Business-Tipp: So optimieren Sie Ihr Onlinemarketing

Autor: Christoph Sander

In unserer heutigen voll vernetzten und digitalisierten Welt scheint die erste Wahl eines Patienten, der sich auf der Suche nach einem neuen Zahnarzt befindet, die Befragung Googles. Eine gut ausgestattete und auch optimierte Website ist damit zu einem unerlässlichen Werkzeug des Praxismarketings geworden. Christoph Sander, Experte auf dem Gebiet des SEO-Marketings, gibt wertvolle Tipps zur Verbesserung des Onlinemarketings.

Unsere 15-jährige Erfahrung bei der Betreuung von vielen Hundert Zahnarztpraxen in Deutschland wird durch neueste wissenschaftliche Untersuchungen belegt: Das Onlinemarketing wird zunehmend wichtiger. Zwar ist das Empfehlungsmarketing immer noch von wesentlicher Bedeutung, gerade bei marketingaktiven Praxen werden teilweise jedoch schon mehr Patienten über das Internet gewonnen als über alle anderen Kanäle zusammen. Im Zusammenhang mit der aktuellen Entwicklung des Konzentrationsprozesses (die Praxen werden immer weniger und größer) macht sich das auch im Wettbewerb bei den „kleinen" Praxen bemerkbar: Das Bemühen um Neupatienten wird mehr und mehr mit Ellenbogen ausgetragen.

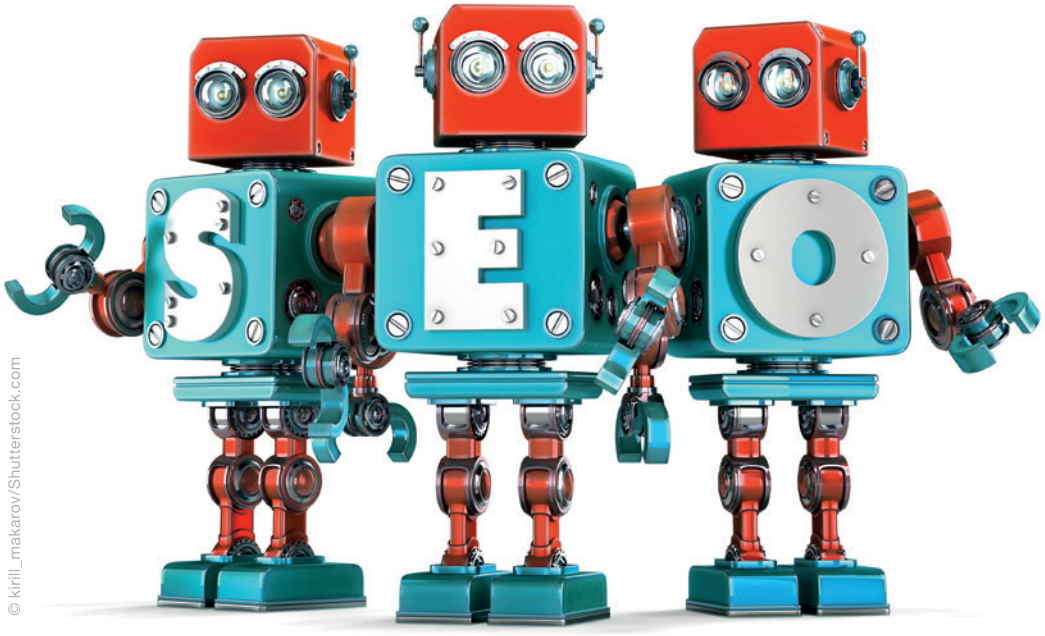
Warum ist das Onlinemarketing so wichtig?

