

Optimale Praxishompage 2.0 – Konzept und Design

| Alexandra Rebernig



Das Internet ist heute das führende Kommunikationsmedium in fast allen Bereichen. 76 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren nutzen es privat¹ und dies im Durchschnitt über zwei Stunden täglich. Auch die Ärztesuche läuft mittlerweile online ab, und das Internet gilt dabei als wichtiger Ratgeber. 40 Prozent der Deutschen – und damit mehr als jeder Dritte – recherchiert online nach Medizinern.² Das Internet bietet vielfältige Informationsmöglichkeiten für den Patienten und macht damit den Gesundheitsmarkt transparenter. Patientenbewertungen zu dem entsprechenden Arzt lassen sich schnell finden, und ein Austausch mit anderen Patienten ist auf einfache Weise möglich.

Wie aktuelle Befragungen von Zahnärzten zeigen, nimmt der Anteil an Patienten, die über das Internet in die Praxis kommen, stetig zu. Und das Besondere: Diese Patienten sind wirtschaftlich hoch interessant. Gründe hierfür sind, dass Patienten, die ihre Arzt-suche mittels Internet vollziehen, offener für Selbstzahlerleistungen sind, längere Anfahrtswege in Kauf nehmen und weniger Beratungsbedarf haben. Der geringere Beratungsbedarf resultiert daraus, dass Patienten sich vorher meist eingehend im Internet über ihre Wünsche oder Beschwerden informieren. Sie suchen aktiv und gezielt nach Lösungen. Außerdem vergrößert sich durch das Internet automatisch das Einzugsgebiet Ihrer Praxis. Dies ist eine enorme Chance, die Sie allerdings nur mit einer hervorragenden Praxishompage nutzen können. Die Tatsache, dass Internet-Patienten offener für Selbstzahlerleistungen sind, kann zu einem deutlich erhöhten Praxisgewinn durch eine gelungene Internetpräsenz führen. Die Praxishompage wird im-

mer mehr zum zentralen Entscheidungskriterium bei der Praxiswahl. Dies liegt auch an weiteren Vorteilen, denn die Homepage ist eine elektronische Visitenkarte Ihrer Praxis und bietet Ihren Patienten einen Extraservice wie die Wegbeschreibung oder eine Online-terminvergabe.



Eine genaue Planung Ihrer Homepage ist die Basis

54 Prozent der Ärzte und Zahnärzte besitzen schon eine eigene Praxishompage. Aber der Besitz alleine reicht nicht aus.

Ihre Website muss ansprechend gestaltet sein und auch gefunden werden. Um die Homepage für potenzielle Kunden attraktiv zu gestalten und die mit Ihrer Webpräsenz verbundenen Ziele zu erreichen, ist eine genaue Planung notwendig. Diese Planung Ihrer Praxishompage kann viele positive Nebeneffekte auslösen. So sollten Sie zuerst einen Vergleich von Websites Ihrer direkten Konkurrenz vornehmen. Möglicherweise finden Sie so heraus, wo Ihre Stärken im Vergleich zum Wettbewerb liegen und welchen Weg Sie für die Zukunft einschlagen wollen. Zusätzlich sollten Sie auch eine Analyse der eigenen Praxis durchführen, um Ihre eigene Identität zu erkennen. Das gewährleistet einen authentischen Web-auftritt, der die gewünschten Praxiswerte den potenziellen Patienten vermittelt. Haben Sie noch nicht die Kernwerte Ihrer Praxis festgelegt, sollten Sie mithilfe von Marketingfachleuten zuerst Ihre Corporate Identity – die unverwechselbare Identität Ihrer Praxis – professionell erarbeiten.

Ti-Max Z

Unglaublich langlebig

Der neue Winkelstück-Standard

HERAUSRAGENDE LANGLEBIGKEIT

Ti-Max Z setzt in jeglicher Hinsicht neue Standards. Ein Instrument, das aufgrund seiner Leichtigkeit und Balance beim Behandler minimalste Erschöpfung hervorruft und eine beeindruckende Langlebigkeit bietet. Eine wahre Freude, damit zu arbeiten.

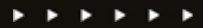
DEUTLICH KLEINER UND SCHLANKER

Z95L verfügt über signifikant verringerte Kopf- und Halsdimensionen.



- Herausragende Langlebigkeit durch optimiertes Getriebedesign und DLC-Beschichtung
- Deutlich verringerte Abmessungen im Kopf- und Halsbereich
- Überlegene Sicht und perfekter Zugang
- Erstaunlich laufig und leise
- Exzellente Ergonomie
- Mikrofilter (Spraywasserkanal) für optimale Kühlung

3 Jahre Garantie
(1:5-Winkelstücke)



NSK

NSK Europe GmbH

TEL: +49 (0) 61 96/77 806-0
FAX: +49 (0) 61 96/77 806-29
E-MAIL: info@nsk-europe.de
WEB: www.nsk-europe.de

Ein Quantensprung in Qualität und Leistung
– der Beginn einer neuen Zeitrechnung

Die richtige Dosierung an Information ist entscheidend

Bevor es an die konkrete Umsetzung der Homepage geht, müssen Sie eine Entscheidung darüber treffen, welche Informationen einem potenziellen Patienten über Ihren Webauftritt vermittelt werden sollen.

