Wie twittern Zahnärzte sinnvoll?

Autorin_Kerstin Schulz



© turtleteeth

Immer mehr Zahnärzte probieren den Kurznachrichtendienst Twitter aus. Der Erfolg lässt jedoch oft auf sich warten. Twitter funktioniert nach dem Prinzip Geben und Nehmen. Follower, die sich mit dem Folgen zur Praxis bekennen, haben auch vonseiten der Praxis Aufmerksamkeit verdient. Und erst wenn die Praxis möglichst vielen Followern zurückfolgt, ist die Basis für eine sukzessive Vermehrung der Praxisfans gelegt. Kerstin Schulz gibt hilfreiche Tipps für den sicheren Umgang mit dem „Gezwitscher".

Design und Profil gestalten

Mit einem auffälligen und dennoch stilvollen Twitter-Design weckt man Aufmerksamkeit. Twitter bietet dafür viele Voreinstellungen und die Möglichkeit, eigene Fotos hochzuladen. Verwenden Sie ein Profilbild, das sofort Sympathie weckt. Nach Möglichkeit sollten Sie selbst, Ihr Team oder die Praxis darauf zu sehen sein.

Werden Sie selbst Follower

... und folgen Sie potenziellen Patienten! Die zu finden, ist zugegebenermaßen recht schwierig. Suchen Sie z.B. nach Twitterern aus Ihrer Region. Follower werden Sie auch, indem Sie sich an Ihren eigenen Interessen orientieren und Menschen folgen, die sich relevant dazu äußern. Prüfen Sie, wer Ihnen folgt und ob Sie denjenigen selbst folgen möchten. Wahllos jedem zu folgen bedeutet unter Umständen, dass in Ihrer Timeline (im Nachrichtenüberblick) im Sekundentakt neue Tweets (Nachrichten) eingeblendet werden. Die wirklich wichtigen herauszufiltern ist dann schwierig.

Das richtige Maß finden

Egal, welche Strategie Sie auf Twitter verfolgen, twittern Sie nicht zu häufig. Das kann Follower schnell nerven, sie springen ab. Ein bis zwei Tweets pro Tag reichen durchaus. Dann bleibt auch der Zeitaufwand klein – was ein entscheidender Vorteil und ganz im Sinne des Kurznachrichtendienstes ist. Auf der anderen Seite sollten nie längere Pausen beim Twittern entstehen. Zwei, drei Wochen Urlaub sind ok, aber monatelanges Schweigen sollte man vermeiden. Follower sind auch dann schnell weg, wenn von Ihnen nichts mehr zu erwarten ist.

Gute Inhalte liefern

Auch das ist eine nicht zu unterschätzende Hürde. Was Sie frühstücken oder wo Sie gerade einkaufen, interessiert Patienten nicht. Und niemand liest gern fünfmal in der Woche, dass Sie sich auf Implantate spezialisiert haben. Twittern Sie stattdessen interessante Artikel, die Patienten mit Hintergrundwissen versorgen. Oder weisen Sie auf entsprechende Informationen hin, die Sie auf Ihrer Webseite zur Verfügung stellen. Von den Inhalten hängt es ab, wer Ihnen folgt!

Visuelle Erlebnisse schaffen

Bilder oder Videos lassen sich ebenfalls twittern. Probieren Sie es aus! Setzen Sie z. B. einen Link zu einem Zahnputzvideo auf YouTube. Es macht Ihren Account interessant, wenn Sie visuelle Überraschungen anbieten.

Aktuell bleiben

Sonst laufen Sie Gefahr, Informationen zu verbreiten, die längst veraltet sind oder schon von vielen anderen getwittert wurden. Auch damit macht man sich keine Freunde.

Gespräche anstoßen

Wenn man das tut, sollte man allerdings bewusst für eine gewisse Zeit online bleiben. Nur so kann man Antworten lesen und wiederum kommentieren. Wenn Sie einen bestimmten Gesprächspartner direkt ansprechen möchten, verwenden Sie dafür das @-Zeichen und seinen Twitternamen, z.B. @dentcollege.

Entscheidung für Deutsch oder Englisch abwägen

Einige Zahnärzte twittern in Englisch. Vielleicht geht es ihnen ja darum, Kollegen anderswo zu erreichen. Wenn Ihnen aber die Patienten wichtig sind, twittern Sie in deren Sprache. Auch Zweisprachigkeit ist inzwischen durchaus an der Tagesordnung.

