Zum Heraustrennen.

tipp

Elementar für Zahnarztpraxen: **Dentalfotografie auf Instagram**

Instagram ist mit über zwei Milliarden Nutzern monatlich eine der größten und bekanntesten Social-Media-Plattformen unserer Zeit. Nutzer haben neben privaten Accounts die Möglichkeit, sich im Kontext ihrer Berufe oder Gewerke zu zeigen und ihre Arbeit zu präsentieren. Was Instagram konkret Zahnärzten zu bieten hat, fasst dieser Tipp zusammen.

Warum Instagram?_Zahnärzte sollten Instagram nutzen, um modern und zeitgemäß auf sich und ihre Arbeit und Leistungen hinzuweisen und gleichzeitig mit Kunden in Kontakt und aktiven Austausch zu treten. Instagram ist ein angesagter und dabei höchst effektiver Weg, um durch prägnante, visuelle Inhalte (scheinbar) locker-leichte Einblicke in die vielfältige Arbeit von Zahnarzt und Team zu geben und so niedrigschwellig Vertrauen aufzubauen. Eine gut gepflegte Instagram-Seite zahlt sich vielfach aus: Sie hilft der Praxis, sich zu profilieren und ihre Stärken zu betonen und ganz nebenbei potenzielle Neukunden zu einer Kontaktaufnahme zu animieren. Sie wirbt dort für die Praxis, wo sich gefühlt die ganze Welt aufhält.

Klare Message mit *klaren* Bildern_Um auf Instagram erfolgreich zu sein, ist es absolut wichtig, dass die Inhalte ansprechend gestaltet werden. Hierfür sind hochwertige Fotos und aussagekräftige Videos, die die Praxis, Produkte und Leistungen in einem positiven Licht zeigen, unablässig. Zudem ist eine klare Botschaft, die zur anvisierten Zielgruppe passt, das A und O. Dabei hilft die Verwendung von branchenrelevanten Hashtags, Beiträge gezielt zu vermarkten und mehr Reichweite zu erzielen. Der gekonnte Einsatz von Storys und Live-Videos trägt dazu bei, das abstrakte Konzept „Zahnarztpraxis“ in einen Ort (oder auch ein Gefühl) zu verwandeln, der (bzw. das) von Menschen und Persönlichkeiten gelebt und geprägt wird. So können sich Kunden „näher dran“ und verbunden fühlen. Letztendlich geht es darum, die Expertise als Zahnarztpraxis zu präsentieren, es gleichzeitig „menscheln“ zu lassen und so Vertrauen bei den Followern aufzubauen.

Geeignete Inhalte, messbarer Erfolg_Welche Inhalte eignen sich für Instagram? Zum einem lassen sich zur Schärfung des fachlichen Profils hochwertige Bilder von gelungenen Behandlungen (mit Vorher-Nachher-Effekt), informative Videos zu ausgewählten Fragestellungen, beispielsweise zur Zahnpflege, oder auch Teilnahmen an Fortbildungen posten. Auch das Teilen von Erfahrungsberichten zufriedener Patienten kann eine effektive Strategie sein, um Erfolge der Praxis nach draußen zu tragen. Zum anderen können Inhalte auf Kooperationen mit anderen Zahnärzten oder Branchen-Influencern bzw. auf Standortwechsel wie -erweiterungen, Personalzuwachs und neues Merchandise hinweisen. Egal, welches Material gepostet wird, grundsätzlich gilt: Es muss immer authentisch sein und ausnahmslos einen professionellen Auftritt wahren.

Um den Erfolg von Kampagnen messen zu können, sollten im Vorfeld klare Ziele gesetzt werden. Möchte die Praxis beispielsweise mehr Follower gewinnen, mehr Traffic auf ihre Website leiten oder Recruiting betreiben? Sobald die Ziele festgelegt sind, können verschiedene Kennzahlen (KPIs) verwendet werden, um den Erfolg der Kampagnen zu messen. Einige wichtige KPIs für Instagram sind Engagement-Rate, Reichweite und Impressions. Durch die Verwendung von Analysetools wie dem Businesstool von Instagram oder Google Analytics können Kennzahlen einfach verfolgt und so herausgefunden werden, welche Inhalte am besten funktionieren. Auf diese Weise lassen sich Strategien anpassen und kontinuierlich optimieren, um den größtmöglichen Erfolg zu erzielen.

Fazit_Der Schlüssel zum Erfolg auf Instagram liegt darin, nach der Erarbeitung einer Strategie mit klarer Zielvorgabe, Inhalte zu erstellen, die durchweg professionell und ansprechend sind und einzigartige Einblicke vor und hinter die Kulissen der Praxis geben. Sind diese Qualitätskriterien erfüllt, kann die Praxis kreativ und zielsicher zeigen, wer sie ist und was sie tut, sich so von anderen abheben und ihre Markenbekanntheit steigern sowie über eine engagierte Interaktion mit Patienten und potenziellen Kunden langfristige Bindungen aufbauen.

Sie haben Fragen zu Ihrem Instagram-Auftritt oder wollen Ihre Followerzahl steigern? Gerne unterstütze ich Sie in Sachen Instagram und Dentalfotografie.

Kirsten von Bukowski – Coach und Expertin für Dentalfotografie • www.dental-shooting.de

Infos zur Autorin

Schnelle antibakterielle Wirkung mit lang anhaltendem Schutz[1]

Klinisch bestätigte antibakterielle Wirksamkeit[2]

12x stärkere Plaquereduktion[2]

72% bestätigen, Zahnfleisch resistenter gegen Zahnfleisch-bluten[3]

Verbessern Sie die Zahnfleischpflege Ihrer Patient:innen mit meridol®

1 Bekämpft Plaquebakterien, „schnell" in Labortests bestätigt, „lang anhaltend" bei regelmäßiger Anwendung. **2** mit meridol® Zahnfleischschutz Zahnpasta, im Vergleich zu einer herkömmlichen Zahnpasta mit 1450 ppm Fluorid (NaF/NaMFP) nach 6-monatiger Anwendung des Produkts. Triratana, August 2022. **3** Home Use Test mit meridol® Zahnfleischschutz Zahnpasta, 239 Verwender:innen, Deutschland, September 2022.

Gratis Muster für Patient:innen bestellen

meridol®

PROFESSIONAL ORAL HEALTH