

Das Geheimnis der erfolgreichen Praxis-Website

| Christina Sander

Wann ist eine Praxis-Website erfolgreich? Wenn sie Patienten davon überzeugt, Ihre Praxis aufzusuchen und sich von Ihnen beraten oder behandeln zu lassen. Doch wie erreicht man dieses Ziel? Was macht die erfolgreiche Website aus? Hier wird der wesentliche Erfolgsfaktor von einer Agentur vorgestellt, die sich seit vielen Jahren zu 100 Prozent auf die Vermarktung von Zahnarztpraxen spezialisiert hat.

Heute werden im Mittel nahezu 40 Prozent aller Neupatienten zum ersten Mal durch das Internet auf die Praxis aufmerksam, in die sie dann gehen. Sie googeln die Praxis. Berechnungen haben ergeben, dass im Umfeld jeder Praxis pro Monat mehr als hundert Patienten einen neuen Zahnarzt suchen – und zwar nur über Google. Da es in diesem Umfeld neben Ihrer natürlich noch viele weitere Praxen gibt, hat sowohl die Qualität als auch die Platzierung Ihrer Website maßgeblichen Einfluss darauf, wie viele dieser suchenden Patienten sich für Ihre Praxis entscheiden.

Hauptsache: authentisch

Bei der Gestaltung der Website ist das oberste Gebot die Authentizität. Gleichzeitig muss erreicht werden, dass der Nutzer neugierig wird, möglichst lange auf der Seite verbleibt und „Lust auf mehr“ bekommt. Die Website muss Ihre Besonderheiten, Ihre – auch persönlichen – Eigenschaften ausdrücken. Um das zu erreichen, ist eine intensive Auseinandersetzung des Gestalters mit Ihnen, Ihrem Team und Ihrer Praxis insgesamt erforderlich. Die besten Ergebnisse werden erreicht, wenn der Gestaltung der Website ein Positionierungsworkshop vorangeht. Die Erfassung Ihrer Individualität ist die Basis für den Erfolg des gesamten Designprozesses. Jeder Zahnarzt sollte genau die Patienten bekommen, die zu ihm passen. Das

ist für beide Seiten die optimale Situation. Ermöglichen Sie potenziellen Patienten mit einer authentischen Website, Sie bereits kennenzulernen, bevor der erste persönliche Kontakt stattfindet. Und sorgen Sie dafür, dass der Patient in der Praxis nicht überrascht wird – positive Überraschungen einmal ausgenommen.

Gratwanderung zwischen Bild und Text

Die Website ist ein visuelles Medium. Die Überzeugung, zu Ihnen zu kommen, wird über Emotionen und damit über Bilder erreicht. Der beste Praxisfotograf sollte daher gerade gut genug sein für die Bilder auf Ihrer Website. Entscheidend ist aber auch hier: Der Fotograf muss vom Webdesigner hinsichtlich der Positionierung informiert und eingestimmt worden sein. Dazu ist sowohl vom Designer als auch vom Fotografen Branchen-Know-how erforderlich. Es ist nicht möglich, die optimale Praxis-Website ohne dieses Fachwissen zu produzieren.

Darüber hinaus ist es aber auch wichtig, Textinformationen zu platzieren. Zum einen hängt das mit dem Werbewirkungsprozess zusammen, nach dem zwar die Aufmerksamkeit über die emotionale Ansprache erreicht wird, natürlich aber auch durch fachliche Beiträge überzeugt werden muss. Der Patient will eben nicht nur zu einem netten, sondern auch zu einem von ihm als

fachlich gut empfundenen Zahnarzt gehen. Zum anderen ist die Suchmaschinenplatzierung – wie oben bereits angesprochen – essenziell. Und für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind Texte wichtig.

Merke: Die schönste Website ist nutzlos, wenn sie nicht gefunden wird.

Achtung: Suchmaschinenoptimierung

SEO ist ein zentrales Thema. Und es ist schwierig und komplex. Dies wird von vielen „Experten“ ausgenutzt, die Ihnen gegen entsprechendes Entgelt eine gute Google-Platzierung verkaufen wollen. Das Thema ist zu umfangreich, um es hier abschließend darstellen zu können, aber grundsätzlich gilt: Je kundenorientierter Ihre Website ist, desto besser ist sie platziert. Für Google steht der Kundennutzen – das ist hier der Nutzen für den Patienten – im Vordergrund. Insofern gehen authentisches, individuelles Design und SEO Hand in Hand.

Selbstverständlich müssen bei der SEO auch technische Aspekte berücksichtigt werden, und die müssen auch bezahlt werden. Aber bitte beachten Sie: Gute Optimierer werben nicht. Deren Kunden müssen froh sein, wenn die für sie arbeiten.



