



Menschen hinter *cara*

Digitales Können zeigen

Digitale Technologien bieten Anwendern und Herstellern neue Chancen, ihr dentales Können zu vermarkten. Heraeus Kulzer setzt auf spezialisierte Beratung und zeitgemäße Kommunikation, berichtet Susan Stahlenberg, Leiterin Globales Marketing und Vertrieb der neuen Division Digital Services bei Heraeus Kulzer.

Gut am Markt etabliert: Die Marke *cara* gibt den digitalen Dienstleistungen von Heraeus Kulzer seit fünf Jahren ein Gesicht.



Susan Stahlenberg setzt bei der Vermarktung der Digital Services von Heraeus Kulzer auf spezialisierte Beratung und zeitgemäße Kommunikation.

Was bedeutet die Digitalisierung für die Vermarktung dentaler Produkte?

Die Digitalisierung hat die Spielregeln im Dentalmarkt verändert. Wer weiterhin vorne mitspielen will, muss sich gegenüber Wettbewerbern neu positionieren. Immer ähnlichere Produkte machen es schwer, sich von der Konkurrenz abzuheben. Es sind die Dienstleistungen über das Produkt

hinaus, die die Technik attraktiv machen. Diesen Mehrwert gilt es über zeitgemäße Kommunikation zu vermarkten.

Funktioniert die Vermarktung digitaler Dienstleistungen anders als die klassischer?

Ja. Das hohe Entwicklungstempo im digitalen Bereich erfordert Spezialisten, die sich schnell in Neu- und Weiterentwicklungen einarbeiten, sie erklären und dazu beraten können. Die Halbwertszeit von Innovationen wird kürzer. Das heißt, wir müssen Neueinführungen zügig in den Markt tragen. In diesem hochkomplexen Feld muss ein Anbieter das Know-how seines Teams stets auf dem neuesten Stand halten. Das gilt für uns genauso wie für die Anwender in Praxen und Laboren. Heraeus Kulzer hat seine internen Strukturen mit der Neuausrichtung der Divisionen auf die Bereiche „Dentale Materialien“ und „Digitale Services“ auf die veränderten Marktanforderungen ausgerichtet. Haben wir früher Einzelprodukte verkauft, sind es heute im Bereich der digitalen Prothetik komplex vernetzte Investitionsgüter. Das stellt neue Anforderungen

an unseren Außendienst. Die spezialisierte Beraterfunktion tritt immer mehr in den Vordergrund. Hierauf haben wir reagiert, indem wir ein speziell auf digitale Themen ausgerichtetes Sales- und Service-Team implementiert haben. Auch unser Angebot an Schulungen und Support bauen wir ständig weiter aus. So können wir *cara*-Anwender optimal darin unterstützen, die eigene Leistungsfähigkeit zu steigern und ihre Kunden kompetent zur Vielfalt neuer Möglichkeiten zu beraten.

Brauchen neue Technologien auch neue Ansätze?

Nicht nur Themen, auch die Art der Kommunikation hat sich verändert: Bildgewaltiger, schneller, personalisierter. Was wir von Facebook, YouTube und Co. gewohnt sind, prägt auch die berufliche Mediennutzung. Bild schlägt Text. Deshalb setzen wir verstärkt auf Videos, ob zu Produkten, Veranstaltungen oder technischen Kniffen. Heute kann aber auch jeder Zahnarzt mit einfachen Mitteln selbst kurze Videos drehen und beispielsweise sein Team vorstellen. Nutzer wollen zudem jederzeit und überall auf benötigte Infor-



Heraeus Kulzer GmbH
Infos zum Unternehmen



Neue Ansätze für neue Technologien: Die *cara*-App unterstützt das Sales-Team der Digital Services von Heraeus Kulzer bei ihrer täglichen Arbeit.

mationen zugreifen. Dieser Erwartung müssen wir begegnen. Digitale Kommunikation ermöglicht eine personalisierte, passgenaue Ansprache des Empfängers. Dies wird in der heutigen Zeit bei immer heterogener werdenden Zielgruppen immer wichtiger.

Wie will Heraeus Kulzer seine digitalen Dienstleistungen in der wachsenden Informationsflut vom Wettbewerb abheben?

Indem wir uns treu bleiben. Mit *cara* haben wir innerhalb der letzten fünf Jahre eine starke Marke geschaffen, die unseren digitalen Dienstleistungen ein Gesicht gibt. Sie zeigt nach außen, wie wir den Anwendern als Anbieter begegnen wollen: Als vertrauensvoller Partner, der Mehrwert schafft und digitale State of the Art-Services anbietet. Ich war von Anfang an dabei und bin stolz und froh, dass sich *cara* so gut am Markt etabliert hat – in Deutschland

genauso wie in Italien oder Skandinavien. Wir setzen weiter auf *cara*. Als Botschafterin wird sie den Mehrwert unserer Digital Services in den nächsten Jahren weiter in die Märkte tragen.

info.

Susan Stahlenberg ist seit 2013 Leiterin Globales Marketing und Vertrieb der Division Digital Services bei Heraeus Kulzer. Die Diplom-Betriebswirtin ist seit 2008 für die Hanauer tätig und leitete zuletzt Produktmanagement und Marketing der Division Prothetik. Zuvor arbeitete Stahlenberg als Produktmanagerin bei DeguDent und beim Metro-Konzern.

Menschen hinter cara

Selbst die modernste Technik braucht Menschen, die sie verstehen, bedienen und ständig weiterentwickeln. Seit fünf Jahren bietet Heraeus Kulzer mit dem CAD/CAM-System *cara* einen wirtschaftlichen Zugang zur hochmodernen Zentralfertigung. Heute sichert das *cara*-System digitale Präzision über den gesamten Workflow in Praxis und Labor. Die *cara*-Spezialisten unterstützen von der Installation über die Fortbildung und Soforthilfe bis zur Vermarktung digitaler Prothetik. Wir stellen in dieser und den nächsten Ausgaben die „Menschen hinter *cara*“ vor.



Video
Die Menschen hinter cara:
Statement von Dr. Andreas Bacher.

kontakt.

Heraeus Kulzer GmbH

Grüner Weg 11
63450 Hanau
Tel.: 0800 4372522
E-Mail: info.lab@heraeus.com
www.heraeus-kulzer.de