



"Antes existiam grandes promoções na IDS, na Expodental e os clientes iam às feiras para ver o que havia, quase como uma espécie de 'black friday' da medicina dentária.

Mas a indústria adaptou-se e viu que não precisava esperar um ano para fazer negócios interessantes. (...) A OMD tem de criar esse chamariz, essas oportunidades. Fazer com que a indústria faça algo mais, pois a tradição de vender em feiras está esbatida"

**António Moutinho,
Nobel Biocare**



um grande salto em termos de qualidade. Quando a Expo-Dentária se realiza em Lisboa é logisticamente mais difícil, o CCL já não tinha condições pois obrigava a partir a massa crítica de clientes com que trabalhávamos. E hoje em dia, as feiras são espaços únicos onde as pessoas rapidamente conseguem identificar as marcas e os locais onde estão". Ainda assim, o formato arena parece não ser o mais indicado, na opinião de António Moutinho. "Era difícil chegar até ao recinto, com as bancadas de lado que obrigavam a subir e a descer, o que foi sentido e comentado por muitos. Mas não se pode ter tudo e penso que foi uma

aposta ganha. Foi bem conseguido por parte da OMD, havia organização por detrás onde se notava muito trabalho, a um nível muito elevado".

Para a Dentaleader, esta edição da Expo-Dentária constituiu um desafio ainda maior através de um stand "inovador com a nova imagem corporativa da empresa, desenvolvida ao longo de 2015. Durante os três dias do congresso, a Dentaleader apresentou também o Odontomecum, o novo manual de referência que a empresa coloca à disposição dos profissionais e que está a ter grande aceitação no setor".

Já Sónia Santos, da MedSupport, destaca a "cerimónia de abertura da Expo-



Dentária, que criou alguma dinâmica ao coincidir com as primeiras reações ao nosso stand. Os médicos dentistas reagiram de uma forma muito positiva ao design do stand, o que nos deixou muito felizes”. Esta edição de 2015 da Expo-Dentária foi especial para a MedSupport pois a empresa iniciou a divulgação “do recém-inaugurado escritório de Lisboa. A notícia foi bem acolhida pelos médicos dentistas da Grande Lisboa,

o que nos enche de motivação para continuar a criar mecanismos para o apoio dos nossos clientes”. O mote da presença da MedSupport no evento foi precisamente a “criação de uma zona dedicada aos clientes, onde pudessem relaxar, recarregar energias e telemóveis, ter acesso a Wi-Fi gratuito, entre outras surpresas”.

E será que os clientes esperam pela Expo-Dentária para fazer grandes

negócios? Para António Moutinho não. “Historicamente o que acontecia era que existiam grandes promoções na IDS, na Expodental e os clientes iam às feiras para ver o que havia, quase como uma espécie de ‘black friday’ da medicina dentária. Mas a indústria adaptou-se e viu que não precisava esperar um ano para fazer negócios interessantes. Fazemos esses negócios em qualquer altura, pelo que a OMD tem de criar esse chamariz, criar essas oportunidades que existem. Fazer com que a indústria faça algo mais, pois a tradição de vender em feiras está esbatida. Já não se usam as feiras para alavancar promoções, o negócio é demasiado dinâmico para esperar pelas feiras para comprar material”.

Já Nuno Costa Santos espera por parte da OMD uma “maior abertura e promoção do Congresso a todos os intervenientes do setor, nomeadamente aos técnicos de prótese dentária, assistentes dentários e higienistas”. Ainda assim o balanço é muito positivo “pelos inúmeros contactos realizados e pela lotação da maioria dos workshops realizados para apresentar as principais novidades da empresa em implantologia, regeneração, branqueamento e cad-cam”.