

Kolumne
Digitaler Vertrieb für Dentallabore

Thorsten Huhn
handlungsschärfer



Digitaler Vertriebsplan 2022

Klappern gehört zum Handwerk. „Tue Gutes und rede darüber“ – so und so ähnlich lauteten die Aufforderungen früherer „Marketing-Experten“, um Geschäftsleuten zu mehr Öffentlichkeit zu verhelfen und das Geschäft anzukurbeln. Dem Grunde nach gelten diese Aussagen auch heute noch, nur die Art und Weise des Klapperns hat sich verändert.

Natürlich kann ein Dental-labor Kunden immer noch direkt und persönlich ansprechen. Der Wirkungsgrad dieser Vorgehensweise ist im regional begrenzten Raum unschlagbar hoch. Der Ressourcen-Einsatz ist jedoch enorm groß, weil jede Klinke erst einmal persönlich geputzt werden muss. Wie schön, wenn die Erstsprache, das Wecken von Interesse und das Lenken der Aufmerksamkeit auf die Leistungen des Labors heute deutlich leichter und mit deutlich mehr Reichweite möglich sind. Das bindet ebenfalls Ressourcen, entbindet aber von den unangenehmen Begleiterscheinungen einer Kaltakquise. Digitaler Vertrieb ist das Stichwort, das heute in jedem Dental-labor zum Tagesgeschäft gehören sollte, das potenzielle Kunden ansprechen will. Und das Jahresende ist ein guter Zeitpunkt, um die vertriebliche Planung für das kommende Jahr um den Aspekt digitaler Ansprache zu erweitern.

Aktivität – Thema – Ziel

Eine vertriebliche Planung enthält zunächst alle Aktivitäten, mit denen in 2022 die Aufmerksamkeit von Bestandskunden und auch potenziellen Kunden erregt werden soll. Die einzelnen Aktivitäten gehören zu Themengebieten, die in der strategischen Ausrichtung eines Labors Platz finden, um Langfristziele zu erreichen. Eine Aktivität könnte z. B. der bedarfsweise Einsatz eines labor-eigenen Intraoralscanners mittels Scanshuttle sein. Das korrespondierende Themengebiet, zu dem mehrere Aktivitäten gehören, ist die Erweiterung der Mehrwert-Serviceleistungen des Labors mithilfe eines Intraoralscanners. Das Langfristziel ist z. B. die Steigerung der Kundenzufriedenheit gegenüber einem Vergleichszeitraum.

Soziale Plattformen

Jede vertriebliche Aktivität kann in insgesamt vier Vertriebskanä-

len an die Leute gebracht werden. Einer davon setzt auf die Nutzung von sozialen Plattformen, die mittlerweile zu Hauf etabliert sind. Dazu gehören die bekannten Player wie Instagram oder Facebook, aber auch Business-Plattformen wie XING oder LinkedIn. Selbst WhatsApp, Twitter oder YouTube gesellen sich in die Gruppe der vertrieblich nutzbaren Plattformen. Nicht alle der gut zwei Dutzend sozialen Tools können bespielt werden, sodass im ersten Schritt eine entsprechende Auswahl zu treffen ist.

Posts entsprechend der Vertriebsaktivität

Abhängig von vorhandenen Ressourcen ist die Frequenz der Nutzung festzulegen. Mindestens ein Mal pro Woche zu posten, ist ein guter Indikator für den Start. Für die vertriebliche Planung sind demzufolge vier Posts pro Monat notwendig, die sich a) um die vertriebliche Aktivität gruppieren sollten und b) Einblicke in das Innenleben des Labors nach außen tragen. Im Fall des Intraoralscanners sind ein Video des verwendeten Mundscanners, ein Foto des Botenfahrzeugs als Scanshuttle oder die Nutzung des Scanners mögliche Motive. Ein letzter Beitrag über eine gefertigte Arbeit auf Basis der Scannerdaten komplettiert den Reigen von vier Beiträgen pro Monat. Eintragen in den Plan, vorbereiten der kurzen Texte, Fotos oder Videos und posten. Fertig.

