

# Das Geheimnis der erfolgreichen Praxis-Website

Wenn Patienten davon überzeugt sind, Ihre Praxis aufzusuchen und sich von Ihnen beraten oder behandeln zu lassen – dann ist Ihre Praxis-Website erfolgreich. Doch wie erreicht man dieses Ziel? Von Christina Sander, Bremerhaven, Deutschland.

■ Heute werden im Mittel nahezu 40 Prozent aller Neupatienten zum ersten Mal durch das Internet auf die Praxis aufmerksam, in die sie dann gehen. Berechnungen haben ergeben, dass im Umfeld jeder Praxis pro Monat mehr als hundert Patienten einen neuen Zahnarzt suchen – und zwar nur über Google. Insofern 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



Ein Beispiel: Website der Praxis Dres. Schmidt in Dörpen.

persönlichen – Eigenschaften ausdrücken. Um das zu erreichen, ist eine intensive Auseinandersetzung des Gestalters mit Ihnen, Ihrem Team und

Ihrer Praxis insgesamt erforderlich. Die Erfassung Ihrer Individualität ist die Basis für den Erfolg des gesamten Designprozesses.

Jeder Zahnarzt sollte genau die Patienten bekommen, die zu ihm passen. Ermöglichen Sie potenziellen Patienten mit einer authentischen Website, Sie bereits kennenzulernen, bevor der erste persönliche Kontakt stattfindet.

## 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. Entscheidend ist auch hier: Der Fotograf muss vom Webdesigner hinsichtlich der Positionierung informiert und eingestellt worden sein. Dazu ist sowohl vom Designer als auch vom Fotografen Branchen-Know-how erforderlich.

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 nicht nur zu

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,



einem netten, sondern auch zu einem von ihm als fachlich gut empfundenen Zahnarzt gehen. Zum anderen ist die Suchmaschinenplatzierung essenziell. Und für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind Texte wichtig.

## 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.

## 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

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 Erfahrung 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. ◀



**Christina Sander**  
Geschäftsführerin und Design-Chefin

**Sander Concept GmbH**  
Auf den Kämpfen 14a  
27580 Bremerhaven  
Deutschland  
Tel.: +49 471 8061000  
www.prof-sander.de

ANZEIGE

INTRODUCING

## DIGITAL DENTISTRY SHOW

AT  
INTERNATIONAL EXPODENTAL MILAN

16

17

18

OCTOBER 2014

EXHIBITION  
LIVE PRODUCT PRESENTATIONS  
HANDS-ON WORKSHOPS  
PRINTED REFERENCE GUIDE  
COFFEE WITH THE EXPERTS

www.DigitalDentistryShow.com