

16

WERTVOLLE EXISTENZ- GRÜNDERTIPPS

 praxiskom®

AGENTUR FÜR PRAXISMARKETING
MÜNCHEN | BERLIN | KÖLN | PARIS

Viele junge (Zahn-)Ärzte träumen von einer Praxisgründung oder Praxisübernahme.

Kaum ist der Vertrag in trockenen Tüchern und der Schlüssel zum Glück zum Greifen nah, warten hinter dem Projekt „eigene Praxis“ einige Herausforderungen: Wie komme ich an einen entsprechend großen Patientenkreis und wie kann ich Bestandspatienten des Vorgängers halten?

Der wachsende Gesundheitsmarkt allein ist keine Garantie für wirtschaftlichen Erfolg.

Damit der Traum nicht zum Alptraum wird: In unseren praxiskom Marketing-Tipps haben wir kurz und knackig zusammengefasst, wie du mit erfolgreichem Praxismarketing durchstarten kannst.

#1 Deine Zielgruppe



#1 – IDENTIFIZIERE DEINE ZIELGRUPPE

Wer ist dein Traumpatient? Wen möchtest du am liebsten den ganzen Tag behandeln? Wer seine Zielgruppe kennt und klar definiert hat, kann diese zielgerichtet und v. a. über den passgenauen Kanal ansprechen.

Warum du dir Zeit zur Zielgruppendefinition nehmen solltest? Du sparst dir nicht zur Zeit, sondern auch Geld. Dein Budget wird zielgerichtet eingesetzt. Andernfalls verpulverst du eine Menge Geld, ohne dass du deine potenziellen Patienten erreicht hast.

#2 Deine Marke



#2 – DEINE MARKE

Über welchen Namen möchtest du bekannt werden? Praxis Dr. Mustermann? Über einen Kunstnamen? Es gibt keine Regel, die für das eine oder andere sprechen. Wenn du dich für eine Marke entscheidest, bedenke, dass es sich um eine langfristige Entscheidung handelt.

Achte dabei übrigens auf eine einheitliche Praxisbezeichnung im Netz. Kleine Abweichungen beeinflussen dein Ranking in den Suchergebnissen.

#3 Dein Corporate Design



#3 – DEIN CORPORATE DESIGN

Dein Erscheinungsbild vermittelt deine Werte, deine Kompetenzen, deinen Anspruch an die Medizin, die du praktizierst. Hier geht es um dein Image.

Es muss passend, authentisch und überzeugend sein. Einheitlichkeit ist gefragt: Vom Praxisschild bis zur Website. Der Patient soll dich sofort wiedererkennen können.

#4 Deine URL



#4 – DEINE URL

Entscheide Dich für eine Webadresse, die möglichst nah an den Suchbegriffen liegt.

Beispielsweise: Wenn du dich in deiner Praxis in München Giesing niederlässt, ist eine URL wie www.fachbereich-muenchen-giesing.de zu empfehlen.

Google schätzt es sehr, wenn die Suchbegriffe in der Webadresse mit aufgenommen werden und es ist hilfreich für die Auffindbarkeit.

#5 Google my Business ist dein bester Freund



#5 – GOOGLE MY BUSINESS IST DEIN BESTER FREUND

Google liebt saubere, strukturierte und aktuelle Informationen. Umso mehr, wenn diese Informationen vom Profilinehaber gepflegt werden, da die Quelle dann verifizierbar ist. Insofern können wir die sorgfältige Pflege deines Profils nur wärmstens empfehlen.

Aktuelle Beiträge werden hoch geschätzt: Events, Veranstaltungen, wie z. B. der Tag der offenen Tür oder ein Infoabend

zum Thema Implantologie lassen sich für einen definierten Zeitraum online stellen.

Die Google Beiträge bleiben sieben Tage lang auf der Startseite sichtbar, danach sind sie nur noch über den Aufruf eines aktuellen Beitrags in der Beitragsübersicht aufrufbar. Datierte Veranstaltungsbeiträge verfallen nach dem abgelaufenen Termin der Veranstaltung.

#6 Bewertungen sind das neue Gold



#6 – BEWERTUNGEN SIND DAS NEUE GOLD

Persönliche Empfehlungen genießen hohes Vertrauen, Empfehlungsmarketing im Internet aber auch.

Patienten erfahren über Social Media und Bewertungsportale, wie Jameda, Google Rezensionen & Co auf einen Blick, wie deine Praxis im Netz von anderen Patienten bewertet wurde.

Deshalb pflege und fördere deine Bewertungen und reagiere auf kritische Meinungen. Google-Bewertungen haben einen Einfluss auf die Platzierung deiner Praxis-Homepage in den lokalen Suchmaschinenergebnissen.

#7

USP



#7 – USP

Die Buchstaben stehen nicht für einen Paket-Dienstleister, sondern für deine Alleinstellungsmerkmale – auf englisch: Unique Selling Proposition.

