

Die Praxishomepage als wichtigster Imagefaktor

| Alexandra Rebernig



An einer Praxishomepage geht auch für Zahnärzte kein Weg mehr vorbei: Nutzten im Jahr 1997 lediglich 6,5 Prozent der Deutschen das Netz, so surfen 2010 laut einer aktuellen Onlinestudie bereits 69,4 Prozent im World Wide Web. Dabei sind 76 Prozent der Deutschen täglich im Internet unterwegs und 47 Prozent der User dort gezielt auf der Suche nach bestimmten Angeboten. Die Nutzung des World Wide Web hat sich also rasend schnell entwickelt.



Abb. 1: Bereits in der ersten Sekunde ist die Positionierung klar zu erkennen – die Familienpraxis.

Eine professionelle Praxishomepage gehört heute zum Standard. Mit dem zeit- und ortsunabhängigen Medium sind Sie an 365 Tagen im Jahr präsent. Haben sich vor einigen Jahren noch 75 Prozent der Praxiskunden durch Empfehlung für eine neue Praxis entschieden, sind es heute nur noch 65 Prozent – zugunsten der Homepage. Deshalb ist es umso wichtiger, dass der potenzielle neue Patient bereits vor dem ersten Besuch Vertrauen zu Ihrer Praxis fasst.

Voraussetzungen schaffen

Die Praxishomepage soll die Identität, den Behandlungsansatz und die Philosophie einer Praxis im Internet vermitteln. Optimalerweise geht deshalb der Homepagegestaltung die Ausarbeitung

einer ausführlichen Praxis-Corporate Identity und eines Praxis-Corporate Designs voraus. Hierbei wird das strategische und visuelle Fundament für alle künftigen Marketingmaßnahmen gelegt – die Praxispositionierung und Designelemente werden für eine einheitliche und durchgängige Kommunikation definiert.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

Schon die Startseite einer Praxishomepage muss den Internetnutzer in den Bann ziehen. Ein ansprechendes Layout mit emotionalen Bildern ist hierbei unumgänglich. Hierdurch werden neben der Vermittlung der Praxispositionierung Vertrauen und Emotionen geschaffen (Abb. 1). Denn wie man aus

neuesten Kenntnissen des Neuromarketings weiß, werden über 95 Prozent der Entscheidungen unbewusst getroffen. Ferner sollte die Startseite über eine klare, übersichtliche Struktur sowie über Schnellzugriffe zu besonders wichtigen Inhalten verfügen.

Klare Navigationsstruktur

Für den User sollte die Navigationsstruktur auf einen Blick klar und deutlich zu verstehen sein. Das hilft bei der Orientierung durch eine Homepage. Neben der Praxis, den Leistungen und dem Kontakt können News in der Hauptnavigation vertreten sein. Auch die Subnavigation sollte gut strukturiert sein, damit der User direkt die Informationen findet, die für ihn relevant sind (Abb. 2).

Weniger ist mehr

Oftmals ist weniger mehr. Und das gilt auch für eine Praxishomepage. Die Texte sollten kurz und knapp und mit Zwischenüberschriften versehen sein. So können Inhalte schnell aufgenommen und verstanden werden. Es ist wichtig, sich nicht in Fachtexten zu verlieren. Ergänzend können zum Beispiel in einem Praxis-ABC Begrifflichkeiten ausführlich erläutert werden.

Gezielt eingesetzte Bildsprache

Neben den textlichen Inhalten einer Praxishomepage spielt die eingesetzte Bildsprache eine entscheidende Rolle.

