

Know-how für zwischendurch: Studio-Tutorials zu dentalen Themen

FORTBILDEN >>> Ende August 2018 zeigte sich die OEMUS MEDIA AG gewohnt innovativ und präsentierte mit den (Live-)Studio-Tutorials ein neues Vorreiterprodukt auf dem Markt. Wir haben hinter die Produktionskulissen geschaut und Praxiscoach Christoph Sander bei der Aufnahme seines (Live-)Tutorials zum Marketing für Zahnarztpraxen begleitet.



Newsletter
CME-Community



Kamera läuft! Christoph Sander im Leipziger Studio der OEMUS MEDIA AG bei der Aufzeichnung seines Marketing-Tutorials.

Sich dort fortbilden, wo man gerade ist? Nichts leichter als das! Als eine Form des Webinars 2.0 ermöglichen die Studio-Tutorials ab sofort Zahnärztinnen und Zahnärzten, sich fernab von Kongress- und Seminarsälen, unterwegs, in Pausen oder einfach und bequem von zu Hause aus zu aktuellen Themen rund um die Zahnmedizin sowie die unternehmerische Praxisführung, zu ausgewählten Produkten, einer chirurgischen Herausforderung oder einem innovativen Verfahren kompakt und umfassend zugleich

zu informieren. Dabei werden die Inhalte der in der Regel 45-minütigen Tutorials von erfahrenen Referenten und Experten kompetent und praxisorientiert aufbereitet. Mittels Multi-Channel-Streamings (MCS) werden die Tutorials – hierzu zählen auch Interview- und Talksituationen sowie eine Kombination aus Live-OP und anschließender Diskussion – entweder live oder zeitversetzt über ZWP online und die reichweitenstarken Social-Media-Kanäle YouTube und Facebook ausgestrahlt und können so,

ohne zusätzliches Equipment, ganz einfach auf den gängigen mobilen Endgeräten zur eigenen Fortbildung genutzt werden. Damit unterstützt das neue Lernformat Zahnärztinnen und Zahnärzte gezielt dabei, zeit- und ortsunabhängig über Neuerungen und Innovationen der Zahnmedizin und Entwicklungen der Branche auf dem Laufenden zu bleiben. Die Live-Tutorials sind, ähnlich wie die beliebten Live-OPs, eine weitere Variante der „Fortbildung to go“ innerhalb der ZWP Online CME-Community.

Der Praxiscoach Christoph Sander präsentiert in seinem Tutorial zum Thema „Marketing und Werbung in der Dentalbranche“ die Key-Faktoren eines erfolgreichen Marketings für Zahnarztpraxen. Welche Aspekte er im Tutorial genauer unter die Lupe nimmt und wie er die Produktion der fast einstündigen Aufzeichnung erlebte, verrät uns der erfahrene Referent und Wahlberliner im Kurzinterview.

ärztlichen Marketings ein, unter anderem auf den Aspekt der Authentizität. Dieser ist unglaublich wichtig. Denn Authentizität ist Grundvoraussetzung für Erfolg! Dabei geht es um Ehrlichkeit und die Betonung der eigenen Stärken.

Und was hat Sie am Format des Tutorials gereizt?

Das Thema Marketing ist ja nicht neu, die (Print-)Publikationen dazu häufen sich. Ich wollte das Ganze einfach

LIVE-TUTORIAL

„Marketing und Werbung in der Dentalbranche“

21. Dezember 2018, 14 Uhr
Christoph Sander

zum Tutorial



„Ich möchte mit dem Tutorial vor allem junge Zahnärztinnen und Zahnärzte erreichen, am Beginn ihrer Selbstständigkeit, um sie für **wichtige Marketingfragen** zu sensibilisieren.“

Herr Sander, welche Themen sprechen Sie im Tutorial an?

Zahnarztpraxen sind Teil der Marktwirtschaft. Damit kommen Zahnärzte – über kurz oder lang – um das Thema Werbung nicht (mehr) herum. Ich möchte mit dem Tutorial vor allem junge Zahnärztinnen und Zahnärzte erreichen, am Beginn ihrer Selbstständigkeit, um sie für wichtige Marketingfragen zu sensibilisieren. Da es kein perfektes Marketingkonzept für alle Praxen gleichermaßen gibt, muss jede Praxis den Weg zum passenden Marketing individuell finden. Im Tutorial gehe ich auf die Faktoren ein, die man bedenken muss, wenn es um den langfristigen Praxiserfolg geht. Hierzu zählen unter anderem Patientenkommunikation, Marketingbudget, Positionierung und das geeignete Werbekonzept. Gleichzeitig erkläre ich, was man als Zahnarzt werbetech-nisch überhaupt darf. Hier gilt: Angemessene Werbung ist zulässig, anpreisende Werbung, die mit Übertreibungen, Superlativen und Alleinstellungsannahmen arbeitet, nicht. „Ich bin der beste Implantologe weit und breit!“ wäre somit nicht nur ein schlechter, sondern auch ein unzulässiger Schachzug! Darüber hinaus umreißt ich die Bedeutung eines professionellen Webauftritts und stelle die vier Funktionen der Positionierung sowie ausgewählte Positionierungsstrategien kurz vor. Dabei gehe ich auch auf die Grundpfeiler des zahn-

etwas lebendiger rüberbringen, als das eben bei einem (Print-)Artikel der Fall sein kann. Das Format hat wirklich Spaß gemacht, das Drumherum war auch super. Ich muss aber zugeben: Leicht ist es mir zunächst nicht gefallen, weil man sich das Gegenüber vorstellen muss und keine Interaktion mit dem Publikum hat. Man spricht ja direkt in die Kamera! Aber mit ein wenig Übung lief es dann ganz rund. <<<

Infos zur Person
Christoph Sander



KONTAKT

Christoph Sander
Sander Concept GmbH
sander.christoph@
sander-concept.de
www.sander-concept.de

