



Frage: Meine Laborwebseite ist schon ein paar Jahre alt. Brauche ich für den Vertrieb eine neue Webseite?

» EXPERTENTIPP FÜR DEN VERTRIEB

Thorsten Huhn: Um die Frage richtig zu beantworten, sollten wir aus allen möglichen Blickwinkeln auf das Thema schauen.

Vertrieb ist in erster Linie der persönliche Kontakt mit einer Zahnarztpraxis. Es treffen Praxismitarbeiter auf Labormitarbeiter, Beziehungen werden hergestellt, Vertrauen gewonnen und damit die Grundlage für Geschäftsbeziehungen gelegt. Dieser persönliche Beziehungsaufbau funktioniert natürlich ohne Webseite, aber nach einem spannenden Gespräch entsteht oftmals der Wunsch nach mehr Informationen über den Gesprächspartner und das zugehörige Dentallabor. Der Blick auf die Visitenkarte des Labormitarbeiters verrät der Praxis in der Regel die Webadresse und schon beginnt die Informationsgewinnung ohne persönlichen Kontakt. Sollte die Webseite des Labors jetzt veraltet sein, kann es schon zu Einschränkungen in der vertrieblischen Arbeit führen. Dennoch zählt der persönliche Kontakt viel mehr als der unpersönliche Kontakt mit der Webseite.

Viel spannender wird der vertrieblische Aspekt der Webseite beim Blick auf die in der Zahn-technik gerade vorherrschenden Themen. Die haben vielfach mit dem digitalen Workflow zu tun, egal ob es sich um technische Aspekte wie der digitalen Abdrucknahme oder um administrative Aspekte wie den digitalen Auftragszettel handelt. Sobald ein Dentallabor mit diesen digitalen Themen auf Zahnarztpraxen zugeht, sollte die digitale Visitenkarte des Labors auf jeden Fall up to date sein. Dazu gehört eben auch eine aktuelle Webseite, z. B. mit der sicheren Upload-Möglichkeit für Scandaten oder dem Austausch von digitalen Aufträgen. Eine veraltete Webseite zahlt beim digitalen Workflow sicher nicht auf das Vertrauenskonto ein.

Ein weiterer Aspekt, der für eine gepflegte Webseite spricht, ist sicher die Erwartungshaltung der Mitarbeiter einer Zahnarztpraxis. Heute hat (nahezu) jedes Unternehmen eine Webseite, also bitte auch das Dentallabor. Ist sie veraltet oder gar nicht vorhanden, dann gilt dasselbe auch für das Labor. Dazu

kommt, dass seit Einführung des Web 2.0 die Interaktion auf einer Webseite großgeschrieben wird und der Leser mit zur Gestaltung der Webseite, in der Regel in Form von Kommentaren, beiträgt. Auch dieser gesellschaftliche Aspekt spricht für eine neue, interaktive Webseite.

In die Zukunft gedacht, wird die Webseite eines Dentallabors eine immer wichtigere Bedeutung als Schnittstelle zur Zahnarztpraxis einnehmen. Die fortschreitende Digitalisierung macht auch in einem Handwerksbetrieb nicht halt. Der digitale Vertrieb wird daher auch für ein Labor immer wichtiger werden. Das bedeutet auch, dass die eigene Webseite als Dreh- und Angelpunkt fungiert und deutlich mehr Unterstützung für den direkten persönlichen Vertrieb bieten wird. Das stellt zwar hohe Anforderungen an eine Webseite, entlastet den direkten persönlichen Vertrieb aber deutlich.

Ich sehe eine aktuelle Webseite vertrieblisch unterstützend heute schon als wichtig und wertvoll an. Sie wird den persönlichen

Vertrieb nicht ersetzen, sondern ergänzen. Für die Zukunft wird die Bedeutung der Webseite steigen, damit aber auch die Anforderungen an das Labor in Sachen Wartung und Pflege. Technische Konnektivität und inhaltliche Aktualität sind dabei die zwei Treiber, die besonders zu beachten sind.

Meine Antwort auf die eingangs gestellt Frage ist also: Ja, aber planen Sie eine neue Webseite im Kontext Ihres gesamten Unternehmens. Wie wollen Sie wahrgenommen werden, wofür stehen Sie, welche Mehrwerte bieten Sie einem Zahnarzt? Antworten auf diese Fragen liefern moderne Webseiten und fördern damit den Vertrieb.

Sie interessieren sich z. B. für das Thema digitaler Vertrieb? Dann stehe ich Ihnen gerne mit Rat und Tat zur Seite.

