahl, Zusammenstellung und inhaltliche Ausgestaltung der Themen!

Top-down

Dass Inhalt König im Onlinemarketing ist, ist hinlänglich bekannt. Ein gut gemachter Text beeinflusst positiv die Wahrnehmung eines Unternehmens im World Wide Web. Er findet sich beispielsweise in Blogs oder Posts wieder.

Das Thema eines Blogs wird dabei häufig von der Vorstellung geprägt, wie das Dentallabor im Netz wahrgenommen werden will. Beiträge zur Zahntechnik selbst oder den Serviceleistungen eines Labors rund um Zahnersatz finden sich dementsprechend oft. Selbstverständlich wird inhaltlich der Nutzen für den Leser in den Vordergrund gestellt. Damit sind wesentliche Voraussetzungen, wie die Positionierung als Ansprechpartner mit zahn-technischem Know-how oder das Branding als serviceorientiertes Labor, an einen guten Content erfüllt. Die Schwachstelle im System? Es gibt in der Netzwelt gegebenenfalls nicht genügend Abnehmer für derart verschlagwortete Beiträge! Das bedeutet, dass Zahnärzte beim Googeln nicht nach der neuesten Generation von Kronen und Brücken oder der kostenfreien Farbnahme vor Ort suchen und damit die gut gemeinten Botschaften des Labors ungelesen bleiben.

Bottom-up

Kundenansprache 2023 sollte sich vielmehr an den aktuellen Herausforderungen von Zahnärzten orientieren.

Da tauchen vielleicht Themen wie die Suche nach Azubis, die Gewinnung neuer Patienten oder die krisensichere Zahnarztpraxis weiter oben in der Themenliste auf. Die Redaktions- und Aktivitätenplanung eines Labors muss diesen Problemstellungen ebenso Rechnung tragen wie der Vermarktung der eigenen Leistungsfähigkeit. So entsteht ein hybrider Mix aus Themen für die Aktivitätenplanung, der in 2023 auf Fragen von Zahnarztpraxen entsprechende Antworten liefert und damit Traffic generiert. Dem zielgruppenspezifischen Anspruch wird der Content jedenfalls gerecht, weil er die Sichtweise einer Zahnarztpraxis widerspiegelt. Wenn er unterhaltsam und informativ geschrieben wird, gut zu lesen und suchmaschinenoptimiert ist, dann ist der richtige Content King.

Die Suche nach den richtigen Bottom-up-Themen ist übrigens einfach. Fragen Sie doch einfach mal Ihre Bestandszahnärzte, welche Herausforderungen sie im laufenden Jahr erwarten. Achten Sie bei den Antworten Ihres Gegenübers nicht ausschließlich auf Fachthemen zur Erfüllung zahnmedizinischer Aufgaben, sondern hören Sie z. B. auch auf Themen der sozialen Interaktion, wie Kommunikation, Motivation oder Konfliktlösung im Team oder mit Patienten. Damit wird Ihr Strauß an (Online-)Antworten deutlich bunter.

Neue globale Kooperation

Formlabs, ein Anbieter von 3D-Druck-Lösungen, und Digital Smile Design (DSD), ein Anbieter von digitalen Zahnmedizinlösungen, geben ihre Zusammenarbeit bekannt. Die neue Kooperation unterstreicht das kontinuierliche Engagement von DSD, sich mit wichtigen Partnern zusammenzuschließen, die die gleichen Werte teilen, eine Vision für die Zukunft der Zahnmedizin haben und sich für die Weiterentwicklung des Berufsfeldes engagieren.

Schon vor dieser formellen Partnerschaft war DSD ein langjähriger Unterstützer von Formlabs Dental. DSD setzt Form 2 3D-Drucker von Formlabs mit großem Erfolg in seinem Labor ein, in dem Produkte für einen weltweiten Kundestamm hergestellt werden.

Mit dieser neuen Partnerschaft freuen sich DSD und Formlabs darauf, den 3D-Druck in Dentallaboren und Zahnkliniken weiter zu verbreiten sowie den Druck von modernen Anwendungen auf der

Basis neuer Harze voranzutreiben. All dies wird Zahnärzten helfen, noch bessere und präzisere Behandlungen für ihre Patienten anzubieten.

Das DSD Lab verfügt derzeit über fünf Form 3B-Drucker und wird diese Zahl weiter ausbauen.

„Die Nutzungsfreundlichkeit der Form 3B/3B+-Drucker, die Vielfalt an Materialien und der erschwingliche Preis des Systems machen es für jedes Dentallabor leicht, mehrere Formlabs-Drucker in den Produktionsprozess einzubinden“, sagt George Cabanas, DSD Research and Development Manager.

DSD freut sich, diese neue Zusammenarbeit bekannt zu geben. Gemeinsam werden DSD und Formlabs Dental nach Möglichkeiten suchen, die sowohl den Ärzten als auch den Patienten nützen. Eine Reihe von Projekten ist bereits in

Arbeit, die von zahnmedizinischen Bildungsinitiativen bis hin zu Forschung und Entwicklung reichen.

Quelle: Formlabs

