

Fortsetzung der SSO-Profilierungskampagne 2009

Die SSO hat 3500 Botschafterinnen und Botschafter

Die Kampagne für den Zahnarzt SSO fokussiert 2009 auf die zahnärztliche Praxis: Das Motto lautet «Flagge zeigen, sich zum Label SSO bekennen!».

Felix Adank, Presse- und Informationsdienst SSO (Bilder: zvg)

Die dritte Folge der Kampagne zur Profilierung des Zahnarztes SSO zielt auf die Praxis: Der behandelnde Zahnarzt, die behandelnde Zahnärztin soll sich als Mitglied SSO zu erkennen geben – damit der Patient weiss, dass er an der richtigen Adresse ist. Die SSO hat ein einzigartiges Filialnetz, das bis heute erst ungenügend für die Zwecke der Profilierung eingesetzt wurde: Die SSO zählt mit ihren Praxisinhabern an die 3500 Botschafterinnen und Botschafter, die das Label SSO entscheidend stärken können. Der damit verbundene Transfer von Image und Vertrauen ist wichtig sowohl für den Praxisinhaber wie für die SSO: Nach wie vor drängen Zahnärzte aus dem EU-Raum in die Schweiz, buhlen Zahnarztzentren und selbst ernannte Kliniken um neue Kundschaft. Dieser Konkurrenz muss die SSO entschieden entgegentreten – nicht zuletzt mit einer gelebten Corporate Identity, welche Patientinnen und Patienten die Vorteile des Zahnarztes SSO vor Augen führt – und ihn/sie dazu einlädt, «seinem/ihrer» Zahnarzt treu zu bleiben. Dieses Bemühen ist nicht weniger wichtig als die überfällige Anpassung des Zahnarztarifs an die Teuerung: Die SSO kämpft standespolitisch geeint für ihre Anliegen – dies soll auch in der Öffentlichkeit und in der zahnärztlichen Praxis zum Ausdruck kommen!

Attraktiver Mehrwert für Patienten

Die diesjährige SSO-Profilierungskampagne will dem Praxisinhaber attraktive Materialien anbie-



Tischsteller

ten, die seinen Patienten einen Mehrwert bringen. Es geht dabei nicht nur um Kundenbindung, es geht auch um eine Sensibilisierung der Patientinnen und Patienten für die Marke SSO und um die klare Botschaft des Zahnarztes, der Zahnärztin: Ich gehöre dazu! Die Kampagne will die Präventionsbotschaft der SSO mit geeigneten, auch spielerischen Produkten an den Mann bzw. die Frau bringen. Mit dem CD-Manual der SSO (zu finden auf dem Internet unter www.sso.ch > *Porträt SSO*) kann der Praxisinhaber bereits heute seine Briefschaften, Rendez-vous-Kärtchen und sein Praxischild mit dem Label SSO versehen. Jene Zahnärzte, die ihre Rendez-vous-Kärtchen gratis bei Gaba beziehen, erhalten das SSO-Logo automatisch mitgeliefert. Mit neuen Promotionsartikeln, die der Praxisinhaber seinen Patienten mitgeben kann, haben diese ein «Bhaltis», das sie auch zu Hause an die Zugehörigkeit «ihres» Zahnarztes, «ihrer Zahnärztin» erinnert. Und sie wissen: Er behandelt sie nicht nur sorgfältig und auf hohem Qualitätsniveau – er setzt sich auch präventiv für eine gute Mundhygiene seiner Patienten ein.

Wer gibt mir mein strahlendes Lächeln zurück?

