

Die drei zentralen Bausteine des Praxismarketings

Teil 3: „Facebook ist unverzichtbar“

| Prof. Dr. Thomas Sander

Die mit Abstand meisten Patienten, die neu eine Praxis aufsuchen, sind aufgrund einer persönlichen Empfehlung oder über Google das erste Mal auf diese Praxis aufmerksam geworden. Nun gibt es einen Trend, bei dem Web- und Empfehlungsmarketing verknüpft werden: Social Media. Das bedeutsamste Netzwerk ist Facebook. Ist es für die Praxis unverzichtbar?

DIE WELT titelte Mitte September: „Facebook wird uncool, ist aber unverzichtbar“ (www.welt.de/120024596). Danach lässt die Begeisterung für Facebook bei den 12- bis 17-Jährigen zwar nach, dennoch sind 80 Prozent auch weiter darauf aktiv, sogar intensiver als je zuvor. Und die über Dreißigjährigen sind zurzeit die Hauptzielgruppe von Facebook, die Zuwachsraten bei den noch Älteren sind enorm. Warum? Die Nutzer kommen wegen des Netzwerkeffekts nicht mehr ohne Facebook aus, weil sie sonst am sozialen Leben in der ihnen gewohnten Form nicht mehr teilhaben könnten. Facebook bietet einfach zu viel. Es ist ein fester Bestandteil unseres Lebens geworden.

Relevanz für die Zahnarztpraxis

Viele Zahnärzte sagen, dass Empfehlung das wichtigste Marketinginstrument für sie ist. Das stimmt auch (allerdings ist Google fast ebenbürtig). Doch wie funktionieren Empfehlungen heute? Früher habe ich meinen Nachbarn oder Arbeitskollegen nach einem neuen Zahnarzt gefragt. Heute muss ich das nicht mehr, weil mein Freund auf Facebook mir und allen anderen bereits mehrfach mitgeteilt hat, dass er die Praxis Mustermann ganz toll findet. Ich konnte (bzw. wollte) das auch gar nicht verhindern, denn ich bin ja an den Aktivitäten meiner Freunde interessiert und

schau sie mir auch an – in der Bahn, in der Pause, beim Spaziergehen, beim Fernsehen – einfach überall und ständig. Und wenn ich nun den akuten Bedarf habe, erinnere ich mich an Dr. Mustermann. Und noch besser: Ein Klick und ich bin auf dessen Facebook-Fanpage. Und wenn ich vertiefte Infos haben möchte, mit einem weiteren Klick auf dessen Website.

Mein Freund hat mir die Praxis empfohlen – via Web.



Kanal 1: Fanpage

Die oben erwähnte Fanpage ist so etwas wie eine Website auf Facebook. Hier stellt sich die Praxis dar, postet Neuigkeiten und bietet auch die Möglichkeit, dass Fans ihre Kommentare an die Pinwand schreiben oder die Fanpage „ liken“. Diese Aktivitäten werden von allen Fans wahrgenommen. Wichtig ist, dass die Fanpage immer aktuell ist; allerdings sollte die Praxis auch

nicht zu häufig aktiv sein, um die Fans nicht zu nerven. Empfohlen werden hier ein bis zwei Aktivitäten pro Woche.

Für den Nutzer ist das zudem äußerst praktisch: Er kann über Facebook auch gleich Termine in der Praxis machen.

Die Website ist heute das, was früher die Praxisbroschüre war: individuell gestaltet, hochwertig und relativ statisch. Die Fanpage ist das, was vor zehn Jahren die Website sein sollte: ein dynamisches Medium zur Darstellung der Praxis sowie zum erleichterten Zugang zu ihren Leistungen. Aktiv nutzbar von Praxis und Patient.

Getoppt wird diese Entwicklung noch dadurch, dass Facebook bald eine eigene Suchmaschine betreiben wird. Die Nutzer brauchen Google dann nicht mehr unbedingt. Selbst die direkte Dienstleistersuche wird über Facebook abgewickelt werden.

An dieser Stelle muss festgehalten werden: Facebook ist zum Erreichen der Zielgruppe der unter 55-Jährigen heute ein wesentlicher Marketingbaustein.

Kanal 2: Werbung auf Facebook

Laut dem oben genannten Beitrag aus „DIE WELT“ investieren heute mehr als 90 Prozent der mittleren und großen Unternehmen in soziale Netzwerke (Umfrage Universität St. Gallen). Und die Werbeaktivitäten nehmen immer mehr zu.

DAS BESTE

für intraorales Röntgen ist ein perfektes Team.



Dream Team

VistaIntra
+ VistaScan Mini View
= Die Röntgenlösung

Neu: Intraoraler Röntgenstrahler VistaIntra

Vorbildliche Ergonomie • Perfekte Abstimmung auf jeden Bildempfänger • DC-Technologie für konstante und reduzierte Strahlung

Neu: Speicherfolienscanner VistaScan Mini View

Hochauflösendes Touch-Display • WLAN • ScanManager für optimalen Praxis-Workflow • Höchste Bildqualität • Alle intraoralen Formate

Mehr unter www.duerrdental.com



Der große Vorteil von Werbung auf Facebook ist darin zu sehen, dass die zu bewerbende Zielgruppe sehr genau eingegrenzt werden kann – für den Zahnarzt relevant nach Lokalität, Alter, Interessensgebieten und vielem mehr. Das reduziert Streuverluste und ist deshalb effizient. Wie diese Vorteile von der Wirtschaft gesehen werden, zeigt die rasante Entwicklung des Aktienkurses von Facebook: Im September war dieser auf dem Allzeithoch von 45 US-Dollar angelangt.

