

Dr Dent - opzetborstel abonnement

venturecapital.nl • <https://venturecapital.nl/dr-dent/>



Samenvatting

Datum: 2 August 2020

URL: <https://venturecapital.nl/dr-dent/>

Contact & Site

Extra beschrijving

[et_pb_section fb_built="1" _builder_version="4.4.9"][et_pb_row _builder_version="4.4.9"][et_pb_column type="4_4" _builder_version="4.4.9"][et_pb_text _builder_version="4.4.9"]

Slechte mondverzorging is pijnlijk, duur en ongezond.

50% van de mensen heeft moeite zijn/haar gebit goed te verzorgen. Gemiddeld hebben mensen dan ook meer dan 5 gaatjes (20% zelfs meer dan 10) en regelmatig ontstoken tandvlees met schadelijke lange termijneffecten voor de gezondheid.

Naast dat 'gaatjes' **pijnlijk** zijn, zijn ze ook duur. Volgens het RIVM wordt er jaarlijks in NL maar liefst **2 miljard** uitgegeven aan het repareren van gaatjes terwijl volgens experts 70% makkelijk te voorkomen is.

Oorzaak: *"Cariës zijn een gedragsziekte"*

Uit ons onderzoek (n=600) kwamen de volgende 3 redenen naar voren voor ons slechte poetsgedrag.

1. **Gebrek aan kennis:** mensen weten niet;
 1. dat ze de borstel na 10 weken moeten vervangen,
 1. wanneer zij tandenstokers en/of ragers moeten gebruiken,
 1. dat de borstel na circa 10 weken vol zit met miljoenen bacteriën
2. **Vergeten:** mensen vergeten op tijd nieuwe borstels te kopen
3. **Geen discipline:** mensen willen wel beter poetsen, maar kunnen zich er niet toe zetten

Oplossing: *"Maak het makkelijk, leuk en betaalbaar"*

Met de **slimme opzetborstel-service van Dr. Dent** ontvangt iemand of een gezin elke 8,10 of 12 weken een pakketje (gewoon door de brievenbus) met goede schone opzetborstels voor ieder type gebit in het gezin. Daarnaast kunnen klanten ook periodiek tandenstokers /ragers ontvangen voor een complete mondverzorging. Tenslotte zit er in elk pakketje een leuk kaartje met tips voor een goede mondverzorging zodat het kennisniveau in het hele gezin stijgt. Op lange termijn voorkom je op deze manier eenvoudig gaatjes en andere mondklachten maar dus ook een hoge tandartsrekening. Uit ons onderzoek kwam naar voren dat 10% van de mannen en 30% van de vrouwen (zeer)geïnteresseerd was in een abonnement op opzetborstels.

Pilot: “170 klanten, en meer dan 700 pakketjes verstuurd”

De afgelopen 2 jaar hebben we naast ons werk een website (mvp) gemaakt en wat kleinschalige campagnes gedaan op bijvoorbeeld social media. Hiermee hebben we circa 170 klanten geworven. Gemiddeld beoordelen zij ons met 4,5 sterren.

Uniek: “Op maat gemaakte producten, periodiek bezorgd”



Dr. Dent heeft verschillende type opzetborstels voor Oral-B en een type voor Philips. Wat ons concept **uniek** maakt is dat wij voor elk gezin een pakketje kunnen maken dat precies bij hen past. Zo hebben wij klanten die elke 10 weken 2 gewone opzetborstels ontvangen + 1 voor gevoelige tanden + 1 voor kids onder de 7 jaar. Wanneer we hier de tandenstokers/ragers aan toevoegen wordt Dr. Dent nog meer een ‘one stop shop’ **wat ervoor gaat zorgen dat mensen héél lang klant blijven**. Door deze producten periodiek thuis te bezorgen, hoeven klanten nooit meer bang te zijn dat ze te lang met dezelfde borstels poetsen of vergeten nieuwe producten te kopen.

