



38 Die Social Media-Strategien der Dental-Industrie

Zehn Implantat-Hersteller: Wer betreut die Accounts? Welche Inhalte werden veröffentlicht? Welche Ziele werden verfolgt und wie lässt sich deren Erfolg messen?



24 Spot des Monats Januar 2018: Doceram gewinnt Bronze

Eine Experten-Jury zeichnet in dem neuen Bewegtbild-Wettbewerb Spots für B2B- und B2C-Zielgruppen in fünf Kategorien aus.

■ NEWS

- 06 Jürgen Vogel bleibt das TePe-Gesicht
- 06 Dentsply Sirona Implants-GF wird „Ehren-Zahntechnikermeister“
- 07 Top 3 Dental-Fachanzeigen im Februar 2018
- 08 Drei Fragen an Thomas Flatt, edel+white
- 09 Health AG launcht Marketingkampagne für Hēa Ratio
- 09 Studie: Gute Gesundheits-Apps für Kinder nur schwer auffindbar

■ MÄRKTE

- 10 Die CARE-Seite des Marktpotenzials für Dental-Unternehmen
Psyna beleuchtet in einer dreiteiligen Serie die Besonderheiten geriatrischer Zahnmedizin. Teil 3: Bedeutung von Mundgesundheits in Pflege-Einrichtungen sowie bei pflegenden Angehörigen und den daraus entstehenden Möglichkeiten für die Dental-Industrie.

13 Neues Verpackungsgesetz fordert Umdenken bei Designern und Herstellern

Peter Désilets, GF der Packaging-Agentur pacoön, über die Anforderungen, die das VerpackG ab 2019 hinsichtlich Rezyklierbarkeit bzw. Umweltverträglichkeit stellt.

■ KOMMUNIKATION

- 19 Marken-Positionierung für Pragmatiker
Am Beispiel des Segments der Präzisions-Abformmaterialien erläutert FaktenSchmied-GF Bernhard Hebel eine mögliche Vorgehensweise für die (Neu-)Positionierung einer (neuen) Marke.
- 24 Spot des Monats Januar 2018: Doceram gewinnt Bronze
Sieben Dental-Kampagnen zeigten zum Auftakt des neuen HEALTHCARE MARKETING-Wettbewerbs die Vielfalt der Bewegtbild-Kommunikation.
- 30 „Women in Dentistry“ – neues Angebot in der Kurslandschaft
Mit neuen Fortbildungsformaten speziell für Frauen passt Dentsply Sirona sein Kommunikationskonzept der Feminisierung in der Dental-Branche an.

33 Die Healthy-Family

Die Health AG entwickelt ihre Praxissteuerung Hëa nach dem Co-Evolution-Prinzip. Marketingleiterin Diana Perez und Gerd Hermes von der Agentur Mutabor über diese Leitidee und das neue Corporate Design.

48 Warum happybrush auf Podcasts setzt

Das Start-up nutzt für die Ansprache seiner jungen Zielgruppe u.a. Audio-on-Demand-Angebote. Diese erfreuen sich bei Hörern und Werbetreibenden wachsender Beliebtheit.

■ MEDIEN

38 Die Social Media-Strategien der Dental-Industrie

DENTAL MARKETING hat die Social Media-Aktivitäten von zehn großen Implantat-Herstellern unter die Lupe genommen.

45 Suchmaschinen-Optimierung in der Dental-Branche

SEO-Spezialist Ralf Schwalbe, amm, zur Bedeutung der Suchmaschinen-Optimierung und deren praktischer Umsetzung.

■ KÖPFE

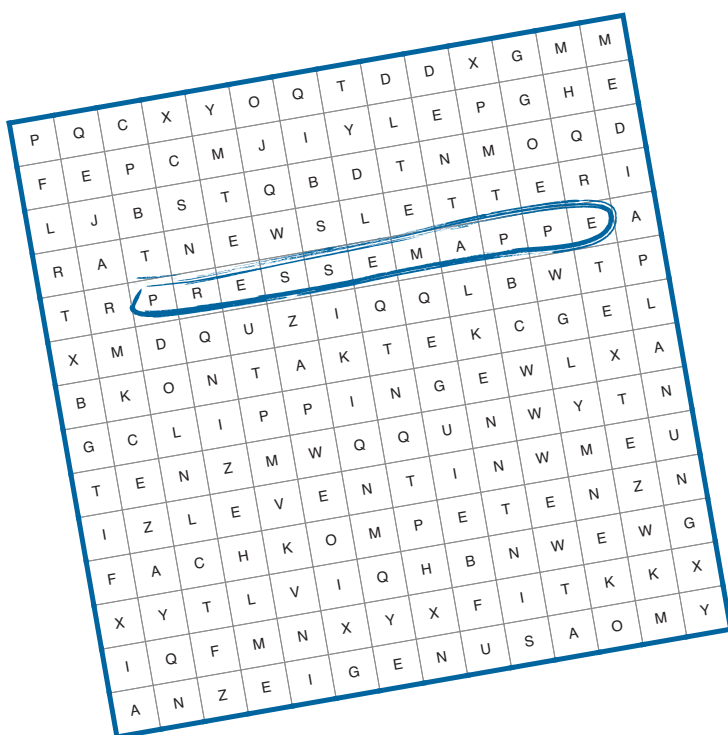
38 Martin Karle / Naoya Uehara / Astrid Müller-Gerbes / Markus Bappert / Melanie Stodtmeister / Arjan de Roy / Cathrin Westermann

■ RUBRIKEN

03 Editorial

09 Impressum

Erfolgreiche Dental-Kommunikation? Für uns kein Rätsel!



Finden Sie folgende Begriffe:

Fachkompetenz, Dentalkennntnis, Kontakte, Newsletter, Mediaplanung, Pressemappe, Event, Clipping, Texte, Anzeigen