Tipp: Je mehr vorgeplant werden kann, desto weniger Hektik entsteht in der Umsetzung. Und: Frequenz halten. Denn nichts ist schlimmer als ein gut gemeinter Start, der nach kurzer Zeit in einen leblosen Vertriebskanal mündet.

Infos zum Autor



Intelligente Personalvergütung = nachhaltige Mitarbeiterbindung

Ein Beitrag von Hans J. Schmid.

Neben der Überflusgesellschaft mit all ihren Annehmlichkeiten haben wir einen stetig steigenden Mangel an Personal. Vom Überangebot an guten Technikern früherer Zeiten ist nichts mehr übrig geblieben. Heute sind wir in einem Verdrängungswettbewerb – Laborführer müssen sich also intelligent um nachhaltige Mitarbeiterbindung bemühen.

Es gibt mehr offene Stellen, als qualifizierte Bewerbende auf dem Markt zu Verfügung stehen. Sobald ein Angestellter nicht zufrieden ist, tut er es kund. Wenn Sie nicht zeitnah ein attraktives Angebot unterbreiten, können Sie schnell einen guten Mitarbeiter an Ihre Marktbegleiter verlieren. Neben Ihrem Zuspruch an Ihre Mitarbeiter braucht es heute einfach mehr. Bindung durch Mehrwert ist immer öfter gefragt, denn wir gehen heute bewusster mit uns und unserer Umwelt um.

Staatliche Vorteile nutzen

„Die Unternehmen haben es in der Hand, durch vertragliche Vereinbarung von einer gesetzlich zulässigen Steuerbefreiung in möglichst hohem Maße Gebrauch zu machen.“ (Bundesfinanzhof-Urteil v. 17.06.2010, VI R 50/09)

ANZEIGE

Scheideanstalt.de

- stets aktuelle Ankaufskurse
- professionelle Edelmetall-Analyse
- schnelle Vergütung

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
+49 7242 95351-58
www.Scheideanstalt.de

ESG Edelmetall-Service GmbH
+41 55 615 42 36
www.Goldankauf.ch

Helfen Sie Ihren Mitarbeitern, mehr netto vom Bruttolohn zu bekommen. Nutzen Sie dafür alle Zuwendungen, die der Gesetzgeber für Sie und Ihr Unternehmen vorsieht. So haben Sie ein Mitarbeiterbindungsinstrument von Dauer.

TIPP

Dafür hat der Gesetzgeber 38 mögliche steuerreduzierte und steuerfreie Zuwendungen geschaffen. Hier ein paar Beispiele:

Sie kennen sicher den Tankgutschein in Höhe von zzt. 44 Euro. Es ist eine Sachzuwendung, die steuerfrei an Ihre Mitarbeiter jeden Monat verteilt werden kann. Ab 2022 wird die Grenze auf 50 Euro angehoben. Wichtig dabei ist: Er kann nicht rückwirkend genehmigt werden und darf die Grenze auch nicht um einen Cent übersteigen, sonst ist er komplett zu versteuern.

Zusätzlich kann im Rahmen einer Betriebsfeier innerhalb des Freibetrags steuer- und sozialabgabenfrei ein Sachgeschenk in Höhe von 110 Euro pro Mitarbeiter verteilt werden. Vom Gesetz her darf das pro Jahr an zwei Veranstaltungen angerechnet werden. Hier ist die genaue Kennzeichnung und Zuordnung des jeweiligen Sachgeschenks und die Einhaltung der entsprechenden Freigrenzen zu beachten.

Weiter haben Sie vielleicht schon mal das Wort Mankogeld gehört. Jeder Mitarbeiter, der mit Bargeld zu tun hat, darf 16 Euro im Monat steuerfrei erhalten. Damit ist jede Nutzung von Firmengeld in bar darstellbar.