Zentrales Motiv der diesjährigen Kampagne ist und bleibt das Krokodil mit dem bunten Wächtervogel, der für die Zahnreinigung seines Beschützers sorgt. Das Motiv ist augenzwinkernd gewählt, hat aber eine durchaus ernst gemeinte Botschaft: Wer gibt mir mein strahlendes Lächeln zurück? Es sind unsere Zahnärzte SSO (und nicht irgendwelche Zahnärzte)! Die Byline «Unsere Zahnärzte» unterstellt ein gegenseitiges Vertrauensverhältnis, das für den Erfolg jeder medizinischen Behandlung ausschlaggebend ist. Sie appelliert an eine emotionale Bindung und Treue, die in allen bisher gemachten Publikumsbefragungen klar zum Ausdruck kommt: Über 90% der Patienten sind mit ihrer Zahnärztin, ihrem Zahnarzt völlig zufrieden und sind sogar bereit, weite Wege zu gehen, um auch nach einem Wohnortwechsel weiterhin bei ihm oder ihr in Behandlung zu bleiben. Die zunehmende Mobilität, der Anspruch auf möglichst rasche Behandlung und der Trend zur Zahnmedizin als Lifestyle werden



Bodensteller

diese Verbundenheit künftig aufweichen – gerade darum ist es wichtig, das Label SSO in den Vordergrund zu rücken, damit der Patient am neuen Wohn- oder Arbeitsort auf diese Qualitätsmarke achtet und nicht leichtfertig einem Low-Cost-Verprechen aufsitzt, das sich sowohl in der Qualität der Behandlung wie auch bei der Höhe der Rechnung als trügerisch erweisen könnte.

Die SSO-Promotionskampagne für Ihre Praxis

Die Kampagnenmaterialien 2009 sind dazu bestimmt, den Zahnarztpraxen SSO einerseits ein Corporate Design zu verleihen, andererseits dem Praxisteam auch Promotionsartikel in die Hand zu geben, das die Patienten für ihre Treue belohnt. Dazu gehören auch Patienteninformationen wie das «zahninfo» oder SSO-Broschüren zum Thema «Zahnbehandlung». Mit dem Mundhygieneset konnte in Zusammenarbeit mit Gaba ein kostengünstiges und attraktives Prophylaxeprodukt entwickelt werden, das Patientinnen und Patienten zu einer sorgfältigen Mundhygiene ermuntern will. Das eigens für

**Die SSO-Promotionskampagne für Ihre Praxis!
Participez à la campagne de promotion SSO!**



Beachten Sie die SSO-Bestellkarte in der Juni-Ausgabe des SSO-Internum oder auf www.sso.ch

dieses Set entwickelte «ABC der Mundhygiene» zeigt ihnen in Wort und Bild, was dabei zu beachten ist.

Zum Corporate Design gehören ein *Bodensteller* aus Stahl, der zusammen mit dem *Thekensteller* aus Plexiglas sowohl das zahninfo wie Patientenbroschüren attraktiv präsentiert. Bodensteller (Höhe ca. 160 cm mit Ablage, Preis: 250.– Franken/Ex.) und Thekensteller (Masse: 22×30×35 cm, Preis: 50.– Franken/Ex.) können auch separat bestellt werden. Der *Tischwimpel* fürs Empfangsdesk (aus Atlasseide, 16×25 cm mit Metallständer, Preis: 20.– Franken/Ex.) zeigt dem Patienten gleich beim Eintreten, dass er sich in einer SSO-Praxis befindet – diesem Zweck dient auch

das *Namensschild* aus Aluminium (21×69 mm, Preis: 12.– Franken/Ex.), das der Praxisinhaber mit einem magnetischen Gegenstück an seinem Kittel befestigen kann, ohne die Berufsbekleidung zu beschädigen.

