

## Checkliste PR- und Marketingaktivitäten

### Nur 3 Seiten und Sie wissen mehr!

Kreuzen Sie an, ob die beschriebenen Aussagen für Sie zutreffen oder nicht und erfahren Sie am Ende, wie gut Sie in Punkto Öffentlichkeitsarbeit aufgestellt sind.

#### Corporate Design

**Sie haben ein Corporate Design, das zu Ihrer Firmenphilosophie passt und Ihnen gefällt**

Ja                      Nein

**Sie haben Visitenkarten und Geschäftspapieren mit Ihrem Logo**

Ja                      Nein

**Gleich ob Anzeige, Prospekt oder Kundenmagazin: Ihre Materialien sind einheitlich und konsequent in der Linie Ihres Corporate Designs gestaltet**

Ja                      Nein

#### Werbung

**Sie schalten regelmäßig Anzeigen, um auf besondere Leistungen aufmerksam zu machen oder neue Mitarbeiter zu gewinnen**

Ja                      Nein

**Sie informieren Ihre Kunden regelmäßig etwa mit Flyern über Ihre Produkte und Dienstleistungen**

Ja                      Nein

#### Öffentlichkeitsarbeit

**Sie erstellen zum Jahresende einen PR-Plan, der Ihnen einen Überblick und Leitfaden für Ihre Aktivitäten für das folgende Jahr gibt**

Ja                      Nein

**Sie informieren die lokalen Medien über Geschehnisse in Ihrem Dentallabor wie etwa Dienstjubiläen, Umbau oder Aktionstage**

Ja                      Nein

**Sie nutzen offizielle Anlässe wie den Tag der Zahngesundheit für besondere Aktionen in Ihrem Dentallabor**

Ja            Nein

**Mindestens ein bis zwei Mal im Jahr steht ein Bericht in der lokalen Presse über Ihr Dentallabor**

Ja            Nein

**Sie sind auf Gesundheitsmessen oder anderen regionalen Messen mit einem Stand vertreten**

Ja            Nein

**Sie engagieren sich sozial und informieren die Medien auch darüber**

Ja            Nein

**Sie kooperieren mit anderen Gesundheitsanbietern wie Zahnarztpraxen, Allergologen, Schmerz- oder Physiotherapeuten**

Ja            Nein

#### **Online-PR:**

**Sie haben einen Webauftritt**

Ja            Nein

**Ihre Texte sind so formuliert, dass Kunden/Patienten gleich ihren Vorteil erkennen, wenn Sie mit Ihnen zusammenarbeiten oder Ihren Expertenrat suchen**

Ja            Nein

**Sie nutzen Ihren Webauftritt, um über aktuelle Angebote/Termine zu informieren**

Ja            Nein

**Ihr Webauftritt ist immer aktuell, es finden sich keine veralteten Angebote und Termine**

Ja            Nein

**Sie bieten Ihren Kunden den Besuchern Ihrer Website Informationen in Form eines regelmäßigen Newsletters an**

Ja                      Nein

**Sie sind Online in den gängigen Branchenverzeichnissen gelistet**

Ja                      Nein

**Sie nutzen soziale Netzwerke wie Xing und Facebook, um sich auszutauschen und Ihre Firmenphilosophie zu kommunizieren**

Ja                      Nein

### **Service-Leistungen**

**Sie bieten Ihren Kunden regelmäßig Service-Leistungen wie Infomaterialien für Patienten zum Thema Zahnersatz, Vorträge oder Fortbildungen**

Ja                      Nein

**Ob Weihnachten oder einfach mal außer der Reihe: Mit kleinen Geschenken überraschen Sie Ihre Kunden mehrmals im Jahr**

Ja                      Nein

### **Fortbildungen PR/Marketing**

**Sie planen jedes Jahr ein festes Budget für PR- und Marketingaktivitäten ein**

Ja                      Nein

**Sie bilden sich und/oder Ihre Mitarbeiter regelmäßig im Bereich Öffentlichkeitsarbeit fort**

Ja                      Nein

## **Auswertung:**

**Zählen Sie zusammen, wie häufig Sie bei den Aussagen „Ja“ angekreuzt haben und lesen Sie sich die entsprechende Auswertung durch.**

### **Sie haben 18 bis 23 „Ja“ angekreuzt:**

PR- und Öffentlichkeitsarbeit hat einen festen Stellenwert in Ihrer Firmenphilosophie. Sie wissen, dass nur, wer regelmäßig und auf unterschiedlichen Kommunikationskanälen auf sich aufmerksam macht, auch Gehör findet. Konzentrieren Sie sich deshalb auf die wenigen Aspekte, die Sie mit „Nein“ angekreuzt haben. Wo möchten Sie noch besser werden? Welches „Neuland“ vielleicht mutig betreten? Und dann werden Sie aktiv! Erarbeiten Sie Ihre eigene PR-Strategie und perfektionieren Ihr Engagement oder holen sich dafür professionelle Unterstützung.

### **Sie haben 7 bis 17 mal „Ja“ angekreuzt**

Sie befinden sich, was Ihre PR- und Marketingaktivitäten betrifft, im guten Mittelmaß. Es gibt Einiges, was für Sie selbstverständlich ist, anderes, was Sie vielleicht nicht für notwendig erachten oder vor dem Sie aus Unsicherheit und/oder Unwissenheit zurückschrecken. Um PR- und Marketing professionell zu betreiben, sollten Sie nichts dem Zufall überlassen. Ein durchdachtes Konzept, das sämtliche Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt, ist der sichere Weg zu mehr Erfolg. Nehmen Sie sich Zeit dafür, zu überlegen, welche Aktivitäten Sie noch ausbauen möchten und holen Sie sich gegebenenfalls professionellen Rat, wie sich Ihre PR-Arbeit zu einem gelungenen Gesamtbild zusammenfügen kann.

### **Sie haben 0 bis 6 Mal „Ja“ angekreuzt**

Öffentlichkeitsarbeit spielt für Sie eine untergeordnete Rolle. Vielleicht haben Sie sich noch nicht so intensiv damit beschäftigt, wie Sie Ihre Kunden noch stärker an sich binden können und mit welchen Ideen und Aktivitäten Sie immer wieder Akzente setzen. Fakt ist „Klappern gehört zum Handwerk“. Das gilt auch für Apotheken. Besonders in Zeiten von Multimedia und sozialen Netzwerken sprechen sich Empfehlungen rum. Wenn Sie Ihre Kunden und Mitarbeiter begeistern, sind dies die besten Fürsprecher für Sie. Das kann Ihnen auch mit einem überschaubaren Budget und kleineren Aktionen gelingen. Ob Internet, Presse, Postkartenaktion: wichtig ist, dass Sie ein Konzept verfolgen und regelmäßig präsent sind. Lassen Sie sich doch einfach mal beraten.

Die **uphoff pr & marketing** GmbH betreut die ProLab-Pressestelle und ist offizieller PR- und Marketing-Partner der bundesweiten zahntechnischen Vereinigung für Implantatprothetik e. V. Das Team steht den ProLab-Mitgliedern gerne auch für eine Einzelbetreuung zur Verfügung. Schicken Sie einfach eine Mail unter [info@uphoff-pr.de](mailto:info@uphoff-pr.de) oder rufen Sie an:

Tel.: 0 64 21-407 95-0. Nähere Infos: [www.uphoff-pr-marketing.de](http://www.uphoff-pr-marketing.de)