„ Ich liebe dieses System, wirklich, ich kann gar nicht mehr darauf verzichten. „
Sam Hamam, DDS

„ Für mich immer noch der beste Ring. Schmiegt sich regelrecht an und fixiert die Matrix fest, so dass ein guter Kontakt entsteht. Einfacher in der Anwendung hält V3 bei einem MO auf einem oberen Prämolaren länger, ohne vom Eckzahn abzurutschen. Absolut Spitze!!“
Twokidsnosleep on Dentaltown

„ Man muss mir schon die Hände abhacken, um mir die V3-Ringe wieder abzunehmen. „
Jon Swarbrigg, BDS

„ Absolut toll, ohne Einschränkung. Meine erste und einzige Wahl. „
Gregory Strobel, DDS

„ Ich praktiziere jetzt schon seit 26 Jahren und habe für Komposite schon alle möglichen Ringe ausprobiert. Die V3-Ringe waren mit Abstand bisher die Besten. „
Henry Tom, BDS

„ Die V3-Ringe machen das Rennen. Ein tolles System, und ich hoffe, dass noch mehr Leute es benutzen werden. Ein echter Fortschritt für die Zahnmedizin. Direktkomposite haben mir noch nie so viel Spaß gemacht. „
Martin Martic, DDS



„ Nach 20 Jahren vergeblicher Suche wage ich zu behaupten, dass V3 das beste bisher erschienene Matrix-System ist. „
Prof. Robert Ho, DDS

„ Ich liebe es, ich liebe es wirklich. Nicht zu glauben, dass ich in den letzten 13 Jahren ohne ausgekommen bin. Verdammt, ich schäme mich schon fast, dass meine Klasse II-Füllungen ohne die Konturen wie regelrechte Wände ausgesehen haben müssen! „
Marvin Rodrigue, DDS

„ Bei weitem der beste Deal, den ich jemals für meine Praxis machen konnte. Ein für die Zahnrestauration absolut notwendiges System. „
Isidoro Ferlito, BDS

„ Der V3-Ring ist das mit Abstand beste System, das ich jemals benutzt habe. Der Ring steht im Interproximalraum bombenfest. Kein Verrutschen auf Zahn oder Ringzange. Wenn man einen perfekten Kontakt bei zugleich optimalen Konturen erreichen möchte, ist der V3-Ring ein absolutes Muss. „
Saad Bassas, DDS

„ Ich mag die einfache Handhabung und die hervorragenden Kontakteigenschaften, die der V3-Ring bietet. Früher habe ich mehr Zeit dafür gebraucht, eine Restauration auszubilden. Ich kann dieses Produkt wirklich nur jedem empfehlen. „
Danny Dinh, DDS

Auch Sie werden V3 lieben.



Innovative. Simple. Smart.



www.triodent.eu



triodent™

Bei ADSystems, Böse-Dental, Ihrem Dental Union Partner und i-Dent Haid erhältlich.

Kontakt Triodent Tel: 02821-777-62847 • Fax: 02821-777-62848 • Email: Europe@triodent.com • www.triodent.eu

Zur Emotionalisierung und Unterstützung der inhaltlichen Aussagen sollten die Bilder eine ganz eigene Praxiswelt widerspiegeln. Deshalb sollte man darauf verzichten, die Bilder selbst zu machen und besser auf einen professionellen Fotografen zurückgreifen, der einen durchgängigen und einzigartigen Bildstil umsetzt. Es sollten Bildwelten entwickelt werden, die die angenehme Praxisatmosphäre, das freundliche Praxisteam und die Fachkompetenz der Praxis vermitteln (Abb. 3). Das löst positive Emotionen aus und unterstützt die Entscheidungsfindung für Ihre Praxis. Auf Bilder aus Behandlungssituationen, die Angstgefühle auslösen, sollte verzichtet werden.

CMS – flexibel und schnell

Für eine einfache Pflege der Praxishomepage sollte auf ein dynamisches Content Management System (CMS) zurückgegriffen werden. Im Gegensatz zu einer statischen Homepage können



Abb. 2: Eine klare Struktur der Praxishomepage hilft dem User, sich zu orientieren und die relevanten Informationen ohne Umwege zu finden.

Sie selbst oder z.B. Ihre Praxismanagerin jederzeit über ein komfortables Backend die Website bearbeiten. Texte können schnell geändert, Bilder flexibel verwaltet und ausgetauscht werden.