Kosten für Facebook-Aktivitäten

Die Einrichtung einer Fanpage ist günstig. Sie können hier je nach Anbieter zwischen 500 und 900 EUR ansetzen. Wichtig ist, dass dies professionell durchgeführt wird, weil auch einige rechtliche Aspekte zu beachten sind. Nicht zu unterschätzen ist jedoch die Erarbeitung einer Facebook-Strategie. Denn es gilt, schnell möglichst viele Fans zu generieren. Die entsprechende Strategie muss individuell zusammen mit Ihnen erarbeitet und umgesetzt werden. Hier sollten Sie davon ausgehen, dass Sie mindestens noch einmal den gleichen Betrag investieren müssen.

Laufende Kosten sollten nicht entstehen, wenn Sie bzw. eine Helferin die Fanpage selbst pflegen können. Das ist

auch zu empfehlen – denn Sie wissen am besten, was für Ihre Patienten am wichtigsten ist.

Empfehlung

Lesen Sie die Facebook-Tipps von unserem Experten Christoph Boche. Diese erscheinen künftig wöchentlich auf www.zwp-online.info

info.

Ein überzeugender Praxisauftritt in 360grad

Als effektives Marketinginstrument und konsequente Weiterentwicklung einer effizienten Patientengewinnung und -bindung steht Praxisinhabern bei der Websitegestaltung die 360grad-Praxistour der OEMUS MEDIA AG zur Verfügung. Diese bietet die einzigartige Chance, Praxisräumlichkeiten, Praxisteam und Praxiskompetenzen informativ, kompakt und unterhaltsam zu präsentieren. Per Mausklick können sich die Nutzer der 360grad-Praxistour mithilfe des Grundrisses oder von Miniatur-Praxisbildern durch die Praxisräume bewegen – als individuelles Rundum-Erlebnis aus jeder gewünschten Perspektive. Gleichzeitig lassen sich Informationen zu Praxisteam und -leistungen abfragen, interaktiv oder per Informationsbutton. Ebenso möglich sind Direktverlinkungen zu Webinhalten. Gewinnen Sie mit der 360grad-Praxistour Patienten: Einfach, preiswert und modern – bequem abrufbar mit allen PCs, Smartphones und Tablets, browserunabhängig und von überall. Ideal zur Ergänzung Ihres professionellen Praxisauftritts im Internet!



360grad-Praxistour von „Deutschlands schönster Zahnarztpraxis“ (Priv.-Doz. Dr. Dr. Michael Stiller, Berlin)

Weitere Informationen unter:
www.360grad.oemus.com

OEMUS MEDIA AG
Tel.: 0341 48474-0
www.oemus.com

Weiterhin können Sie die nachfolgenden Facebook-Seminare besuchen (siehe Info Workshop).

info.

Workshop

Mehr Neupatienten mit Facebook – wie Sie mit Social Media Ihren Praxisgewinn steigern

Inhalt

- Aufbau einer Fanpage
- Nutzen für die Praxis
- Hinweise zum Einrichten einer Fanpage
- Welche Inhalte werden wann gepostet?
- Aufbau einer Jahresplanung
- Umgang mit Anfragen, Beiträgen und Kritiken
- Tipps zum Akquirieren von Fans

Termine

- 15. November 2013 in Berlin im Rahmen der „30. Jahrestagung des BDO“
- 29. November 2013 in Essen im Rahmen der „Implantologie im Ruhrgebiet – 3. Essener Implantologietage“
- 6. Dezember 2013 in Baden-Baden im Rahmen der „3. Badischen Implantologietage“

Workshopdauer: 1,5 bis 2 Stunden (je nach Veranstaltung)



Prof. Dr.-Ing.
Thomas Sander
Infos zum Autor



Sander Concept GmbH
Infos zum Unternehmen

kontakt.

Sander Concept GmbH

Auf den Kämpfen 14a
27580 Bremerhaven
Tel.: 0471 8061-000
Fax: 0471 8061-020
E-Mail: sander.thomas@prof-sander.de
www.prof-sander.de

ANZEIGE

Kostenfreier online Bewertungs-Check

Wie wird Ihre Praxis im Internet bewertet?
Jetzt anmelden unter
www.dentichck.de

Aktives Bewertungsmanagement. Gutes Online-Image.

iCare+

Für die perfekte Hygiene

Automatisches Reinigungs-, Desinfektions- und Pflegesystem für dentale Übertragungsinstrumente



VORTEILE

- Autark
(nur Strom- und Druckluftanschluss erforderlich)
- Schnell
- Effizient
- Anwenderfreundlich
- Sicher
- Validiert
- Rückverfolgbar
- Kupplungen für alle Turbinen erhältlich



n.clean
Bakteriostatisch
Fungistatisch
Reinigend



n.cid
Bakterizid
Fungizid
Viruzid

