



Individuelle Marketingkonzepte für Dentallabore

Das Nordquadrat- Alphabet

Ziel von Marketing-Kampagnen ist vor allem die Gewinnung neuer Kunden. Aber auch der harterarbeitete Kundenstamm darf nicht vernachlässigt werden. Eigene Kampagnen sollten gut ausgeklügelt sein, um sich als Labor zu positionieren und weiterhin mit dem eigenen Schwerpunkt am Markt wahrgenommen zu werden. Fünf Schritte sind für eine erfolgreiche Marketing-Kampagne notwendig. Claudia Gabbert präsentiert diese unter #Kampagne. Im Nordquadrat-Alphabet stellt sie in dieser Ausgabe außerdem die Buchstaben #J wie JPG und #L wie Logo vor.

Kontakt

Nordquadrat PR + Marketing
Claudia Gabbert
Gilcherweg 64a

22393 Hamburg
Fon +49 40 600 137-88
c.gabbert@nordquadrat.de

www.nordquadrat.de
facebook.com/nordquadrat
www.instagram.com/nordquadrat



JPG

#JPG ist die auf drei Buchstaben reduzierte Form von JPEG (Joint Photographic Experts Group). Dahinter verbirgt sich ein Zusammenschluss von Firmen und Forschungsinstituten, die 1992 den Standard für das Speichern digitaler Bilder festgelegt haben. Das JPG-Dateiformat hat sich seitdem weltweit durchgesetzt. Heute kann jede Digitalkamera Bilder mit der Dateiendung .jpg erzeugen. Der Vorteil gegenüber anderen Grafikformaten (.bmp, .tif) ist der geringe Speicherplatz-Bedarf. Die Bilddaten werden komprimiert und, das ist besonders bei diesem Format, auf die Besonderheiten digitaler Fotos angepasst. Diese Vorteile sind vor allem bei Detailaufnahmen von Versorgungen und Nahaufnahmen aus dem Labor entscheidend. Unser Tipp: Bei jedem Fotoshooting darauf achten, dass der Fotograf die Bilder im jpg-Format liefert. Diese lassen sich sehr gut im Print- und Online-Segment umsetzen.

Kampagne



#letsdrivemercedes so hieß 2019 eine der erfolgreichsten Marketingkampagnen. Mit einem Youtube-Video setzte der deutsche Automobilhersteller dabei auf viel Humor und Expertise.

- Inhalt: Zwei Moderatoren und bekennende Auto-Fans testeten verschiedene Mercedes-Modelle
- Zielgruppe: Junge Leute, die einen hohen Unterhaltungswert schätzen
- Ergebnis: 2,3 Millionen Klicks für dieses Video
- Fazit der Kampagne: Mercedes traf mit dem Format genau den Zahn der Zeit

Marketing-Kampagne in fünf Schritten:

1. Kampagnen-Ziel genau definieren
2. Aufmerksamkeit generieren: Social Media, Print und Online
3. Überzeugen: Kampagnenname mit Inhalten füllen
4. Vertrauen schaffen
5. Produkte und Dienstleistungen verkaufen: Ergebnisse messbar auswerten

Und Möglichkeiten für erfolgreiche **#Kampagnen** gibt es viele, zum Beispiel ein eigenes Schienenkonzept. Fazit: Wer als Unternehmen neue Kampagnen-Maßnahmen anpackt, kurbelt den Absatz an.



Logo

Ein **#Logo** ist wichtig für das eigene Marketing und Corporate Design. Grafisch umgesetzt werden kann es als Bildmarke (Signet), Wortmarke (Schriftzug) oder als Kombination aus einer Wort-Bild-Marke. In unserer Branche sehen wir häufig die Verwendung eines Zahns in unterschiedlichen Darstellungen. Schematisch, realistisch dargestellt, skizzenhaft oder auch symbolisch. Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Stichwort Farbe: auch diese spielt eine große Rolle bei der Logogestaltung. Jeder hat Lieblingsfarben und diese werden gern auch als Unternehmensfarbe gewählt. Wichtig ist bei der Logogestaltung, dass sich das Unternehmen damit identifiziert. Und dass das **#Logo** in klaren Farben, druckfähig und auf Printunterlagen, Fahrzeugen, Kleidung als auch auf der Website gut darstellbar ist.