Informationen wie Praxisanschrift, Sprechzeiten, E-Mail-Adresse und Ihre angebotenen Leistungen sind die Basis. Zusätzlich empfiehlt es sich, auch Ihre Philosophie und die Kernwerte Ihrer Praxis kurz zu beschreiben und klar herauszustellen. Erschlagen Sie aber nicht Ihre potenziellen Patienten mit Informationen, denn dies führt meist dazu, dass Ihre Praxishomepage nach wenigen Sekunden verlassen wird und als mögliche Alternative für die Praxiswahl ausscheidet. Der textliche Inhalt pro Seite sollte nicht mehr als 100 Wörter betragen. Textzeilen, die sich über den gesamten Bildschirm ziehen, sind ebenfalls aufgrund der schlechten Lesbarkeit zu vermeiden. Setzen Sie übersichtliche und prägnante Textblöcke ein.

Zu wenig Information ist allerdings ebenfalls nicht optimal, da der Patient nach einem „Experten“ sucht, der sein Problem lösen kann oder seinen Wunsch umsetzt. Liefern Sie daher Informationen, die einen kompetenten Gesamteindruck Ihrer Praxis vermitteln. Der Patient muss das Gefühl bekommen, dass genau Sie der Richtige zur Lösung des Problems sind.

Ihre Patienten gelangen meist mit konkreten Fragen auf Ihre Website: Wann ist Sprechstunde? Wo befindet sich die Praxis? Welche Leistungen bietet der Zahnarzt?

Für die wichtigsten dieser Fragen sollte Ihre Praxishomepage durch wenige Klicks eine Antwort parat haben. Die richtige Dosierung an Information ist eines der wichtigsten Kriterien für eine erfolgreiche Praxishomepage.

Bilder vermitteln Vertrauen

Setzen Sie Bilder auf Ihrer Homepage ein. Diese transportieren Emotionen und werden nicht nur schneller im Gehirn verarbeitet, sondern auch länger und tiefer gespeichert. Allerdings ist die Wahl der richtigen Bilder entscheidend. Szenen aus dem Mundraum eines Patienten mit offenen blutigen Wunden werden mit großer Wahrscheinlichkeit eher negative Emotionen auslösen und sind daher nicht geeignet. Genauso sollten die Fotos von Ihnen und Ihrem Team von einem professionellen Fotografen gemacht werden. Hier kann mit einer Marketingagentur die Bild- und Farbwelt abgestimmt und passend zu Ihren Praxiswerten und Ihrer Philosophie in einem Shooting-Briefing festgehalten werden. Nach diesem Briefing erstellt der Fotograf dann die Bilder speziell für die Homepage. Denn mit den richtigen Bildern und einem stimmigen Design, passend zum Gesamtauftritt Ihrer Praxis, schaffen Sie Vertrauen. Und gerade bei Arztbesuchen ist Vertrauen immer noch ein entscheidender Faktor.

Übersichtlichkeit und Usability

Eine klare Struktur ist besonders wichtig. Dies betrifft speziell die Navigationsstruktur Ihrer Seite. Homepagebesucher müssen sich leicht auf Ihrer Seite zurechtfinden und mit wenigen Klicks zu den Informationen gelangen, die sie suchen. Das Schlagwort hierbei heißt „Usability“. Das fängt bei einer übersichtlichen Navigationsleiste an und reicht bis zu den Unterseiten, die – wenn möglich – ohne Scroll-Balken gestaltet sein sollten. Der User erfährt so alle wichtigen Informationen auf einen Blick. Da die übliche Blickrichtung von links nach rechts und von oben nach unten verläuft, sollte die Navigationsstruktur so aufgebaut sein, dass oben links der aus Ihrer Sicht wichtigste Navigationspunkt steht.

Nutzen Sie auch moderne Programmierungstechniken, denn diese ermögli-

chen eine breitere Palette an Zusatzelementen für Ihre Homepage. Dabei reichen die Möglichkeiten von der Onlineterminvergabe, einem interaktiven Praxisrundgang über einen Blog, in dem Sie mit Ihren Patienten kommunizieren können, bis zu Verlinkungen zu Social Media-Seiten Ihrer Praxis wie Facebook, Google+ und Twitter. Dies sind Chancen, Ihre Praxishomepage noch individueller zu gestalten und möglicherweise von Internetpräsenzen der Konkurrenzpraxen abzuheben. Jedes dieser Elemente muss allerdings im Einzelfall auf Sinnhaftigkeit geprüft werden. Analysieren Sie, welche dieser Zusatzelemente die Konkurrenz vielleicht schon nutzt und welche für Ihre eigene Praxis infrage kommen würden.

