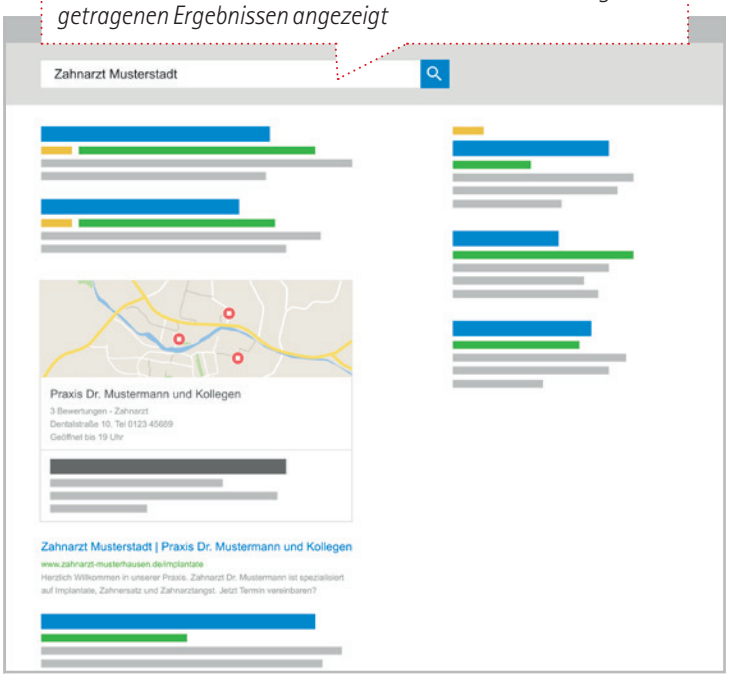
Beratung bei Dr. Google: Der Weg zu mehr Neupatienten

Autoren: Sabine Nemec, Achim Wagner

In Deutschland steigt die Zahl der Patienten, die zuerst Dr. Google konsultieren, bevor sie in eine Praxis gehen, stetig an. Mehr als 70 Prozent suchen heute im Internet nach einem geeigneten Mediziner oder nehmen zumindest dort den ersten Kontakt mit ihm auf. Für Praxen wiederum ist die eigene Internetpräsenz gerade bei der Akquise von Neupatienten ein entscheidender Erfolgsfaktor. Was zeigen Suchmaschinen wie Google über einen Fachmediziner an, und welches Bild hinterlässt er bei seinen Patienten im Internet? Machen Sie jetzt den Test und finden heraus, ob Sie im Internet sichtbar sind und was genau sich zu Ihnen finden lässt.

Sicher kennen Sie diese Situation: Sie fragen bei Ihren Freunden und Bekannten nach einer Empfehlung für einen guten Handwerker oder Shop am Ort und bekommen dabei immer wieder dieselben Adressen zu hören. Genauso funktioniert das Internet: Auch Google zeigt Ihren potenziellen Patienten die populärsten Ergebnisse auf den ersten Seiten – und die Wahrscheinlichkeit, dass gerade Sie geklickt werden, steigt mit zunehmendem Ranking Ihrer Suchmaschinenergebnisse.

Situation: Bei lokalen Suchen wird die Liste mit bei Google eingetragenen Ergebnissen angezeigt



1. Test: „Zahnarzt + Ort" – Bin ich sichtbar?

Möchten auch Sie wissen, ob Sie im Internet an Ihrem Standort gefunden werden? Dann geben Sie „Zahnarzt + Ort" in die Suchmaske Ihres Browsers ein. Denn genauso suchen auch Ihre Patienten:

Branchenportale

Bei Google werden zunächst die kommerziellen Google AdWords-Anzeigen on top gelistet sowie im Seitenbereich – darunter die Branchenportale mit Ihren Berufskollegen am Standort. Diese Suche führt in der Regel nicht zu einem eindeutigen Suchergebnis Ihrer Praxis, sondern schließt Sie in eine größere Gruppe mit ein.

Google Maps

Eine Ausnahme sind die Brancheneinträge bei Google selbst. Durch ein qualifiziertes Google-Profil kann in der lokalen Google-Suche ein eigener Eintrag mit Ihrem Praxisnamen generiert werden.

Eigene Praxiswebsite

Wenn Sie bereits über eine Praxishomepage verfügen, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass Sie im vorderen Google-Ranking mitspielen. Beachten Sie dabei aber Folgendes:

- Ihr Standort verfügt über eine hohe Wettbewerbsdichte – in diesem Fall sollten Sie Ihre Istsituation im Internet genau analysieren und weitere Maßnahmen zur Steigerung Ihrer Sichtbarkeit in Erwägung ziehen.
- Sie möchten über Ihren Standort hinaus, beispielsweise in einem bestimmten Umkreis von bis zu

50 Kilometern, gefunden werden. Auch hier bedarf es zusätzlicher Onlinemarketing-Maßnahmen.
- Sie werden zwar unter den Suchbegriffen „Zahnarzt + Ort" gefunden, möchten aber Ihre Position bei Google weiter verbessern oder zusätzlich zu spezifischen Leistungsschwerpunkten wie „Implantologie" gefunden werden.