Markt: “Opzetborstelmarkt in NL bedraagt 170 miljoen per jaar”

Jaarlijks wordt er in Nederland voor **170 miljoen** aan opzetborstels verkocht. Dit wordt jaarlijks meer want steeds meer mensen gaan elektrisch poetsen, inmiddels al 60%, omdat het simpelweg beter is dan met de hand. Qua houder heeft 85% een tandenborstel van Oral-B en 15% van Philips, waarbij het aandeel van Philips langzaam stijgt. Hoewel de meeste mensen nog A-merk opzetborstels kopen is het aandeel B-merk inmiddels 30% en dat wordt elk jaar meer omdat de prijs een stuk lager is en de kwaliteit nagenoeg gelijk. De meeste mensen kopen hun borstel nog in de winkel (70%), maar aandeel Online stijgt.

Borstels van Dr. Dent zijn €4 per stuk inclusief bezorging. Dr. Dent positioneert zich qua prijs tussen A-merk (€5-8) en B-merk (€2-4) in, maar dan met een veel hogere service om een lange klantrelatie te borgen.

Marketing: “Snelle groei d.m.v. marktpenetratie”

Hoewel de voordelen buiten kijf staan - het is goed, voordelig en supermakkelijk - hebben we te maken

met een typisch 'gewoonte' product. Dit betekent dat mensen het concept en onze actie meerder malen moeten horen via verschillende kanalen om tot actie over te gaan. Om deze reden willen we gebruik maken van campagne-flights van 1 tot 2 maanden waarin we de naamsbekendheid creëren/vergroten maar waarin men ook een gratis borsteltje kan aanvragen (sampling). Het idee is simpel, wanneer je eenmaal met de borstel gepoetst hebt en je merkt dat de kwaliteit goed is, dan zijn stap 2 'het is voordeliger dan A-merk uit de winkel' en stap 3 'het is ideaal want ik hoef nooit meer zelf opzetborstels te kopen' snel gemaakt.

Vergelijkbare cases van succesvolle Nederlandse abonnementen-diensten:

Boldking BV – Scheermesjes. Binnen enkele jaren enkele honderdduizenden klanten door ATL-marketing, nu ook in buitenland actief

OnThatAss BV – Herenondergoed. Binnen 2 jaar meer dan honderdduizend klanten door ATL-marketing, nu ook in buitenland actief

Swapfiets BV – Oma fiets. Binnen 2 jaar meer dan honderdduizend klanten en nu ook in buitenland actief.

Investeren in: "Optimaliseren website, Fulfilment & Marketing"

Om onze doelen te realiseren hebben we €400.000 nodig. Een deel (5%) wordt geïnvesteerd in optimaliseren van website voor afhandelen van grote volumes. 10-15% wordt geïnvesteerd in voorraden en verpakkingen. De rest (~80%) in marketing creatives en campagne-flights.

Doelstellingen: "1 miljoen winst in 3 jaar"

Voor meer details over de 'Financial Forecast' kunt u contact met ons opnemen.

Wanneer er in Jaar 2 winst gemaakt wordt (significante opwaartse trend) willen we zo snel mogelijk uitbreiden naar grotere markten, zoals Duitsland en UK, om een sterke marktpositie en meer schaalvoordelen te creëren. Dit zorgt ervoor dat we de eerste jaren sneller kunnen groeien en maakt ons op lange termijn eventueel interessanter om over te nemen (m.b.t de exit strategie).

Team: "Tandarts & Business Consultant"

Met Nathan als tandarts zijn we in staat **goede producten** te selecteren voor een **scherpe prijs**. Daarnaast creëert Nathan **originele content** omtrent goede mondverzorging zodat we meer autoriteit krijgen en het vertrouwen in ons concept wordt versterkt. Ook willen we het **tandarts-netwerk** van

Nathan inzetten om in praktijken Dr. Dent aan te bevelen. Nathan zal in eerste instantie parttime meewerken.

Koen heeft als business consultant in de energiesector in NL, BE, Texas en Japan veel ervaring opgedaan met **marketing** en **projectmanagement**. Net als in de energiesector gaat het ook bij dit concept over **marges**, de hoogte van de **customer acquisition costs** en **customer life time value**.

Koen zal zich als algemeen directeur bezighouden met het runnen van de business, het bewaken van budgetten, marketing en fulfilment. Koen zal fulltime voor Dr. Dent aan de slag gaan.

[/et_pb_text][[/et_pb_column][[/et_pb_row][[/et_pb_section]