Noch mehr Infos über Twitter

... lesen Sie auf der Webseite von DENTCOLLEGE. Wir erklären, wie man einen Twitter-Account einrichtet, von Twitter auf die eigene Praxishomepage verlinkt und berichten darüber, wie es DENTCOLLEGE selbst auf Twitter erging._

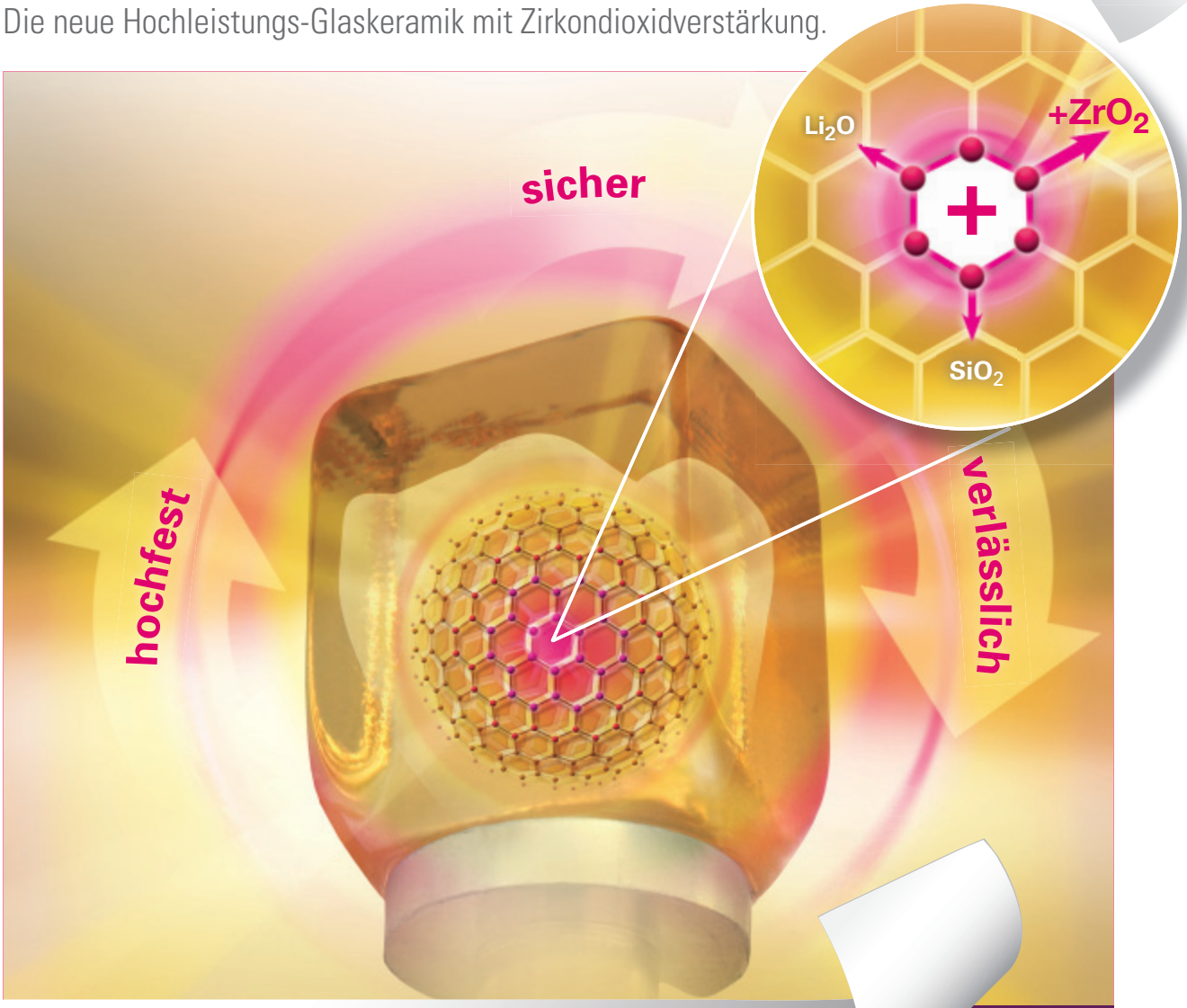
_Kontakt digital dentistry

DENTCOLLEGE
Straßmannstraße 49
10249 Berlin
Tel.: 030 42025284
Mobil: 0172 3267089
E-Mail:
post@dentcollege.de
www.dentcollege.de
www.twitter.com/
dentcollege
www.dentcollege.
wordpress.com

Ab Herbst im Handel!

VITA SUPRINITY® – Glaskeramik. Revolutioniert.

Die neue Hochleistungs-Glaskeramik mit Zirkondioxidverstärkung.



Jetzt vor Marktstart informieren und auf www.vita-suprinity.de Infopaket anfordern!

NEU!

3448_1D



VITA shade, VITA made. VITA

VITA SUPRINITY ist ein Material der neuen CAD/CAM-Glaskeramik-Generation. Bei diesem innovativen Hochleistungswerkstoff wird erstmals die Glaskeramik mit Zirkondioxid verstärkt. Das Material ist damit hochfest, lässt sich prozesssicher verarbeiten und erweist sich gleichzeitig als enorm verlässlich. Die besonders homogene Gefügestruktur sorgt für eine einfache Verarbeitung und reproduzierbare Ergebnisse. Darüber hinaus überzeugt VITA SUPRINITY durch ein sehr breites Indikationsspektrum. Mehr Informationen unter: www.vita-suprinity.com facebook.com/vita.zahnfabrik