

Den Tag der Zahngesundheit positiv nutzen

Veröffentlicht am: 31.08.2010, 17:00

Pressemitteilung von: **uphoff pr & marketing GmbH // Mandy Ebisch**

Am 25. September ist der bundesweite Tag der Zahngesundheit. Zahnarztpraxen und Dentallabore können den Termin nutzen, um den persönlichen Patienten-/Kundenkontakt zu fördern und Einblicke in ihr Schaffen zu geben. In diesem Jahr fällt der Termin auf einen Samstag: Ideal, um einen Aktionstag für Kunden und Patienten zu organisieren. Wie dieser ein Erfolg wird, das verrät PR- und Marketing-Expertin Dr. Karin Uphoff. Aktionsplan Ein Aktionsplan hilft, einen Tag der offenen Tür in Labor- und Praxisräumen erfolgreich durchzuführen. Was wird geboten? Wie machen Labor und Praxis auf den Tag der Zahngesundheit aufmerksam? Welche Mitarbeiter stehen zu welchen Zeiten zur Verfügung? Welche Werbegeschenke werden verteilt? Ein Plan mit konkreten Angaben, was von wem bis wann zu leisten ist, schafft Klarheit und vereinfacht die Umsetzung. Medienarbeit Anzeigen in den regionalen Medien und Anzeigenblättern sind oft teuer. Da ein Aktionstag eine öffentliche Veranstaltung ist, bietet sich eine Pressemeldung als effektive und kostengünstige Alternative an. Wer die wichtigsten Fakten ggf. mit einer persönlichen Einladung an die regionalen Medien mailt, hat große Chancen auf eine Veröffentlichung. Die wichtigsten Daten sind: Datum, Uhrzeit, Veranstaltungsort, Programm, Link zur eigenen Website und Kontakt. Da Redaktionen tagtäglich viele Veranstaltungshinweise bekommen, empfiehlt sich telefonisch nachzuhaken. Kooperationen Wer sich Partner, etwa aus der Industrie, ins Boot holt kann Kosten und Aufwand reduzieren. Die Besucher profitieren von einer größeren Vielfalt. Hersteller können etwa einzelne Produkte oder Dienstleistungen wie die Zahnfarbbestimmung vor Ort präsentieren. Werbung Über Plakate oder Aushänge bei Partnern wie Labor, Zahnarztpraxis oder Apotheke können Labore und Zahnarztpraxen den Aktionstag publik machen. Die Gestaltung dafür kann ein talentierter Mitarbeiter übernehmen oder eine professionelle Werbeagentur. Auch ein Infoblatt zum Aktionstag in den Praxis-/Laborräumen kann der zeitigen Bekanntgabe des Termins dienen. Ebenso wie die Veröffentlichung des Termins und des Programms auf der Internet-Seite. Auch die sozialen Netzwerke und Kontakte von Mitarbeiter sind gute Quellen, um Nachrichten zu streuen. Corporate Design Am "großen Tag" des Events schaffen Roll-ups und Fahnen im Corporate Design des Praxis/des Labors einen professionellen Eindruck. Shirts mit Aufdruck im Corporate Design dienen der Wiedererkennung und heben den Teamcharakter hervor. Unterhaltung Wer seinen Gästen etwas bietet, bleibt auch über den Aktionstag hinaus in guter Erinnerung. Zahnpflege, zahngesunde Ernährung, Zahnkosmetik, Zahnersatz: Die Themenauswahl ist groß. Mit einer Zahnfarbbestimmung und der computeranimierten Präsentation verschiedener Versorgungsformen hinterlassen Zahnarztpraxis und Dentallabor einen positiven Eindruck. Eine Ausstellungsvitrine mit "historischen Werkzeugen" oder eine Video-Präsentation mit Kopfhörer etwa zu innovativen CAD/CAM-Techniken sind Publikumsmagnete. Geschenke Mit informativen Flyern und bedruckten Werbegeschenken unterstreichen Praxen und Labore den positiven Eindruck, den Patienten beim Aktionstag gewonnen haben. Ob Schlüsselanhänger in Zahnform, Lippenpflegestift mit "Zahnkappe", zuckerfreie Kaugummis und Bonbons, Apfel, "Einmal-Zahnbürste" zum Kauen oder Kinderbüchlein zum Thema Zahntechnik: Es gibt vielfältige Ideen für kleine Aufmerksamkeiten! Mit dem individuellen Laborlogo und -namen versehen, hinterlassen Veranstalter über den "Tag der offenen Tür" hinaus einen ganz persönlichen Eindruck. Eine Vielzahl von Werbematerialien und Artikeln zum Tag der Zahngesundheit finden Interessierte unter: www.marketing-fuer-zahnaerzte.de.

Pressekontakt

Frau Mandy Ebisch
Leiterin

uphoff pr & marketing GmbH
Alfred-Wegener-Straße 6
35039 Marburg, Deutschland

Telefon: 06421/407950
E-Mail: redaktion@uphoff-pr.de
Website: www.uphoff-pr-marketing.de

Firmenportrait

Die uphoff pr & marketing GmbH aus Marburg (Hessen) ist spezialisiert auf die Betreuung von Verbänden und mittelständischen Unternehmen - ganz besonders rund um die Themen Gesundheit und Medizin.

Als Full-Service-Agentur bietet uphoff pr & marketing ihren Kunden alles, was sie noch erfolgreicher macht. Von individuellen PR- und Marketingkonzepten über Materialien wie Folder, Plakate, Postkarten bis hin zu Pressemeldungen, Website-Gestaltung und -Programmierung sowie Eventorganisation. Dem Experten-Team gehören neben erfahrenen Marketing- und PR-Profis auch Grafiker und Webdesigner an. Zudem bildet uphoff pr & marketing Nachwuchskräfte in Volontariaten aus und bietet Praktikanten einen Einblick in die Arbeit einer PR- und Marketing-Agentur.

uphoff pr & marketing betreut mittelständische Unternehmen aus sämtlichen Spektren. Dennoch hat sich ein Kundenschwerpunkt in der Gesundheitsbranche herauskristallisiert. Dadurch verfügt uphoff pr & marketing über ein Spezialwissen in der Gesundheits-, Verbands- und Praxis-PR. Die Agentur arbeitet seit langem für Dentallabore, Ärzte, Zahnärzte, Orthopäden, Hörgeräteakustiker sowie für Praxisverbände, Verbände und Innungen.

2009 wurde die uphoff pr & marketing GmbH für Innovationskraft und mitarbeiterorientiertes Denken als Hauptpreisträger des Mittelstandsprogramms ausgezeichnet und zählt 2010 erneut zu den Preisträgern. Im Oktober 2009 wurde Geschäftsführerin Dr. Karin Uphoff zur Botschafterin des European Network of Female Entrepreneurship Ambassadors ernannt, einem europäischen Netzwerk, das Frauen durch positive Rollenvorbilder dazu ermutigen will, sich selbstständig zu machen.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.de/haftungsausschluss>