

COLUMN

A BRIGHT SMILE

WE'D LIKE TO SHOW EVERYONE



De zomervakantie, een periode van reflectie. Afgelopen zomer was ik met mijn gezin in het ons zo geliefde Frankrijk. Omringd door mijn gezin en vrienden. Tijdens een mooie lunch kijk ik dan de tafel rond en geniet eindeloos. Bij mijn dagelijkse sportmoment bedenk ik mij keer op keer hoe fijn ik het heb. Niet alleen op vakantie op mijn prachtige plekje, maar ook in mijn werk. Ik gun dat eenieder en deel dat graag tijdens de lunch op vakantie, op mijn werk, maar ook via de media. Ik gebruik niet voor niets dit platform in Top Shops.

Het is zo'n 15 jaar geleden dat het fenomeen beautyprogramma's overwaaide uit Amerika. Mijn broer Bertho en ik waren ook 15 jaar bezig met onze passie: mooie tanden maken. De komst van de beautyprogramma's was hét moment om onze expertise op het gebied van cosmetische tandheelkunde in de spotlight te zetten en met miljoenen kijkers te delen.

Maandenlang hebben wij deelnemers, crew en camera's van het tv-programma *Make me beautiful* mogen ontvangen in onze kliniek. Het effect van mooie tanden op het zelfvertrouwen van de deelnemers ontroerde mij iedere keer weer. Het programma maakte niet alleen de Nederlandse kijker bewust van wat er allemaal mogelijk was om mooie tanden te hebben, maar ons team werd er zich ook bewust van wat de bekendheid van ons dagelijks werk betekende.

Dit was het begin van onze bedrijfsfilosofie om onze kennis te delen. Wij deden dit al door het geven van lezingen wereldwijd. Niet alleen onze collega's zijn nieuwsgierig naar hetgeen wij konden, maar ook de (potentiële) cliënt van onze kliniek. Public relations van Kleinsmans Dental Center was helemaal nieuw binnen de medische branche. Ons team maakte vele jaren deel uit van de Miljonair Fair in Amsterdam, Cannes en Moskou. Met deze PR hebben wij ons ook internationaal kunnen positioneren.

Nog steeds gebruiken wij het medium televisie; bij Business

Class van Harry Mens tonen wij onze nieuwste innovaties. Er is veel veranderd de afgelopen 15 jaar als het gaat om het gebruik van media om in contact te komen met nieuwe én bekende relaties. Het gaat nu om een mix van een enorm tv-publiek, publicaties in high-endmagazines en intiemere businessmeetings, sportevents en het commitment (voor mij zeer persoonlijke) 'huis-goede-doel' Orange Babies. Met deze column voor Top Shops krijgt de lezer ook een blik in mijn gedachten.

Het houdt niet op bij het energie steken in en budget vrijmaken voor een veelzijdig en passend PR-plan. Ook de interne PR moet constant doorontwikkeld worden. Iedere dag moet niet alleen de perfectie van de behandelingen voor een stralende lach, maar ook de presentatie van onze eigentijdse kliniek met alle aanwezige technische voorzieningen en up-to-date geschoolde medewerkers centraal staan. Onze gasten moeten de belevenis van de media-/contactmomenten herkennen, steeds kritisch zijn en continu alert zijn op de uitstraling van onze website, ons drukwerk, de verzorging en kleding van ons team en het interieurdesign. Dit vraagt inspanning, maar dat heb ik er graag voor over! Wij zien de effecten van 15 jaar zorgvuldige externe PR en het bewaken van onze interne PR. Niet alleen om het voor onze internationale cliëntengroep zo comfortabel te maken, maar ook voor mijzelf, om iedere dag een vakantiegevoel te beleven. Ik kijk iedere werkdag heel tevreden om me heen en zie een bevlogen team. De gedachte dat we alles doen voor de perfecte stralende lach en voor de looks van onze kliniek is eindeloos genieten. ■

Richard J.M. Kleinsman
Kleinsman Dental Center, Bocholt (D)
Studio Kleinsman, Naarden-Vesting (NL)
www.kleinsman.de

Fotografie: Kleinsman Dental Center

My brother Bertho and I have worked at our passion of making beautiful teeth for 30 years. When our clinic participated in the Dutch television programme *Make me beautiful* about 15 years ago, we saw the importance of PR. So we started sharing our knowledge at high-end events, through the charity Orange Babies, and by writing this column for Top Shops.

Every day, our focus is on creating a perfect smile in our modern clinic with our highly trained employees. I am so proud when I think of everything we do to ensure the perfect bright smile. ■

Richard Kleinsman