Auswahl des Webdesigners

Wenn Sie sich Referenzen von Webdesignern ansehen, achten Sie darauf, dass diese individuell erstellt wurden und möglichst wenige Ähnlichkeiten aufweisen. Achten Sie auf unterschiedliche Anordnungen der Navigationsleiste, auf verschiedene Farben und Schrifttypen, die Lage der Bilder, das Vorhandensein von Teasern und viele andere Details. Sobald Sie ein „Baukastensystem“ vermuten, wechseln Sie den Anbieter. Bitte werden Sie auch skeptisch, wenn Ihnen alle Referenzen eines Anbieters irgendwie gefallen. Zunächst einmal könnten Sie annehmen, dass Ihnen die für Sie zu erstellende Website auch gefallen wird. Tatsächlich ist aber stark anzuzweifeln, dass sich die Persönlichkeiten aller sich auf den Webseiten präsentierenden Zahnärzte so ähneln, dass diese geschmackliche Übereinstimmung gerechtfertigt wäre. Es ist dann wohl eher davon auszugehen, dass keine Positionierung vorgenommen wurde. Und das ist fatal. Auch im Hinblick auf die SEO, denn Wiederholungen werden von Google abgestraft. Dann könnte es passieren, dass Websites heruntergestuft werden. Ein Kriterium ist also, dass Sie Individualitäten bei der Gestaltung der Websites erkennen und damit auch akzeptieren, dass Ihnen einige Referenzen ausdrücklich nicht gefallen.

Was ist also das Geheimnis?

Zur Entwicklung einer wirksamen Website gehört selbstverständlich viel Er-

fahrung und Know-how. Von größter Wichtigkeit ist dabei die Erfassung der Persönlichkeit des Praxisinhabers und die Positionierung der Praxis – im Interesse des Patienten und damit auch zum Wohle des Praxisinhabers.

Zum Schluss

In einem Artikel kann man keine Beispielwebsites zeigen. Trotzdem ist hier als Appetithäppchen die Website der Praxis Dres. Schmidt in Dörpen als Screenshot abgebildet (Abb. oben). Diese und weitere Beispiele finden Sie auf www.prof-sander.de



Christina Sander
Infos zur Autorin



Sander Concept GmbH
Infos zum Unternehmen

kontakt.

Christina Sander

Geschäftsführerin und Design-Chefin
der Sander Concept GmbH

Sander Concept GmbH

Auf den Kämpfen 14a
27580 Bremerhaven
Tel.: 0471 8061000
info@prof-sander.de
www.prof-sander.de



DYNEXAN PROAKTIV® 0,2% CHX

DIE Chlorhexidin-Lösung!

- ✓ Ihre alkoholfreie Chlorhexidin-Lösung zur Spülung vor und nach Behandlungen
- ✓ Ihr zugelassenes Arzneimittel mit CHX für den Prophylaxeshop*
- ✓ Ihre Verwendungsempfehlung zur sicheren Nachsorge

* Krüger, Die Abgabe von Arzneimitteln durch Zahnärzte, ZM 100, Nr. 20a, 16.10.2010, 114-117.



DYNEXAN® – die Helden der Mundgesundheit

DYNEXAN PROAKTIV® 0,2% CHX. Zus.: 100 g enth.: Wirkstoff: Chlorhexidinbis (D-gluconat) 0,2 g; weil. Bestandteile: Glycerol, Macrogolglycerolhydroxystearat (Ph. Eur.), Minzöl, Pfefferminzöl, ger. Wasser. Anw.: **Vorübergehend zur Verminderung von Bakt. in d. Mundhöhle, als unterstützende Beh. zur mechan. Reinigung, bei bakt. bed. Entzünd. d. Zahnfl. u. der Mundschleimhaut sowie nach chirurg. Eingriffen am Zahnhalteapparat. Bei eingeschr. Mundhygienefähigkeit.** Gegenanz.: Nicht anw. bei Überempfindlichk. gegen Chlorhexidin od. einen der sonst. Bestand., bei schlecht durchblutetem Gewebe in der Mundhöhle, am Trommelfell, am Auge und in der Augenumg., bei offenen Wunden u. Geschwüren in der Mundhöhle (Ulzerationen), bei Pat. mit Bronchialasthma od. and. Atemwegserkrank., die mit einer ausgepr. Überempfindlichk. der Atemwege einhergehen. Die Inhalation von Menthol kann zu Atemnot führen od. einen Asthmaanfall auslösen. Bei Sgl. u. Kleinkind. < 2 J. (aufgr. altersbed. mangelnd. Kontrollfähigkeit, d. Schluckreflexes u. Gefahr eines Kehlkopfkrampfes). Nebenw.: Selten: kurzzeit. Beeintr. d. Geschmacksempf., vorübergeh. Taubheitsgefühl der Zunge u. vorübergeh. Verfärb. von Zunge sowie Zähnen u. Restaurationen. In Einzelf.: Überempfindlichk. gegen Bestand. von DYNEXAN PROAKTIV® 0,2% CHX; vorübergeh. oberflächl., nicht blutende Abschilferungen der Mundschleimhaut. Ständ. Gebr. von DYNEXAN PROAKTIV® 0,2% CHX ohne mechan. Reinigung kann Blutungen des Zahnfleisches fördern. Enthält Macrogolglycerolhydroxystearat u. Menthol. Stand: Januar 2013. Chem. Fabrik Kreussler & Co. GmbH, D-65203 Wiesbaden.