



Giulia Maccali
ZFA und Social-Media-Managerin



Ein Leben für die LIKES



Hashtags, Reels und Storys beherrscht sie längst genauso gut wie zuvor die Handgriffe als OP-Assistenz: Die 27-jährige „Contentmaschine“ Giulia nutzt ihr fachliches Know-how aus der Arbeit als ZFA im Implantatzentrum Herne inzwischen als Head of Social-Media-Marketing bei der Denta1 Media Digitalagentur und kennt die Algorithmen von Instagram, YouTube, TikTok und Co. ganz genau. Im Interview verrät sie Strategien und Kniffe, wie auch eure Patienten zu Fans werden.

Interview: Kerstin Oesterreich

I LIKE IT!



Mal kurz die Sauganlage desinfiziert und gereinigt.



IDS
2023

Halle 10.1
F11 - F29
E08/E20

duerrdental.com/ids

**DÜRR
DENTAL**
DAS BESTE HAT SYSTEM

Wieso hast du dich für den Beruf der ZFA entschieden?

Ursprünglich wollte ich Fotografin werden. Daran hat mich früher jedoch die Arbeit am Computer abgeschreckt. Am Beruf als ZFA hat mich die enge Teamarbeit gereizt. Wenn hier nicht alle an einem Strang ziehen, funktioniert der Praxisalltag nicht. Schließlich habe ich gemerkt, wie toll es ist, Menschen zu helfen und ihnen die Angst vor dem Zahnarztbesuch zu nehmen.

Was reizte dich an dem Beruf besonders?

Direkt nach der Ausbildung wollte ich unbedingt in die Prophylaxe und PZR durchführen. Das hat sich geändert, als ich bei Dr. Stefan Helka im Implantatzentrum Herne angefangen habe. Hier habe ich bei OPs assistiert und die Patienten vom Anfang bis zum Ende betreut. Irgendwann kam dann noch die Tätigkeit als Hygienebeauftragte hinzu. Kurz gesagt: am liebsten OPs, vor allem große Implantationen, und die Arbeit im Steri (die eigentlich unbeliebt ist).

Wann und wie begann deine private Nutzung der sozialen Netzwerke?

Privat habe ich vor allem Instagram verwendet. Einfach nur, um schöne Erlebnisse mit Freunden zu teilen und mir Inspiration von Influencern zu holen.

Wann hast du mit der beruflichen Nutzung der sozialen Medien begonnen?

Facebook gab es im Implantatzentrum Herne schon vor meiner Zeit. 2017 hat Stefan mich dann aufgrund meines privaten Instagram-Profiles darauf angesprochen, ob ich nicht einen Praxis-Instagram-Kanal eröffnen

und pflegen möchte. Das habe ich dann auch getan – allerdings mehr schlecht als recht.

Irgendwann haben wir Instagram professioneller gepflegt und es kamen immer mehr Fälle von Patienten hinzu. Später habe ich auch den Facebook-Kanal übernommen.

Warum hast du dich letztlich gegen die Assistenz und voll und ganz für den Bereich Social Media entschieden?

Ich habe einfach gemerkt, dass Social Media nicht mehr nur nebenbei machbar ist. Da ich immer mehr Aufgaben übernommen habe, stand ich irgendwann vor der Entscheidung: OP-Team oder Social Media? Nach einem Gespräch mit Stefan habe ich mich für das Social-Media-Marketing entschieden, unter der Voraussetzung, dass ich nebenberuflich ein Studium absolviere, um mir Hintergrundwissen anzueignen und einen Abschluss vorweisen zu können.

Hast du dich sonst noch fortgebildet?

Zunächst habe ich 2019 eine dreimonatige Fortbildung zur Social-Media-Managerin bei der IHK absolviert. 2020 habe ich dann ein Fernstudium zum Bachelor of Arts in Social Media begonnen. Dieses werde ich nächstes Jahr beenden.

Inwieweit profitierst du bei deiner jetzigen Tätigkeit von deinem fachlichen Know-how als Zahnmedizinische Fachangestellte?

Mein Fachwissen kann ich super in fachliche Beiträge einbringen. Auch bei Shootings

ist es total hilfreich, zu wissen, worauf es im Praxisalltag ankommt. Bei externen Kunden schafft es eine gewisse Verbundenheit zu den Assistenzen vor Ort und es wirkt häufig so, als wäre das Eis sofort gebrochen. Ich bin dann „eine von ihnen“. Außerdem bin ich im Team der Dental Media für viele Kollegen die Ansprechpartnerin für fachliche Fragen, die ich gerne beantworte.

Ein absolutes No-Go ist es, den Fans aus der Community keine Beachtung zu schenken.

Wie unterscheidet sich deine aktuelle Tätigkeit bei Dental Media im Vergleich zu deinen früheren Aufgaben in der chirurgischen Assistenz?

Es ist eine komplett andere Arbeit. Ich bin jetzt deutlich flexibler, denn ich habe keine Behandler und keine einbestellten Patienten mehr, nach denen sich meine Arbeitszeiten richten. Natürlich gibt es jetzt auch feste Termine, diese kann ich mir aber selbst einteilen, beispielsweise Termine bei Kunden vor Ort, Shootings oder Drehtage.



Das Team wächst stetig: Giulia Maccali mit Alex Gutinger (Geschäftsführer der Dental Media) sowie Social-Media-Managerin Caro Zirves.



Blick hinter die Kulissen:
Shooting für eine weihnachtliche
Werbekampagne.

Das Resultat kann sich sehen
lassen – und wird seinen
Zweck sicher nicht verfehlen:
Mitarbeitersuche 2.0.



Die meiste Zeit übe ich reine Büroarbeiten aus, was ich früher nicht wollte. Mittlerweile macht es mir aber Spaß, Strategien für Kunden zu erstellen, mich selbst und die Meetings zu planen und zu strukturieren. Stefan sagte letztens zu mir: „Du BIST die Struktur in unseren Meetings.“ Am meisten Spaß macht mir tatsächlich die Abwechslung.

Wie sieht dein Arbeitstag als Social-Media-Managerin aus?

Wenn keine besonderen Termine anstehen, findet man mich im Dental Media Büro oder im Homeoffice. Ich arbeite mich dann nach und nach durch die Kunden und erstelle die Beiträge. Zu Beginn eines Monats erstelle ich für alle Kunden eigene Redaktionspläne, in denen festgelegt ist, wie viele und zu welchem Thema Beiträge veröffentlicht werden. Für einen neuen Beitrag suche ich mir zunächst ein passendes Bild, welches dann mit einem Overlay versehen und bearbeitet wird. Anschließend erstelle ich einen Text und lege die Hashtags fest.

Welche Top 5-Tipps in Sachen Social-Media-Marketing gilt es für Praxisteams zu beachten?

1. Alles beginnt mit einem Ziel und einer guten Strategie. Diese sollte niemals aus den Augen verloren werden.
2. Authentizität ist für mich hier der Schlüssel zum Erfolg... 📱

T

Wir sind hier
noch lange
nicht fertig!

Online geht's weiter im Text.



Nach dem Shooting ist vor dem Aufräumen:
Kehraus nach dem Silvester-Konfettiregen.