Baut man eine pauschalisierte Überstundenregelung ein, sparen Sie pro Mitarbeiter im Durchschnitt 60 bis 80 Euro pro Monat an Arbeitgeberanteilen. Das Gute daran: Ihr Mitarbeiter freut sich über 60 bis 70 Euro mehr netto im Monat, da ein Teil seiner Einkünfte nicht versteuert wird.

Weitere Möglichkeiten sind u. a. Handykostenzuschuss, Werbung, alle anderen Sachzuwendungen (§ 37b) und Internetpauschalen.

Leistungen schriftlich festhalten

Hierbei ist für Sie wichtig, zu beachten, dass alle Leistungen, die Sie freiwillig bieten, arbeitsrechtlich niedergeschrieben werden. Hierfür wird ein Nachtrag zum Arbeitsvertrag in schriftlicher Form in der Personalakte hinterlegt.

Der Vorzug für Sie als Arbeitgeber: Ihr Mitarbeiter wird seinen Nettolohn kommunizieren, wenn er sich auf dem Markt umschaute. Das heißt, er addiert sein Steuernetto und seine Freibeträge zusammen und nennt diesen Betrag bei Preisverhandlungen. Der Kollege auf dem Markt, der sich dann vom Wunschnetto des Bewerbers erst mal erholen muss, wird nach dem



©BlackSalmon/Shutterstock.com

Berechnen des Bruttolohns eine Zahl bekommen, die jenseits seiner Vorstellungen ist. Er versteuert ja gedanklich den vollen Nettobetrag des Technikers, ohne zu wissen, dass hier vieles über intelligente Lohnkonzepte genutzt wurde. So hilft Ihnen das Konzept, Ihre Mitarbeiter zusammenzuhalten.

Abrechnung

Früher musste man alles selbst berechnen und dem Steuerberater monatlich mitteilen. Mittlerweile nutzt man für das Ausrechnen und Integrieren der betrieblichen Zuwendungen die KI sowie digitale Schnittstellen für die reibungslose Umsetzung im Steuerbüro – ohne, dass es monatlich bei Ihnen oder Ihrer Abrechnungsstelle Ressourcen bindet. Der Benefit für Ihr Unternehmen ist eine Reduktion der Personalkosten im erheblichen Ausmaß. Für Sie ist es leicht auszurechnen. Sie sparen sich pro Mitarbeiter pro Jahr 1.000 Euro.

Fazit

Das Teuerste für ein Unternehmen ist der Verlust eines guten langjährigen Mitarbeiters. Nichts ist schwerer aufzuwiegen, als das Spezialwissen dieser Person – nicht nur intern, sondern auch die Verbindung zu Ihren Kunden. Bis Sie das Wissen und Können im Handwerk und in der Kommunikation wieder auf das ursprüngliche Niveau ge-

bracht haben, vergehen Jahre. Und das nur, weil er denkt, ein anderer Chef wird mir mehr zahlen. Lassen Sie es nicht so weit kommen. Schenken Sie Ihren Mitarbeitern Aufmerksamkeit und Zuwendungen in dem Maß, das nötig ist, um Ihren Betrieb langfristig zu unterstützen. Und eins kann ich aus Erfahrung sagen: Es macht schnell die Runde in der kleinen Fachwelt rund um Ihr Labor. Die Branche weiß, dass Sie etwas Besonderes für Ihre Mitarbeiter bieten. So erzeugt man eine Sogwirkung.

Alle Informationen zu den 38 Steuersparmöglichkeiten und die optimale Umsetzung können sie jederzeit per Mail beim Autor abrufen.

kontakt

Hans J. Schmid
Benzstraße 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: +49 170 6333888
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com



*initial*TM
IQ ONE SQIN

Malbares Farb- und Micro-Layering-Keramiksistem



Mit freundlicher Genehmigung von ZTM Stefan M. Roozen (Österreich)



Minimierter Aufwand und maximales ästhetisches Ergebnis. Scannen und mehr erfahren!

GC Germany GmbH

info.germany@gc.dental
<https://europe.gc.dental/de-DE>



Since 1921
100 years of Quality in Dental