

Nadja Alin Jung

Schon mal an Re-Design Ihres Praxismarketings gedacht?

PRAXISMANAGEMENT Das Praxismarketing ist heute mehr denn je entscheidend dafür, die Aufmerksamkeit der Patienten zu gewinnen und aufrechtzuerhalten. Dazu gehört es, Wiedererkennung zu schaffen und die Praxis sichtbar zu machen. Besonders bei etablierten Praxen besteht die kontinuierliche Herausforderung darin, dauerhaft spannend für den Patienten zu sein. Wie ein punktuell Facelift dazu beitragen kann, langfristig Patienten anzusprechen und so den Wert der Praxis zu sichern, zeigt dieser Beitrag am Beispiel des O.P.I. Zentrums für Zahnmedizin & Chirurgie in Darmstadt.

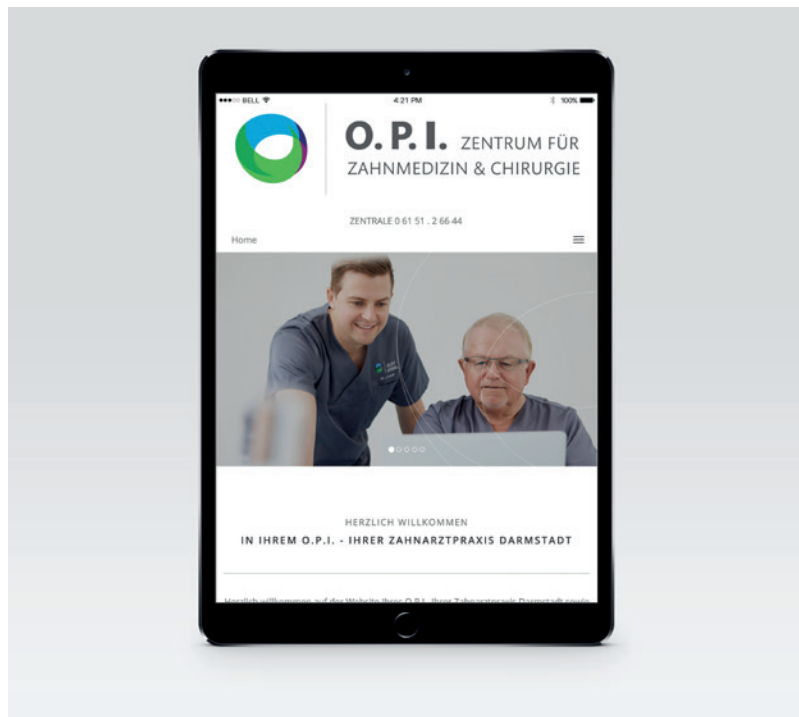


bereits in zweiter Generation geführt. Ein Team von acht spezialisierten Ärzten und Zahnärzten und rund 30 zahnmedizinische Mitarbeiter kümmern sich um das Wohl der Patienten. Das gesamte Leistungsspektrum ist dabei umfassend auf die Patientenbedürfnisse abgestimmt und deckt diese ganzheitlich ab. Strukturell unterteilt sich das Zentrum in die drei Kompetenzbereiche Chirurgie, reguläre Zahnmedizin und Prophylaxe. Von Jung bis Alt profitieren dabei alle Patienten von reduzierten Wegen sowie effizienten Behandlungen aus einer Hand. Dieses umfassende Praxiskonzept, den stattfindenden Generationenwechsel und die klare Abgrenzung der drei Leistungsbereiche galt es, für die Patienten sichtbar zu machen, um die jeweiligen Zielgruppen optimal zu erreichen. Eine weitere Zielsetzung war es, ein der Praxisgröße angemessenes Marketingkonzept zu entwickeln und zu verwirklichen.

Ein gutes Praxismarketing lebt von Kreativität, Struktur und Konzept. Entscheidend für den dauerhaften Marketing-erfolg bei einer etablierten Praxis ist dabei besonders die Kontinuität. Um eine spezifischere Außendarstellung und Wahrnehmung der ganzheitlichen Kompetenz zu erhalten, entschieden sich Prof. Dr. Dr. Dr. Christian Foitzik und Dr. Jan Foitzik deshalb für ein Facelift des Bestandsmarketings ihres Zentrums.

Bewährtes neu gedacht

Seit mehr als 35 Jahren steht das O.P.I. in Darmstadt für eine hoch qualitative Versorgung im Mund-, Zahn-, Kiefer- und Gesichtsbereich und wird



Da das Zentrum bereits auf ein lang-jähriges Bestehen und eine dementsprechende Etablierung zurückblickt, die auch für das zukünftige Praxis-marketing genutzt werden sollte, wurde in einem ersten Schritt das Bestands-marketing optimiert, indem die Schärfung der Positionierung mit den drei Kompetenzbereichen Chirurgie, Zahn-medizin und Prophylaxe klar im Vor-dergrund stand. Zu diesem Zweck erhielt das O.P.I. eine völlig neu konzipierte Website, die die drei Bereiche jeweils separat vorstellt und dabei gleichzeitig die Größe sowie Expertise verdeutlicht.

