



På billigsalg

Jeg synes det ser litt rart ut, jeg. Når tannleger selger seg billig gjennom Groupon og Let's deal. Tannlegene hører ikke hjemme i det selskapet, på en måte.

I mitt hode er dette mer et sted for enkle biff- og sushires restauranter, skjønnhetssalonger, frisører og massører. Og kanskje bilvask.

Og jeg skynder meg å legge til at mitt hode ikke nødvendigvis tenker riktig. Det er mulig jeg er litt for fin på det, på tannlegenes vegne. Eller at jeg ikke er helt med. Det kan være at det er noe jeg ikke har skjønt.

Det jeg lurer på imidlertid, er om det er blitt litt vel lite å gjøre for enkelte tannleger i de store byene, siden de går ut på denne måten og tilbyr tannbehandling, eller kanskje helst førstegangskonsultasjon, med 50, 70 eller 90 prosent rabatt.

Ja, jeg abonnerer på de daglige nyhetsbrevene med tilbud på rabatterte varer og tjenester, blant annet for å følge med på tannlegenes annonsering av tilbud der. De kommer relativt hyppig. I selskap med spisesteder, hudpleiesalonger, massasjestitutter, bilvaskfirmaer, og en og annen lege og advokat – som jeg heller ikke synes passer inn, fallbyr de sine tjenester. Og jeg spør meg altså om dette er godt selskap for tannlegene?

Hva med det etter hvert så mye omtalte omdømmet, som jeg også betrakter som et kommersielt fenomen, og som det i følge kommunikasjonsfolket er livsviktig å være opptatt av og ta vare på. Skal en tenke på det, må en passe seg for hva en gjør, og tenke litt lenger enn hva som kanskje kan lønne seg akkurat i dag. En må tenke fremover.

Og er det egentlig så veldig fremsynt eller lønnsomt å skaffe seg noen rabattkunder? Mest sannsynlig ikke, hvis en ser på undersøkelsene. Det kan kanskje lønne seg hvis en ønsker å markedsføre en helt ny type tjeneste eller et helt nytt produkt,

og gjerne vil at mange skal prøve det. Tannlegetjenester i seg selv er ikke spesielt nytt, og det de som annonserer tilbyr er helt vanlige undersøkelser, med et par røntgenbilder. Ikke noe nytt i det heller.

Rabattkundene er ikke trofaste, viser undersøkelser. De er rabattkunder, og går fra rabatt til rabatt, veldig mange av dem. 78 prosent av dem kommer ikke tilbake etter at de har brukt rabattkupongen sin. De kommer bare fordi det er billig, og de er i all hovedsak ute etter å gjøre et kjøp. De er sjelden villige til å kjøpe noe utover hva rabattkupongen gir dem. Disse kundene er ikke lønnsomme. Ikke i første omgang, og mest sannsynlig ikke på sikt.

Jeg tror ikke de som er blitt litt kjent med dette systemet tror at tannlegeprisene egentlig er altfor høye hos andre tannleger. Jeg tror de fleste vet at de som lokker med store rabatter taper på disse salgene, og at de gjør det med viten og vilje, i håp om å få noen nye faste kunder, eller pasienter.

Faren på sikt, hvis dette brer om seg, er imidlertid at tannlegebransjen, hvis jeg får kalle den det, i mangel av et bedre ord, kan bli prismessig utvannet, når kundene eller pasientene blir tilbudt tjenester til halv pris eller mindre over lang tid. Pasientene begynner å forvente tjenester til lavere priser, noe som krever lavere kostnader for alle tannleger.

Dette får meg til å tenke på det som er skjedd innen luftfart, der blant andre Ryanair og Norwegian har fått passasjerene til å forvente lave priser over alt. Og selskaper som SAS sliter.

Ikke noe scenario å trakte etter, kanskje, hverken for pasient eller tannlege.

Uten å si at en kommer dit noen gang. Det er bare en tanke jeg fikk.

Ellen Beate Dyvi



Foto og design: Mike Mills.

Ansvarlig redaktør:
Ellen Beate Dyvi

Vitenskapelige redaktører:
Nils Roar Gjerdet
Jørn Arne Fridrich-Aas

Redaksjonssjef:
Kristin Aksnes

Redaksjonsråd:
Jan Bergdahl, Universitetet i Tromsø
Anne Chr. Johannessen, Universitetet i Bergen
Ingar Olsen, Universitetet i Oslo

Redaksjonskomité:
Jon E. Dahl
Anders Godberg
Malin Jonsson

ABONNEMENT
Abonnementspris for ikke-medlemmer
og andre abonnenter kr 1650,-

ANNONSER
Henv. markedsansvarlig Eirik Andreassen,
Tlf. 22 54 74 30.
E-post: eirik.andreassen@tannlegeforeningen.no

TELEFON OG ADRESSE
Frederik Stangs gate 20,
postboks 3063 Elisenberg, 0207 Oslo
Tlf. 22 54 74 00
E-post: tidende@tannlegeforeningen.no
www.tannlegetidende.no

UTGIVER
Den norske tannlegeforening

ISSN 0029-2303
Opplag: 6 000. 11 nummer per år
Parallellpublisering og trykk: 07 Gruppen AS
Grafisk design: Mike Mills

Fagpressens redaktørplakat ligger til grunn for utgivelsen. Alt som publiseres representerer forfatterens synspunkter. Disse samsvarer ikke nødvendigvis med redaksjonens eller Den norske tannlegeforenings offisielle synspunkter med mindre dette kommer særskilt til uttrykk.