



SØREN BARON ROM

DIREKTØR PÅ BARON & COMPANY REKLAMEBUREAU SOM HAR SPECIALISERET SIG I EFFEKTIV MARKEDSFØRING AF TANDLÆGEKLINIKKER.

WEB: BARON-COMPANY.DK
TLF: 33 33 00 77

SOCIAL MARKETING

SET MED TANDLÆGEØJNE

Det er oppe i tiden, og intet tyder på, at det er en forbigående døgnflue, vi snart kan vinke farvel til. Med Facebook som bannerfører er danskerne for alvor hoppet på Social Marketing-vognen, der strutter af nye online kommunikationsmuligheder. Hvilken betydning har det for danske tandlægekloniker



HVAD ER SOCIAL MARKETING?

Måske kender du ikke meget til social marketing, men der er alligevel en god chance for, at du eller dine nærmeste allerede har fænomenet helt inde på livet. Med knapt 2,8 millioner brugere er Facebook nemlig det mest populære sociale marketing-medie i Danmark. Facebooks store popularitet hos private danskere gør det attraktivt for virksomheder at være til stede på Facebook og anvende det som markedsførings- og kommunikationskanal.

TWITTER OG LINKEDIN

Twitter er et andet fænomen inden for social marketing, som efterhånden er ved at vinde fodfæste herhjemme. Twitter bruges primært til at kommunikere ultrakorte statusmeddelelser mellem brugerne – de såkaldte tweets. Da man kun har 140 tegn til rådighed i en meddelelse, gælder det her om at være kort og præcis i sin kommunikation. Et tredje eksempel er LinkedIn, som har sin styrke inden for rekruttering og business-to-business markedsføring.

ER SOCIAL MARKETING OG FACEBOOK RELEVANT?

Al den snak om online markedsføring og social marketing kan være meget godt, men er det overhovedet relevant for en

tandlægekloniker, der sikkert har en travl hverdag i forvejen?

Som udgangspunkt er svaret ja, da det altid er tilrådeligt at have fingeren på pulsen, hvad markedsføring angår, når man har egen virksomhed. Hvad gør andre tandlægekloniker, hvordan ændrer patienterne adfærd, og hvad er tendensen inden for markedsføring og kommunikation i branchen? Herudover vil jeg mene, at social marketing er oplagt at anvende for nogle tandlægekloniker, men ikke for alle. Det afhænger i høj grad af den enkelte klinik-ejers målsætning og ressourcer.

Ønsker hun eller han at præsentere klinikken på en inspirerende måde med billeder og video, give egne patienter mulighed for at udtrykke deres mening og tilfredshed over for andre eller eksempelvis at annoncere et åbent hus-arrangement på billig vis til folk i lokalområdet, så er Facebook en oplagt mulighed.

Har klinikken derimod ikke mulighed for at tage flere patienter, lysten til at komme i tættere dialog med egne patienter og nye patientemner eller ganske enkelt ikke interne ressourcer til at håndtere vedligeholdelsen, ja så bør man se bort fra at anvende social marketing som redskab i klinikkens markedsføring.

HVAD ER PRISNIVEAUET FOR FACEBOOK

Har man tiden og interessen, kan man selv klare de fleste ting selv i forbindelse med oprettelsen af en Facebook-side. Er man tillige kreativ og god til at formulere sig, kan man også kaste sig ud i design og tekstforfatning af sidens indhold og eventuelle Facebook-annoncer. Men nu er der jo ingen, der har sagt, at dygtige tandlæger også skal være mestre i at lave markedsføring, så man kan naturligvis også vælge at betale sig fra det. Her starter priserne for en standard Facebook-side ved kr. 2.500,- på vores reklamebureau. Så er klinikken på og klar til at gøre brug af alle mulighederne over for de knapt 2,8 millioner aktive danske Facebook-brugere.

RESSOURCER TIL VEDLIGEHOLDDELSEN PÅ FACEBOOK

Kravene til klinikkens egen involvering hænger sammen med ambitionsniveauet for klinikkens tilstedeværelse på Facebook. Det koster naturligvis tid - og dermed penge - at have en medarbejder til at klare selve vedligeholdelsen. Der er dog som udgangspunkt tale om et yderst begrænset tidsforbrug, med mindre klinikken har mange aktiviteter kørende på Facebook og er så heldig at få en stor og aktiv fanskare, der stiller spørgsmål og bidrager med kommentarer på klinikkens



side. Ønsker man hjælp til vedligeholdelsen, kan man lave en aftale herom med os, så klinikken i store træk slipper for denne del.

ANNONCERING PÅ FACEBOOK

At man kan annoncere på Facebook, er der nok mange, der ved. At det kan gøres endog særdeles målrettet er måske knap så velkendt. Man skyder med andre ord med skarpe skud og sparer dermed penge, da annoncerne afregnes efter antallet af klik. Ønsker en århusiansk klinik eksempelvis at annoncere for implantatbehandlinger til ældre kvinder, giver det ingen mening at gøre det over for alle Facebook-brugere. Her kan man målrette sin annoncering, så annoncen eksempelvis kun vises til kvinder mellem 60 og 70 år i Århus.

VÆRDIEN AF FACEBOOK-FANS ?

En Facebook-fan kan i store træk sidestilles med en nyhedsbrevsmotager, da de meddelelser og opdateringer, der kommer fra klinikken automatisk bliver sendt til klinikkens fans. På den måde kan en fan holde

sig opdateret på alle de meddelelser og tiltag, som klinikken kommer med. Eksempelvis en konkurrence, et godt tilbud på en behandling, ansættelsen af en ny medarbejder eller en event på klinikken.

Det er selvfølgelig en god idé at skaffe Facebook-fans, men en endnu bedre idé at skaffe "de rigtige fans". Det kan for eksempel være dem, der bor i byen, hvor klinikken ligger. Sådanne fans er værdifulde, da hver især er et oplagt patientemne, men de er også vigtige for klinikken, da de alle kan dele information - og dermed igangsætte spredningen af klinikkens budskaber - i Facebook-netværket. Der er flere måder at skaffe "de rigtige fans" på. For nylig fik vi 300 af slagsen på 14 dage til en af vores tandlægekloniker-kunder.

Man bliver "fan" ved at klikke "synes godt om" på klinikkens Facebook-side.

MERE ONLINE MARKEDSFØRING I 2012

Hjørnestenen i en tandlægeklonikers markedsføring er hjemmesiden. Efter juleferien stiller jeg skarpt på de krav, danskerne stiller

til en velfungerende hjemmeside for en tandlægekloniker i dag. Til indhold, design, funktioner og brugervenlighed. Kan du ikke vente til næste nummer af bladet, så er du velkommen til at kontakte mig - ellers vil jeg ønske dig en glædelig jul og en afslappende juleferie. •

»Social marketing kan være meget godt, men er det overhovedet relevant for en tandlægekloniker?«