



Tandläkare Peter Troberg och tandsköterska Pernilla Nilsson hälsar välkommen till kliniken.

Reklam i praktiken

TEXT: HANS-ERIK NILSSON

FOTO: HANS-ERIK NILSSON OCH TROBERGS TANDVÅRD

VARJE ÅR LÄGGER svenska företag drygt 60 miljarder kronor på reklam och marknadskommunikation, enligt organisationen Sveriges Kommunikationsbyråer. Om man bara räknar renodlad reklam har 21,7 miljarder kronor omsatts i Sverige under årets första nio månader. Det visar en färsk rapport från Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM. Det råder högtryck på marknadsföringsfronten i landet, men tandläkarna håller alltså en allmänt låg profil när det gäller att göra reklam för sig.

– Det är en tradition som sannolikt kommer sig av att det tidigare inte var tillåtet för tandläkare att annonsera. Kanske har det också ansetts som lite fint att inte ha behov av fler patienter, säger Peter Troberg, tandläkare och grundare av Trobergs Tandvård i Nyköping.

Större kostym krävde fler patienter

När Peter Troberg tog över kliniken i centrala Nyköping år 2004 hade han från start ingen

önskan om att expandera. Men när en intelligande lokal blev ledig materialiserades möjligheten att etablera ett komplett tandläkarhus. Han, hustrun Marie, tillika tandläkare och kollegan Tobias Block, såg potentialen i en verksamhet med ett brett utbud av tandvårdstjänster under samma tak – från förebyggande behandling till protetik till kosmetik.

– Vi ska kunna göra allt på plats och vara i behov av att remittera så lite som möjligt, konstaterar Peter Troberg.

Med tiden har ytterligare en tandläkare, Karin Karlsson, anställts. Dessutom arbetar specialisttandläkare Annika Sahlin-Platt, fyra tandhygienister och åtta tandsköterskor på kliniken.

– Men för att kunna växa i vår nya stora kostym, behövde vi fler patienter och för att få fler patienter behövde vi marknadsföra oss, så enkelt var det, konstaterar Peter Troberg.

”Hos oss behandlas alla väl”

Efter många år verksam som tandläkare på Folk tandvården i Nyköping, hade Peter Troberg ett gott rykte att spinna vidare på. Tillsammans med kollegorna formulerade man en vision som kunde omsättas i extern kommunikation.

– Det handlar om att bygga vårt varumärke. Vi vänder oss inte till presumtiva patienter med direkta erbjudanden, men den dagen de behöver bra tandvård ska vi dyka upp i deras minnen som förstahandsvalet, det är en del av vår vision, förklarar Peter Troberg.

Trobergs Tandvård har för ändamålet ett tydligt grafiskt kännetecken, en logotyp, och en devis ”Hos oss behandlas alla väl” som de använder i sin marknadskommunikation. Däremot har man valt lite andra vägar för att nå ut till kunderna än via vanlig annonsering.

– Vi annonserar mycket sällan i lokalpressen, det är bara om vi vill gå ut med något



Modern inredning stämmer väl med klinikägarnas vision.



Det är svårt att missa var kliniken är belägen.

Logotypen är stringent använd genom hela verksamheten.



särskilt, exempelvis att vi har öppet hus, berättar Peter Troberg.

Istället har Trobergs Tandvård valt att jobba med redaktionell marknadskommunikation. Rent praktiskt går det till så att en lokal gratistidning avsätter en journalist som tillsammans med Peter Troberg tar fram artiklar om verksamheten i tandläkarhuset.

– Det kan handla om allt från tandläkar-skräck till våra olika kompetensområden på kliniken. Vi märker att artiklarna får genomslag eftersom så många pratar om dem, säger Peter Troberg.

Avtalet med gratistidningen innebär att Trobergs Tandvård får redaktionellt utrymme en gång i månaden i gratistidningen. Läsarna får intressant information, redaktionen får bra innehåll i tidningen och tandläkarna får trovärdig uppmärksamhet. På modern svengelska kallas sådant för en vinn-vinn-situation.

