



Individuelle Marketingkonzepte für Dentallabore

Das Nordquadrat- Alphabet

Eine dauerhafte Markterfolgssicherung ist das Ziel eines jeden Unternehmens. Damit diese, über das kurzfristige Geschäft hinausgehend, erzielt werden kann, ist die Fokussierung auf ein Leistungsangebot und auf erfolgversprechende Absatzmärkte wichtig. Zur Marketing-Planung eines Unternehmens gehört heute der optimale Mix aus analogen und Online-Marketingmaßnahmen. In dieser Ausgabe des Nordquadrat-Alphabets geht Claudia Gabbert sowohl auf klassische als auch auf Online-Themen ein: #M = Mock-up, #N = Newsletter und #O = Online.

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



Mock-up

Vorher sehen, wie es hinterher aussieht: Das ist das Ziel eines Mock-ups. Ein Begriff, der in der Zahntechnik gängig ist: Mit einer Vorabversorgung erfährt der Patient, wie seine zukünftige Versorgung aussehen kann. Er hat die Möglichkeit, sich für diese zu entscheiden oder gegebenenfalls Änderungswünsche zu äußern. Das abgestimmte Mock-up wird dann in eine auf ihn perfekt angepasste Versorgung umgesetzt. Nichts anderes bedeutet das im Marketing: visuell ein Layout erstellen beziehungsweise eine Gestaltung für alle Printunterlagen, damit der Adressat einen Eindruck gewinnt, wie das Corporate Design seines Unternehmens aussehen kann. Das gilt für Visitenkarten, Briefbögen, Flyer, Unternehmensbroschüren, Willkommensflyer, Newsletter und Präsentationsmappen. Durch die Integration von Farben, Typographien, Bildern und Grafiken kommt das #Mock-up dem endgültigen Design sehr nahe beziehungsweise bildet dieses bereits ab. So fällt den Verantwortlichen die Entscheidung für ein einheitliches Corporate Design leichter.



Newsletter

Der #Newsletter ist ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrument im Print- und Onlinebereich – wenn er zielgruppengerecht gestaltet ist und auffällt. Versehen mit dem eigenen Namen und Design, steht der Newsletter für das Unternehmen. Kurz – knapp und knackig: so werden gebündelt Informationen an potenzielle Kunden und Partnerzahnärzte weitergegeben. Die Vorstellung von Techniken, Technologien, „Produkten“, Mitarbeitern, Räumlichkeiten und Serviceleistungen schafft Vertrauen und Ansatzpunkte für eine Kontaktaufnahme. Dazu gehören auch branchenrelevante Themen, die für die Zielgruppe einen Mehrwert darstellen. Fotos lockern den Newsletter auf und sorgen für Aufmerksamkeit. Besonders wichtig ist eine Rückmeldemöglichkeit, auch Call-to-Action genannt. Das kann die Anmeldung zu einer Fortbildung sein, Anforderung weiterer Informationsmaterialien oder auch die Teilnahme an einem Gewinnspiel. Kombinieren wir diese Faktoren, ergibt sich ein interessantes Medium, das es verdient, ansprechend beim Adressaten anzukommen. Empfehlenswert ist eine regelmäßige Aussendung, um bei der Zielgruppe Präsenz zu zeigen und das Medium #Newsletter als Maßnahme für den eigenen Unternehmenserfolg optimal zu nutzen.



Online

Online-Marketing ist der wachsende Bereich im Marketing. Die Prognose für die nächste Zeit besagt, dass voraussichtlich bereits die Hälfte aller Werbeausgaben im Online-Marketing getätigt werden. Der Online-Marketing-Mix ist die Verlängerung des Marketing-Mixes fokussiert auf den digitalen Bereich. Hier gilt es, die strategischen Marketingziele des Unternehmens zu adaptieren und gewinnbringend in den digitalen Kanälen zum Einsatz zu bringen. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Suchmaschinenmarketing, Bannerwerbung, E-Mail-Marketing, Social Media usw. Ebenso vielfältig sind die Ziele des #Online-Marketings von der Kunden-Akquise über Kundenservice und -bindung bis zur Mitarbeitersuche. Wichtig ist, die durchgängige Darstellung des eigenen Designs und Contents in allen klassischen und Online-Medien.