Thorsten Huhn – coaching & training
Hohe Straße 28 b
57234 Wilnsdorf
Tel.: 02735 6198482
Mobil: 0160 8580300
thorsten.huhn@ct-huhn.de
www.ct-huhn.de

Scheidgut – ein unterschätzter Schatz

Wie Patienten und Zahnärzte Zahn- und Altgold zu Geld machen können, verrät Jörg Faller, Teamleiter Vertriebs Support Deutschland von Kulzer.

1. Welche Rolle spielen Edelmetall-Dentallegierungen heute?

Edelmetall-Legierungen sind im Dentalbereich rückläufig, da die Auswahl an alternativen Werkstoffen zunimmt. Auch die Digitalisierung und Weiterentwicklung verschiedener Herstellungsprozesse führen zu Veränderungen im Markt. Aufgrund der guten Biokompatibilität und Langlebigkeit haben sich Edelmetall-Dental-

legierungen dennoch über Jahrzehnte bewährt – und haben auch heute noch ihre Berechtigung.

2. Was können Patienten und Zahnärzte mit altem Zahngold machen?

Zunächst ist es wichtig, dass alle Beteiligten erkennen, welcher Schatz eine Edelmetall-Dentallegierung ist. Denn: Auch Altgold hat noch seinen Wert. Es gibt

unterschiedliche Wege der Altgoldverwertung. Neben der Eigenverwertung können Patienten und Zahnärzte den Geldwert ihres Altgoldes für gemeinnützige oder karitative Zwecke spenden. Egal ob lokal, regional, national oder international, es gibt genügend Möglichkeiten, mit Altgold Gutes zu tun. Im Fall einer Spende übernehmen wir von Kulzer die komplette Abwicklung. Bei Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Basis der Feinmetalle in die entsprechende Ankaufgruppe ein. Ab einem Nettoanlieferungsgewicht von 100 Gramm Kronen und Brücken analysieren wir die Anteile von Gold, Silber, Platin und Palladium. Anschließend vergüten wir diese jeweils zu den tagesaktuellen Ankaufspreisen. Für jedes der vier Edelmetalle wird die analysierte Menge und der Tagesankaufspreis auf den Gutschriften ausgewiesen. Das bietet größtmögliche Transparenz.



Jörg Faller, Teamleiter Vertriebs Support Deutschland. (Bildnachweis: © Kulzer/picture alliance/Haas)



Der Weg eines Goldzahns bei Kulzer – von der Fertigung bis zum Recycling in der Scheideanstalt – alles aus einer Hand. (Bildnachweis: © Kulzer)



3. Worauf sollten Zahnärzte und Patienten achten?

Zahnärzte und Patienten sollten darauf achten, wem sie ihr Altgold anvertrauen. Das gilt besonders für die Aufarbeitung des Altgoldes, denn schließlich soll das Maximum an Edelmetallen wiedergewonnen werden. Dabei spielt auch die Transparenz der analysierten Edelmetalle eine Rolle. Wir erhalten oft Hinweise von Kunden, dass ihnen ein Pauschalbetrag für das gesammelte Altgold angeboten wird. Ich kann das nicht nachvollziehen, da die Zusammensetzung von gesammeltem Altgold sehr unterschiedlich sein kann – je nachdem, was und wie gesammelt wird.

4. Wie funktioniert die Abrechnung von Altgold bei Kulzer?

Bei der Einsendung einer einzelnen Krone tarifieren wir diese auf

5. Welche Kosten fallen für die Aufarbeitung an?

Die Kosten berechnen sich auf Basis des Anlieferungsgewichts. Bei Kleinstmengen, wie z. B. der oben genannten Einzelkrone, sind diese im Ankaufspreis bereits beinhaltet. Darüber hinaus haben wir jedes Jahr verschiedene Aktionen mit vergünstigten Aufarbeitungskosten. Bei unserer aktuellen Aktion liegen die Kosten für 200 Gramm Altgold Nettoanlieferungsgewicht bei 199 Euro netto.

Jetzt Scheidgutaktion nutzen

Am 4. Juni 2018 startete Kulzer die nächste Scheidgutaktion: Zahnärzte und Patienten profitieren bis zum 10. August 2018 von besonders günstigen Scheidekosten. Gerne berät das Kulzer-Team persönlich, individuell und diskret zu

allen Fragen rund um das Thema Altgold unter der gebührenfreien Hotline 0800.4372-522 und der Auswahltaste 3 oder via E-Mail an scheidgut@kulzer-dental.com. Weitere Informationen zur Edelmetallaufbereitung bei Kulzer und zur Scheidgutaktion sind beim zuständigen Außendienstmitarbeiter oder im Internet unter www.kulzer.de/scheidgut erhältlich. **ZT**

ZT Adresse

Kulzer GmbH
Jörg Faller
Leipziger Straße 2
63450 Hanau
Tel.: 06181 9689-2143
joerg.faller@kulzer-dental.com
www.kulzer.de