Liste am besten auf, welche Merkmale & Eigenschaften deine Praxis ganz besonders machen: Hast du z. B. besonders patientenfreundliche Sprechzeiten?

Liegt deine Praxis verkehrsgünstig? In der Patientenkommunikation werden die USPs eine Rolle spielen.

#8

Be yourself on social media



#8 – AUTHENTIZITÄT – BE YOURSELF ON SOCIAL MEDIA

Soziale Medien ermöglichen Patienten, die Ärzte durch einen anderen Blickwinkel zu betrachten. Das Persönliche und Private rückt in den Vordergrund. Und es ist eben das, was man erwartet.

Versuche authentisch zu sein.

#9

Gutes Design



#9 – GUTES DESIGN

Im Grunde ist dein Design das Erste was der Patient wahrnimmt. Sei es dein Praxislogo an der Tür oder deine Homepage. Es vermittelt deine Kernwerte und gibt Indizien über die Qualität deiner Leistung.

Gutes (Web)-Design lädt ein, macht neugierig, weckt Gefühle und überzeugt.

- > Design schafft Mehrwert.
- > Design macht den Unterschied.
- > Patienten erwarten Kreativität.

#10

Google dich selbst



#10 – GOOGLE DICH SELBST

76% aller Patienten, die einen Arzt/ Zahnarzt suchen googeln! Das was über dich im Netz steht, beeinflusst die Entscheidung des Patienten.

Deshalb: Google dich selbst, um zu erfahren, wie es um deine Online-Reputation steht.

#11

Deine Praxishomepage



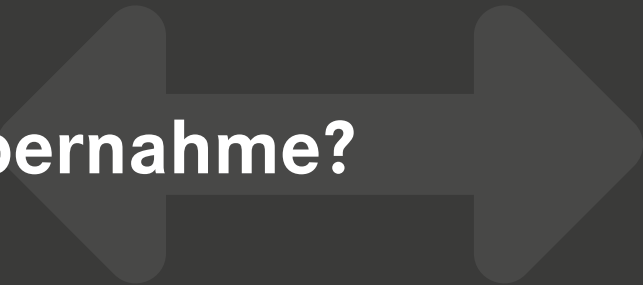
#11 – DAS MUSST DU HABEN: DEINE PRAXISHOMEPAGE

Sie bleibt immer wieder das Kernstück deiner Online-Kommunikation: Deine Website soll informativ, überzeugend und gut auffindbar sein.

Starte damit rechtzeitig, damit du dich zur Praxisgründung bzw. Praxisübernahme ordnungsgemäß präsentieren kannst. Deine Inhalte sollen unique sein.

#12

Praxisübernahme?



#12 – PRAXISÜBERNAHME? DER ÜBERNEHMER IST DEIN BESTER BOTSCHAFTER

Das langjährige aufgebaute Vertrauen zwischen dem Abgeber und seinen Patienten – ganz genau gesagt – deine zukünftigen Patienten sind dein wichtigstes Gut.

Achte bitte darauf, dass der Abgeber die Patienten vor der Praxisübernahme rechtzeitig informiert und dich vorstellt. Diese Chance bekommst du nie wieder.

#13 Bilder sagen mehr...



#13 – BILDER SAGEN MEHR

Den Spruch kennst du... :) .
Er gilt immer noch und vor allem im digitalen Zeitalter.
Bilder transportieren Emotionen, die den Mensch zur Bewegung führen.

Vermeide die langweiligen Stock-Bilder, die jeder auf seiner Homepage hat. Auch hier geht es um Einzigartigkeit.

#14

Ganz oben mit dabei!



#14 – BEI GOOGLE GANZ OBEN SEIN

Suchen deine Patienten noch oder wirst du schon gefunden?
Eine Webseite ohne SEO (Search Engine Optimisation = Suchmaschinenoptimierung), ist wie ein Auto ohne Motor. Google bewertet Seiten nach relevanten Inhalten, Rezensionen, Usability und und und...

Und weil Google regelmäßig seine Bewertungsmechanismen ändert, ist eine langfristige Suchmaschinenoptimierung umso bedeutender.

Es gibt 2 Wege bei Google nach oben zu kommen: Über die organische Suche und Ads (bezahlte Anzeigen).

#15

Den richtigen Zeitpunkt nicht verpassen



#15 – DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT NICHT VERPASSEN

Fang rechtzeitig an, dir Gedanken über das Praxismarketing zu machen. Es gibt genügend Angelegenheiten, die zur Übernahme oder Neugründung zu regeln sind. Da steht die Vermarktung der Praxis oft hinten an.

Selbst wenn die Übernahme noch in weiter Ferne liegt, die Erfahrung hat gezeigt, dass ein rechtzeitiger Start von wesentlichem Vorteil ist, um sich von Anfang an einen Patientensamm aufzubauen.

#16

Checkliste & loslegen!



#16 – DEINE ERSTE AUFGABE: CHECKLISTE ANLEGEN

Startklar?

Deine Checkliste zum Download: www.praxiskom.de