Die Homepage pflegt sich nicht von selbst

Seien Sie sich darüber im Klaren, dass mit der fertigen Homepage die Arbeit noch lange nicht getan ist. Nichts ist schlimmer als veraltete Inhalte oder ein News-Bereich, dessen aktuellste Nachricht vor zwei Jahren verfasst wurde. Eine Homepage muss gepflegt und auf dem neuesten Stand gehalten werden. Sei es das Einladen von Bildern der neuen Kollegin oder das Einstellen von interessanten News rund um Ihre Praxis oder Allgemeines aus dem zahnmedizinischen Bereich. Hier empfiehlt es sich, eine feste Person zu bestimmen, die sich diesen Aufgaben widmet und dafür die Verantwortung übernimmt. Wenn Sie als Praxisinhaber dies nicht selbst übernehmen möchten, sollten Sie dem entsprechenden Mitarbeiter auch die nötige Zeit dafür einräumen. Besonders dann, wenn Sie vorhaben, auch in die sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter einzusteigen, wird zur Pflege dieser Seiten ein erheblicher Zeitaufwand anfallen. Eine ständige Aktualisierung von Inhalten auf Ihrer Webseite ist zusätzlich für eine hohe Platzierung in den gängigen

ANZEIGE

▶ lege artis ◀ **TOXAVIT** gestern - heute - morgen



Suchmaschinen mitentscheidend. Um das Einpflegen von Texten und Bildern auf Ihrer Homepage zu erleichtern, bieten die meisten Agenturen Ihnen ein Content-Management-System an, mit dessen Hilfe Sie recht einfach ohne HTML-Kenntnisse die gewünschten Änderungen und Aktualisierungen vornehmen können.

Homepage to go

Über eine Anpassung Ihrer Homepage für mobile Endgeräte sollten Sie nachdenken. Immer mehr User nutzen Mobilgeräte wie iPhone und iPad auch zur täglichen Internetrecherche. Diese findet nun immer häufiger unterwegs statt, so auch die Suche nach dem richtigen Arzt. Die Smartphones und Tablets werden immer leistungsfähiger. Daher ist nicht mit einem Ende des Trends zu rechnen, ganz im Gegenteil. Viele Anwendungen, die bisher am PC durchgeführt wurden, werden bald unterwegs auf dem Smartphone oder Tablet stattfinden.

Sobald Ihre Homepage online ist, kann diese auch über Mobilgeräte aufgerufen werden. Allerdings sind die Navigation und die Lesbarkeit stark eingeschränkt und oftmals kaum möglich. Daher empfiehlt sich eine Optimierung speziell für Mobilgeräte. Dies erfolgt durch die Programmierung eines speziellen Templates. Ihre Homepage wird so für Mobilgeräte optimiert und an die Größe des Bildschirms und an die spezielle Bedienung des iPhones/iPpads angepasst.

Nutzen Sie die vielfältigen Vorteile einer professionellen Praxishomepage und legen Sie damit den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Steigern Sie nicht nur die Anzahl, sondern auch die Qualität der Patienten, die besser informiert und offener für Selbstzahlerleistungen sind. Steigen Sie ein in das neue Zeitalter der Praxis 2.0 und profitieren Sie von den neuen Möglichkeiten zur Patientengewinnung.

Quelle:

- 1 Initiative D21/Statista 2012
- 2 BITKOM-Umfrage, Berlin, 6. April 2012

kontakt.

WHITEBRANDS

**Emotionale Praxismarken
by Subito advertising GmbH**

Eichenweg 17, 63683 Ortenberg
Alexandra Rebernig, Geschäftsführerin
Tel.: 06041 8232-10
E-Mail: a.rebernig@whitebrands.de
www.whitebrands.de



Sandra Tjarks
ZTM, Produktmanagerin
BEGO

Mit Farben zum Erfolg?

Wie kann es gelingen, den steigenden ästhetischen Anforderungen des Patienten an seinen Zahnersatz gerecht zu werden und sicher und schnell eine naturnahe Reproduktion der gewünschten Zahnfarbe anzufertigen, die sich perfekt in den Restzahnbestand integriert?

Wir meinen: Mit den richtigen Farben!
Mit unserer neuen und transluzenten BeCe® CAD Zirkon HT+ Keramik in SIEBEN Farben unterstützen wir Sie, die vielfältigen Herausforderungen im Spannungsfeld von Ästhetik, Reproduzierbarkeit, Zeitaufwand und Wirtschaftlichkeit bestmöglich zu meistern und den Patienten zu einem natürlich schönen Lächeln zu verhelfen.

Wir sind uns sicher: Bei uns finden Sie die „passende“ Farbe! Überzeugen Sie sich selbst unter www.bego.com.



Miteinander zum Erfolg