



Kirsten Gregus

© Syda Productions/Shutterstock.com

PRAXISMANAGEMENT Mädchen interessieren sich für andere Themen als Jungen. Das ist, abgesehen von einigen Ausnahmen, die sichere Regel. Dabei wollen Mädchen, im Hinblick auf ihre ganz eigenen Interessen und Aktivitäten, gezielt angesprochen und informiert werden. Mit dem neuen „Beutymagazin für Mädchen“ von goDentis können Zahnärzte und Kieferorthopäden mühelos punkten.

Hellen Erdbeeren die Zähne auf? Stört eine Zahnspange beim Küssen? Vor allem Mädchen diskutieren aktiv im Internet über Fragen zu Schönheit und zum äußeren Erscheinungsbild. Sie lieben es, sich mit Freundinnen zu treffen und sich über die neuesten Beautytrends auszutauschen. Zeitschriften wie „Mädchen“ oder „Bravo Girl“ bedienen dieses Bedürfnis hervorragend. Auch YouTube-Channels bieten Raum, sich auszutauschen oder zu informieren. Bevor Mädchen zum Zahnarzt gehen, haben sie mit großer Wahrscheinlichkeit schon viele Hinweise aus anderen Quellen ausprobiert. Dass das problematisch sein kann, wissen viele Zahnärzte aus eigener Erfahrung. Im Internet verbreitete

Tipps zum Do-it-yourself-Bleaching etwa schädigen Zähne eher, als dass sie positive Erfolge erzielen.

Zielgruppe Mädchen

Zahnärzte und Kieferorthopäden können ab sofort mit einem eigenen Magazin als kompetenter Berater dastehen. Mit dem Beutymagazin für Mädchen „Schöne, gesunde Zähne für ein strahlendes Lächeln“ hat goDentis eine Broschüre herausgebracht, mit dem Zahnärzte und Kieferorthopäden bei Mädchen punkten können. Dass Zahnspangen in verschiedenen Farben und Variationen ein wahrer Hingucker sind oder wie man seine Zähne durch die richtige Ernährung schützen kann, ist

nur ein kleiner Ausschnitt der aufbereiteten Themen. Zielgruppengerechte Vergleiche mit dem Besuch beim Friseur oder im Nagelstudio helfen bei der Kommunikation. Auch Fun Facts sorgen bei den Leserinnen für Aufmerksamkeit.

Das frische, bunte und moderne Design ist perfekt auf die Zielgruppe abgestimmt und sorgt dafür, dass es nicht wie ein „langweiliges Infoheft vom Zahnarzt“ aussieht und gern mit nach Hause genommen wird. Durch die Tipps und Anregungen fühlen sich Mädchen motiviert und bestätigt. Und das ist auch das Ziel. „Wir wollen der Zielgruppe vermitteln, dass eine präventive Zahnpflege wichtig ist und sich im Alter auszahlt. Wenn wir die

Frauen von morgen schon früh an Themen wie Prophylaxe heranzuführen, ist es für sie später selbstverständlich, sich gut um ihre Zähne zu kümmern – und nicht nur, wenn es um den ersten Kuss geht“, sagt Katrin Schütterle, die Kommunikationsexpertin von goDentis.

Entscheiderinnen von morgen

Für Zahnärzte sind Mädchen auch deshalb eine interessante Zielgruppe, da sie in Sachen Zahngesundheit die Entscheider von morgen sind. Studien haben ergeben, dass Frauen sich um die regelmäßigen Prophylaxe- und Kontrolltermine für ihre Kinder, ihre Männer und manchmal auch für die eigenen Eltern kümmern. Binden Zahnärzte die Zielgruppe der heranwachsenden Frauen also früh an ihre Praxis und vermitteln ihnen die Notwendigkeit und die Vorteile eines regelmäßigen Zahnarztbesuchs, legen sie damit die Weichen für die grundsätzliche Einstellung zur Zahngesundheit.

Sinnvolle Marketingstrategien

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen Zahnärzte ihre Patienten genau kennen und ihre Ziele genau definieren. Nur so können sie eine gute und wirkungsvolle Marketingstrategie festlegen. Im Zentrum der Überlegungen steht der Patient mit seinen Wünschen, Anliegen und Sorgen. Es geht also weniger darum, was ein Zahnarzt in seiner Praxis leisten möchte und wie er sich selbst sieht. Vielmehr geht es darum, mit welchen Erwartungen der Patient in die Praxis kommt.

Das bestätigt auch Kommunikations-expertin Katrin Schütterle und rät: „Sollen eher jüngere Menschen angesprochen werden, muss sich die Sprache und die Art der Kommunikation deutlich anders darstellen als bei der Zielgruppe Senioren. Das haben wir auch bei der Mädchenbroschüre umgesetzt.“ Nach der Zielgruppe richtet sich auch, welche Medienräume eine Zahnarztpraxis nutzt, ob sie eher in Lokalblättern oder in den sozialen Medien im Internet informiert. Was interessiert die Patienten, die der Zahnarzt in seiner Praxis begrüßen möchte? Wie soll die Praxis von den potenziellen Patienten in der näheren und weiteren Umgebung wahrgenommen werden? Wer diese Fragen für sich klar beantwortet hat, kann die Themen identifi-

zieren, die im Mittelpunkt der künftigen Praxiskommunikation stehen sollen.

Magazine und Broschüren zur Patientenansprache

Ob Mädchen, Männer oder Heiratswillige – jede Zielgruppe braucht eine eigene Ansprache. Durch Magazine, Broschüren oder individuelle Flyer können Zahnärzte und Kieferorthopäden ihre Zielgruppe individuell bedienen.

Aber nicht jeder Zahnarzt oder jeder Praxismanager hat die Zeit, sich um Kommunikationskonzepte und deren Umsetzung zu kümmern. Deshalb unterstützt das Qualitätssystem goDentis Zahnärzte und Kieferorthopäden in allen Bereichen der Patientenkommunikation. Zur zielgruppengenauen Ansprache hat goDentis verschiedene Kommunikationsmittel für ihre Partnerzahnärzte herausgebracht.

Eine vollständige Übersicht aller Broschüren, Flyer und Magazine finden interessierte Zahnärzte im goDentis-Markt unter www.godentis-markt.de Und wie immer können sich goDentis-Partnerzahnärzte etwa durch ein individualisiertes Cover der Drucksachen besonders hervorheben.

Informationen über die Vorteile einer Partnerschaft mit dem Qualitätssystem goDentis auf www.godentis.de oder im persönlichen Kontakt.

INFORMATION

goDentis Gesellschaft für Innovation in der Zahnheilkunde mbH

Scheidtweilerstraße 4
50933 Köln
Tel.: 0800 374-6061
www.godentis.de

Infos zur Autorin



„rundum vorteilhaft“

www.busch-dentalshop.de

24 Stunden täglich

Wir stellen aus:

Fachdental Südwest • Stuttgart
20./21.10.17 • Halle 4 Stand E47
ID Mitte • Frankfurt/Main
10./11.11.17 • Halle 5 Stand A28



Nutzen sie unsere
wechselnden Monatsspecials



BUSCH & CO. GmbH
& Co. KG
D-51766 Engelskirchen

www.busch-dentalshop.de