– Jag tror dessutom att framförallt yngre

människor inte är så mottagliga för traditionell reklam och då fungerar det här alternativet bra för oss, menar Peter Troberg.

Satsning på webben

Ett annat område som Trobergs Tandvård i Nyköping valt att satsa på är webben. Tidigare hade man en enkel hemsida via Praktiker-tjänst, men den har bytts ut mot en riktig webbplats.

– Det är ett måste att finnas på webben idag och många av våra patienter söker information via vår webbplats, säger Peter Troberg.

Den nya webbplatsen produceras tillsammans med en lokal webbyrå. Samarbetet initierades den informella vägen.

– De som jobbar på webbyrån är patienter här på kliniken, säger Peter Troberg och ler.

Att synas på Internet handlar till stor del om att kunna bli hittad via söktjänster, något som Trobergs Tandvård tagit fasta på. Sök på

Vänersborgs
Tandteknik ab

Högteknologi
och
kunskap...

Väpnadsvänliga
material med
CAD/CAM teknik...

... Vi visar vägen

www.vanersborgstandteknik.se

Box 206 • 462 23 Vänersborg

Besöksadress: Karlslundsgatan 8

Tel: 0521-662 28

Fax: 0521-157 24

Info@vanersborgstandteknik.se

www.vanersborgstandteknik.se

Sirona

Sirona Cerec InLab System

DCS

DCS Precident System

Nobel
Biocare

Procera nätverkslaboratorium

ASTRATHEC
DENTAL

Cresco Preciseringslaboratorium



”tandläkare” och ”Nyköping” – då kommer Trobergs Tandvård högst i sökresultatet.

– Vi har köpt sökord och begrepp på Google. Det har vår webbyrå hand om, men vi får månatliga statistikrapporter om resultatet av annonseringen, förklarar Peter Troberg.

Mäter regelbundet investeringarna

Mätning och redovisning av utfallet av reklaminvesteringar är givetvis viktigt i sammanhanget. Därför frågar man alltid nya patienter hur de kom att välja just Trobergs.

– Det är fortfarande en övervägande del som kommer till oss på personliga rekommendationer, men webben och vår redaktionella kommunikation ökar stadigt, säger Peter Troberg.

Tips till andra tandvårdsföretag

När det gäller tips till de privattandläkarverksamheter som funderar på att marknadsföra sig blir inte Peter Troberg svaret skyldig.

– Det gäller att veta varför man vill göra reklam, annars blir det lätt som att kasta pengarna i sjön. Vill man förbättra sitt rykte? Få fler patienter? Informera om en särskild behandling? Att svara på sådana frågeställningar är det första viktiga steget, menar han.



Även personalutrymmena har inretts med omsorg och smak.

Det andra steget är att bygga upp verksamhetens varumärke i stort och smått. De kärnvärden som man enas om inom verksamheten måste sedan genomsyra allt man gör. Hos Trobergs Tandvård i Nyköping är det tydligt att man följer sin vision och mår som sitt varumärke. Lokalerna är exempelvis inredda på ett sådant sätt att deras pay-off ”hos oss behandlas alla väl” formligen sitter i väggarna.

– Mina bästa tips är dock att ha en fast reklambudget så att inte kostnaderna springer

iväg samt att skaffa professionell hjälp med marknadsföringen, fastslår Peter Troberg.

Med en rejäl expansion bakom sig och ett nytt tandvårdskoncept inarbetat i den sömländska staden, börjar det bli dags att blicka framåt.

– Vi är många fler nu än när vi startade och verksamheten utvecklas ständigt. Om ett par år får vi sannolikt uppdatera vår vision och formulera nya planer, avslutar Peter Troberg.



WD - Termodecinfectorer
(EN 15883)

➔ WD 1050D ➔ WD 2050D



Specialerbjudande
Kontakta oss för
mer information

 **Incotrading**

Incotrading AB
Sjöflygvägen 35A, 183 62 Täby
Tel.: 08-464 86 73
Fax.: 08-464 86 74
incotrading@telia.com