Je komplexer Ihre Ziele beim Praxismarketing sind, desto wichtiger ist ein „Feintuning" beim Onlinemarketing, basierend auf einer realistischen Einschätzung der Praxis und ihrer Ausrichtung.
Eine solche umfassende Analyse, wie sie entsprechende Marketingunternehmen anbieten, sollte beim Status quo Ihrer Internetpräsenz ansetzen und in einen individuellen Handlungsplan zur Steigerung Ihrer Sichtbarkeit und der Neukunden, die sich bald in Ihrer Praxis einfinden sollen, übergehen.

2. Test: „Ego-Googeln" – Wie komme ich im Internet an?

Das Internet ist ein aktuelles Medium, das nichts vergisst. Um rechtzeitig und angemessen reagieren zu können, lohnt es sich deshalb, regelmäßig zu kontrollieren, was über Sie „wo" und vor allem „wie" kommuniziert wird. Mit der steigenden Anzahl von Neupatienten aus dem Internet wird das Reputationsmanagement im Internet auch für Mediziner immer wichtiger. Deshalb kann es neben der eigenen Sichtbarkeit im Internet entscheidend sein, in Erfahrung zu bringen, was Patienten, die bereits bei Ihnen in Behandlung sind, über Sie aussagen. Bekannte Arztbewertungsportale wie jameda, aber auch Soziale Medien wie Facebook und Google+ sind dabei populäre Plattformen.
Sie möchten wissen, was man im Internet über Sie spricht? Machen Sie den Test „Ego-Googeln" und geben Sie „Ihren Namen + Zahnarzt + Ort" ein.

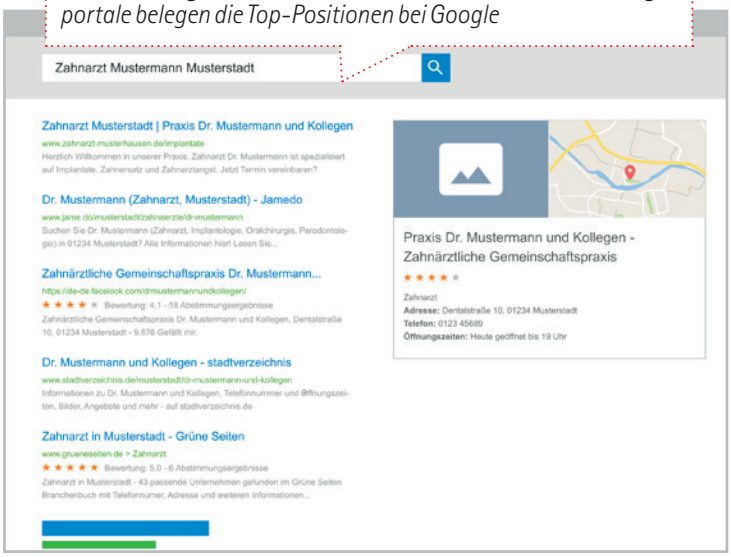
Branchenportale und Google Maps

Gepflegte Branchenbucheinträge sprechen für Ihre Seriosität und sind bei der namensbezogenen Suche wichtig für Ihre Auffindbarkeit. In der Regel werden die Telefonbucheinträge einer Praxis automatisch im Internet veröffentlicht. Eine spätere Aktualisierung der Praxisadresse oder des Namens bleibt meist unberücksichtigt. Die regelmäßige Kontrolle und Pflege Ihrer Branchenbucheinträge ist deshalb sehr zu empfehlen – gerade bei expandierenden Praxen und Praxisübernahmen.

Bewertungsportale

Auf Bewertungsportalen wie jameda können Ihre Patienten Urteile über Sie als Behandler abgeben. Im Zusammenhang mit dem Reputationsmanagement einer Praxis ist es durchaus lohnenswert, möglichst viele Patientenbewertungen zu sammeln und so den Ruf einer Praxis gezielt zu steuern.

Situation: Allgemeine Branchenverzeichnisse und Bewertungsportale belegen die Top-Positionen bei Google



Kostenloser Download

Google Potenzialanalyse
Mit unseren Google Tests haben Sie einen kleinen Einblick erhalten, wie Patienten im Internet suchen und worauf es ankommt, um im Internet zu bestehen. Darüber hinaus gibt es noch weitere Faktoren, die Ihnen bei der realistischen Einschätzung Ihrer Ist-situation helfen können. Sie möchten mehr zur lokalen Suchmaschinenoptimierung erfahren?
Holen Sie sich jetzt auf www.conamed.de/potenzialanalyse eine kostenlose Potenzialanalyse! Gerne stehen wir Ihnen unter zwp@conamed.de bei weiteren Fragen zur Verfügung.

Social Media Portale

Auch öffentliche Nutzerprofile im Web 2.0 – allen voran Facebook – erzeugen bei Google eigene Suchmaschineneinträge. Deshalb ist es wichtig, dass Sie bestehende Social Media-Profile nicht verwaisen lassen, sondern darüber regelmäßig mit Ihren Patienten in Kontakt bleiben.
Denken Sie daran: Auch bei Facebook sind seit Kurzem Patientenbewertungen möglich. Schon allein deshalb lohnt es sich, diese regelmäßig zu kontrollieren._

Kontakt

NEMEC + TEAM – Healthcare Communication
Agentur für Marke, Marketing und
Werbung im Gesundheitsmarkt
Oberdorfstraße 47, 63505 Langenselbold
Tel.: 06184 901056
www.snhc.de

Sabine Nemec
Infos zur Autorin

Achim Wagner
Infos zum Autor