Social Media

Der Patient von heute informiert sich nicht nur auf der Homepage des Arztes, er sucht, bewertet und diskutiert auf Arztbewertungsportalen wie z.B. beim Gesundheitsnavigator der AOK oder auf Facebook. Ihre Aufgabe als Arzt ist es hierbei, zuzuhören und gezielt Fragen zu stellen, um die Wünsche und Bedürfnisse der Patienten zu erfahren. So entsteht ein enger Austausch zwischen

Arzt und Patient, der sowohl die Patientenbindung stärkt als auch nützliche Rückschlüsse auf das eigene Leistungsangebot zulässt.

Eine Investition, die sich lohnt

Für eine ansprechende Homepage mit flexiblem Content Management System (CMS) sollten Sie etwa 5.000 bis 6.000 Euro einplanen. Das professionelle Fotoshooting wird sich auf circa 1.500 Euro belaufen – natürlich abhängig von der Anzahl der Bilder und dem Retuscheaufwand. Zusätzliche Kosten fallen für die Registrierung der Domain und das Hosting an. Abhängig von dem benötigten Webspace werden die Kos-

ANZEIGE

Das erste TV nur für Zahnärzte.

Was gibt's Neues? Wie sieht das aus? Wie funktioniert das? Was sind die Vorteile? Fragen, die man sich jetzt selbst beantworten kann: auf www.netdental.tv. Das neue Online-Video-Portal mit aktuellen Informationen über neue Dental-Produkte. Inklusive Vorstellung, Demonstration der Handhabung, Darstellung der Vorteile. Erfrischend unkompliziert, 24/7, an jedem Tag im Jahr. Typisch NETdental: Einfach mal gucken!



www.netdental.tv





Abb. 3: Professionelle Bilder vermitteln Kompetenz und lösen positive Emotionen aus.

ten hierfür monatlich circa zehn bis 15 Euro betragen. Zwar erscheinen diese Anfangsinvestitionen im ersten Moment recht teuer, doch sie lohnen auf lange Sicht. Denn in der Regel ist eine Praxishomepage circa fünf Jahre gültig, bevor Sie einen kompletten Relaunch durchführen sollten. Umgerechnet auf den gesamten Zeitraum fallen demzufolge monatlich circa 100 Euro an – diese Kosten amortisieren sich in der Regel binnen kürzester Zeit.

Was können wir durch einen professionellen Internetauftritt erreichen?

... Kunden gewinnen

Viele potenzielle Patientenkunden informieren sich vor ihrem ersten Zahn-

arztbesuch über die Homepage einer Praxis.

So können sie sich einen ersten Eindruck verschaffen, Informationen über Leistungen erhalten und Vertrauen wird aufgebaut.

... Kunden binden

Stammpatienten kehren immer wieder aufgrund aktueller und interessanter Themen auf die Homepage zurück. Deshalb ist es besonders wichtig, dass die Homepage mit Neuigkeiten auf einem aktuellen Stand gehalten wird. Dies können Informationen wie neue Mitarbeiter und Leistungen oder geänderte Öffnungszeiten sein. Darüber hinaus sind neue Homepageinhalte

auch für die Suchmaschinenoptimierung relevant.

... Image aufbauen

Die Qualität und Kompetenz der Zahnarztpraxis wird durch die Praxishomepage ausgedrückt. Im Internet können Sie Ihre Praxis einzigartig werden lassen. Damit sind Sie den Wettbewerbern einen großen Schritt voraus.

kontakt.

Whitebrands

Emotionale Praxismarken

by Subito advertising GmbH

Alexandra Rebernick, Geschäftsführerin

Eichenweg 17

63683 Ortenberg

Tel.: 06041 8232-10

E-Mail: a.rebernick@whitebrands.de

www.whitebrands.de



NET dental tv

Einfach mal gucken.