Zentrales Promotionsmaterial zum Abgeben ist das *SSO-Hygienset*: Es enthält eine Elmex-Zahnbürste und -Zahnpasta, Mundspülung, Fluoridgel, Zahnseide und medizinische Zahnhölzer sowie ein «ABC der Mundhygiene», das dem Empfänger erklärt, wie die Prophylaxeprodukte anzuwenden sind. Das in Zusammenarbeit mit Gaba entwickelte Set wird zu einem attraktiven Preis abgegeben (40.– Franken/20 Ex.). Noch nie war es so einfach, den Patienten eine umfassende



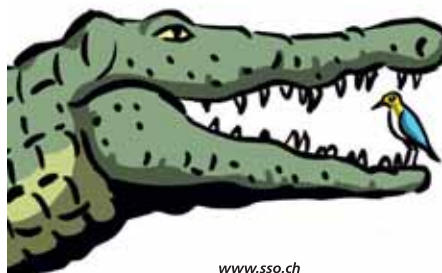
Tischwimpel

und überzeugende Präventionsbotschaft in die Hand zu geben – und dies erst noch im Look der SSO, was die Glaubwürdigkeit verstärkt. Für Kinder- und Familienzahnärzte stehen neu eine *Sanduhr* und ein *Daumenkino* zur Verfügung, die sowohl im Wartezimmer aufgelegt wie



Pflegeset mit ABC der Mundhygiene

**Kleines ABC
der Mundhygiene**



www.sso.ch

Schweizerische Zahnärzte-Gesellschaft
Società Svizzera di Odontologia e Stomatologia
Società Svizzera di Odontologia e Stomatologia
Swiss Dental Association

SSO

Unsere Zahnärzte.

ABC der Mundhygiene



Sanduhr



Plastiksack in zwei Grössen



Namensschild

auch den kleinen und grossen Patienten mitgegeben werden können. Für beide Produkte gilt ein Stückpreis von 2.– Franken (Mindestbestellmenge 10 Stück). Es sind eher spielerische Elemente der Kampagne, transportieren aber die

Prophylaxe-Botschaft der SSO ebenso überzeugend wie das Hygieneset. Aus der Kampagne 2008 wurden nachbestellt: *Kleber*, assortiert mit den sechs Kampagnensujets 2008 für Briefcouverts (120 Stück zu 15.– Franken) sowie *Plastiksäcke* neu in zwei verschiedenen Grössen mit Krokodilsujet D/F (25×33 cm sowie 30×35 cm, 50 Stück à 12.– Franken). Für die übrigen Materialien 2008 (T-Shirts, Kleinplakate) gilt: «Es het, solangs het!»

Alle Produkte der Kampagne können mit der Bestellkarte in der Juni-Ausgabe des SSO-Internum beim SSO-Shop bestellt werden, ein PDF der Bestellkarte kann auch im Internet heruntergeladen werden (www.sso.ch > *Porträt SSO* > *Kampagne 2009*). Alle Angebote sind exklusiv für SSO-Mitglieder bestimmt, die Produkte werden ab Ende Juli/Anfang August ausgeliefert. Alle Preise verstehen sich exkl. MwSt. und Porto).

Die Gelegenheit war noch nie so günstig: Nutzen Sie die Kampagne 2009, Ihre Praxis als SSO-Praxis zu positionieren!

Der Presse- und Informationsdienst der SSO steht den Mitgliedern für sämtliche Fragen im Zusammenhang mit der Umsetzung der Promotionskampagne in der Zahnarztpraxis gerne zur Verfügung.

Was die Sektionen tun können

Einzelne Sektionen der SSO haben eigene Werbeanstrengungen zugunsten des Zahnarztes SSO in die Wege geleitet (siehe auch den Bericht über die Kampagne der Sektion Aargau in SMfZ 5/09). Alle Aktivitäten tragen dazu bei, die gemeinsamen Kampagnenziele zu erreichen. Die Sektionen sind aufgerufen, ihre Mitglieder zur Umsetzung zu ermutigen: ob Praxissteller, Tischwimpel oder Namensschild – die Sektionen können zum Beispiel mit Sammelbestellungen dazu beitragen, der SSO-Profilierungskampagne zum Durchbruch zu verhelfen!



Kleber



Daumenkino

Presse- und Informationsdienst SSO

Postgasse 19, Postfach, 3000 Bern 8
 Tel. 031 310 20 80
 Fax 031 310 20 82
 info@sso.ch