

Transferleistung im Kopf der Zahnärztin: Das war ein guter Tag, und Komet hat mir dabei geholfen.

Komet Praxis



Am Ende des Tages zählt gewonnene Zeit.

komet-my-day.de

Qualität kommt an: Fakten und Zahlen zeigen es

1. Wort und Bild

Warum fährt Komet eine Qualitätskampagne?

Die Qualitätskampagne zeigt in einem neuen gefühlvollen Auftritt, was das Unternehmen schon lange von seinen Kunden zurückgespiegelt bekommt. Es ist das tägliche Feedback aus Praxis, Labor und Universität, das Komet inspiriert hat, zukünftig die Markenkommunikation auf allen Kanälen daran auszurichten.

Wie drückt man Kundenzufriedenheit am besten aus?

Zahnarzt, Zahntechniker, Helferin und Student – sie alle wollen nach getaner Arbeit zufrieden auf ihren Tag zurückblicken. Der letzte Patient ist gegangen, die letzte CAD/CAM-Krone gefertigt, die Instrumente wieder aufbereitet, es ist ruhig, man lehnt sich zurück, kehrt in sich und macht sich dabei bewusst: Das war ein guter Tag, und Komet hat mir dabei geholfen. So entstand der Claim „*Am Ende des Tages zählt ...*“. Er wird je nach Zielgruppe dann mit den Worten „*Sicherheit*“, „*Verlässlichkeit*“, „*Vorsprung*“, „*gewonnene Zeit*“, „*Qualität und Wissen*“ ergänzt – Themen, die durchweg relevant sind für die Zielgruppe.

2. Außenwahrnehmung

Wie wird Komet von außen wahrgenommen?

Rotierende Instrumente auf höchster Qualität und exzellente Beratung direkt vor Ort – das assoziieren die meisten zuerst mit Komet. Dabei steckt so viel mehr dahinter! Von den zahlreichen Vertriebswegen, vor allem dem Onlineshop, von umfangreichen Informationsmaterialien, schnellen und kompletten Lieferungen, höchsten Sicherheitsstandards bis hin zu einem umfassenden Kursprogramm. Die meisten Produkte werden von Präparationsabfolgen, Hygienemanagement-Tipps, Blogcontent (Videos, Fachberichte und Kolumnen) und vielem mehr begleitet. Deshalb soll durch die Qualitätskampagne im Kopf von Zahnarzt, Zahntechniker, Assistenz und Student eine Trans-

ferleistung erreicht werden: Komet ist das Unternehmen, das ihnen da draußen in den Praxen, Kliniken und Laboren den Arbeitsalltag so einfach wie möglich macht. Täglich.

Viele im Markt behaupten, die besten Produkte und den besten Service zu haben. Was unterscheidet Komet davon?

Komet kann es belegen! In der Kampagne werden Fakten und Unternehmensinformationen durch Zahlen transparent gemacht und aufgezeigt, wie dem Kunden der Arbeitsalltag so einfach wie möglich gemacht wird. Beispiel: Komet steht über 100.000 Stunden im Jahr im direkten Kontakt mit den Kunden, die Lieferqualität innerhalb Deutschlands liegt bei 96 Prozent binnen 24 Stunden. Das Unternehmen arbeitet mit 1.200 Mitarbeitern, bietet über 200 kostenlose Informationsmaterialien an (darunter Fachanwenderberichte und Anwendungsempfehlungen, erstellt in Zusammenarbeit mit Spezialisten und anerkannten Meinungsbildnern), entwickelte über 200 Patente und widmet sich in einer eigenen Abteilung der strategischen Forschung für die Dentalbranche. Das sind ein paar von vielen eindrucksvollen Fakten, die herausgearbeitet wurden.

Diese und weitere außerordentliche Umfänge werden in der Qualitätskampagne verstärkt kommuniziert, alles nachzulesen unter www.komet-my-day.de



Infos zum Unternehmen

WWW.KOMETDENTAL.DE