Eine zahnärztliche Dienstleistung wird von den meisten Menschen ca. 1,5-mal im Jahr in Anspruch genommen. Dabei bleiben die meisten Patienten ihrer Praxis treu. Doch zehn Prozent wechseln, und das ist bei der häufigen Inanspruchnahme viel. Im Umfeld jeder Praxis suchen im Mittel monatlich mehrere Hundert Patienten einen neuen Zahnarzt, und davon 50 bis 200 nur über Google. Eine Praxis, die keine, eine schlecht gemachte oder eine schlecht bei Google platzierte Website hat, bekommt davon nicht einen einzigen ab. Je höher der Spezialisierungsgrad, desto bedeutsamer wird das. In der Ästhetischen Gesichtschirurgie geht ohne Webmarketing bereits nichts mehr – die Zeiten der Printwerbung sind dort schon längst vorbei.

Was muss beim Onlinemarketing beachtet werden?

Vorrangig ist, dass die Patienten Sie über die Suchmaschine Google sofort finden können. Googeln Sie bitte einmal Ihren Namen und dann den Stadt-

© kirill_makarov/Shutterstock.com



© kirill_makarov/Shutterstock.com

namen und/oder den Begriff Zahnarzt. Idealerweise haben Sie eine eigene Website, die dann sofort erscheint. Oder, wenn nicht, sind Sie eventuell trotzdem zu finden, weil Sie z.B. in einem Verzeichnis gelistet sind, das angezeigt wird. So kann der Patient, der Sie gezielt sucht, Sie auch gut finden.
Wenn – wie das eben vielfach passiert – ein Patient nur „irgendeinen" neuen Zahnarzt sucht, wird er „Zahnarzt" eingeben (bzw. Implantate oder Ähnliches). Dann sollte Ihre Website ganz oben stehen, denn die Suchenden schauen sich nur die erste Google-Seite an. Und auf der sind mehrere Websites von Praxen zu finden.
Wie das gelingt, ist eine Frage der Websiteprogrammierung (On-Page) und des Bearbeitens des Internets mit dem Herstellen von Bezügen zu Ihrer Website (Off-Page). Dieser hoch professionelle Prozess wird Suchmaschinenoptimierung (SEO) genannt. Dazu sind umfangreiche Erfahrungen die Voraussetzung, weil sich die Google-Ansprüche ständig im Fluss befinden.
Sander Concept hat sich auf das SEO von zahnärztlichen Websites spezialisiert.

Wie sieht der wirksame Webauftritt aus?

Der ideale Webauftritt wird getragen von den Fotos des Teams und der Praxis. Nach all unseren Untersuchungen und Erfahrungen – insbesondere bei den vielen von Sander Concept erstellten zahnärztlichen Websites – ist das das Wichtigste. Die Bilder sollten in ein ansprechendes Design eingebunden sein. Die Menge an Text sollte einerseits minimiert werden, weil viel Text für viele Patienten eher störend ist, andererseits ist der Textumfang SEO-relevant. Auch hier muss mit viel Erfahrung das richtige Maß gefunden werden, bei dem sich möglichst viele Patienten für einen Besuch Ihrer Praxis entscheiden. Die Website ist auch die „Visitenkarte" der Praxis. Bedenken Sie bitte, dass sich der Patient nicht aufgrund Ihrer Behandlungsqualität für oder gegen Sie entscheidet, weil er diese gar nicht beurteilen kann. Er beurteilt Sie nach den emotionalen Eindrücken, die er bekommt. Und diese Emotion sollte er schon haben, wenn er Sie das erste Mal im Internet findet. Ansonsten landet er in einer anderen Praxis, die ihm genau dieses Gefühl vermittelt.

Fazit

Neben einer zu Ihnen passenden Website ist die Suchmaschinenoptimierung essenziell. Ihre Website nützt Ihnen umso mehr, je höher diese im Ranking platziert ist. Wir halten heute das Bemühen um ein gutes Ranking zusammen mit einem guten Bewertungsmanagement für wichtiger als jedes andere Werbemedium im Hinblick auf den Praxiserfolg._

Kontakt

Christoph Sander
Sander Concept GmbH
Auf den Kämpen 14a
27580 Bremerhaven
Tel.: 0471 8061000
sander.christoph@
sander-concept.de
www.sander-concept.de

Infos zum Autor

Infos zum Unternehmen