Emotionalität beim Außenauftritt

Um Patienten langfristig an die Praxis zu binden, ist es entscheidend, schon über den Onlineauftritt Emotionalität zu transportieren. Um dies zu erreichen, entschieden sich die Dres. Foitzik für ein professionelles Praxisfotoshooting, so dass der Faktor Mensch noch stärker durch Bildsprache sichtbar wird. Wurde



ANZEIGE

* Siehe Fachinformation Ultracain® ohne Adrenalin

Ich vertraue auf meine Hände und auf Qualität.

Als Zahnärztin setze ich auf Maßarbeit. Ich bin erst zufrieden, wenn ich jedem meiner Patienten die optimale Lösung bieten kann. Dabei verlasse ich mich auf mein Können und die Unterstützung durch Ultracain® aus dem medizinischen Therapieportfolio von Sanofi Dental.

- Das medizinische Therapieportfolio für evidenzbasierte Behandlungen
- Individuelle Lokalanästhetika – auch ohne Adrenalin für Risikopatienten*
- Sanofi Dental – wissenschaftliche Expertise seit mehr als 40 Jahren

 dental.sanofi.de
hands-on pharma



SANOFI 

Ultracain® D-S. Ultracain® D-S forte. **Ultracain® D** ohne Adrenalin. **Wirkst.:** Articaïn-HCl, Adrenalin-HCl. **Zusammens.:** D-S u. U. D-S forte: 1 ml Inj.-Lsg. enth.: *Arzneil. wirks. Bestandt.* 40 mg Articaïn-HCl, 6/12 µg Epinephrin-HCl. *Sonst. Bestandt.:* NaCl, Wasser f. Inj.-zw. **Ultracain D oh. Adrenalin** zus.: Na-hydroxid, Salzsäure 10% z. pH-Einst. **D-S/D-S forte zusätzl.:** Na-metabisulfit. D-S Amp. 1,7 ml zus.: NaOH, Salzsäure 10% z. pH-Einst. **Zuber. l. Mehrfachentn.-fl. zus.:** Methyl-4-hydroxybenzoat, NaOH, Salzsäure 10% z. pH-Einst. **Anw.-geb.:** D-ohne Infiltrations- u. Leitungsanästhesie i. d. Zahnheilkunde. Eignet sich vor allem für kurze Eingriffe an Pat., d. aufgrund bestimmter Erkrank. (z. B. Herz-Kreislauf-Erkr. od. Allergie geg. d. Hilfsst. Sulfit) kein Adrenalin erhalten dürfen sowie z. Injekt. kleiner Volumina (Anwendung i. d. Frontzahnregion, im Ber. d. Gaumens). **D-S:** Lokalanästh. bei Routineeingr. d. Zahnheilk. **D-S forte:** Lokalanästh. b.: Schleimhaut- u. knochenchirurg. Eingr., pulpenchirurg. Eingr., Osteotomie, läng. dau. chirurg. Eingr., perkut. Osteosynth., Zystektomie, mukogingivale Eingr., Wurzelsp.-resekt. **Gegenanz.:** Überempf. ggü Articaïn u. and. Lokalanästh. v. Säureamidtyp od. e. d. sonst. Bestandt. Ultracain. oh. Adrenalin nicht geeignet f. länger dauernde od. größ. zahnärztl. chirurg. Schw. Störg d. Reizbildgs- od. Reizleitgsyst. am Herzen, akut dekompens. Herzinsuff., schw. Hypotonie. **U. D-S u. U. D-S forte zusätzl.:** Allergie oder Überempfindlichkeit gegen Sulfit. Wg. Epinephringeh.: Engwinkelglaukom, SD-überfkt, paroxysm. Tachykardie, Myokardinfarkt innerh. d. letzten 3-6 Mo., Koronararterien-Bypass innerh. d. letzten 3 Mo., gleichz. Einn. v. nicht-kardioselekt. Betablockern, Phäochromozytom, schw. Hypertonie, gleichz. Einn. v. trizykl. Antidepr. od. MAO-Hemmern (bis 14 Tage nach Ende der MAO-Behandlung), Anästh. i. Endstrombereich. Intravenöse/intravasale Inj. ist kontraindiz. **Zusätzl. f. Mehrf.-entn.-fl.:** Parabenallergie. **Warnhinw. u. Vorsichtsmaßn.:** Eingr. b. Pat. m. Cholinesterasemangel verläng./verstärkte Wirkg mögl. Von Inj. i. entzünd./infiz. Geb. wird abgeraten. Enth. Natrium (<1mmol/23 mg). Besond. Vors. b. Störg. d. Blutgerinnung, schw. Nieren- od. Leberfkt-störung, gleichz. Behandl. m. halogenierten Inhalationsanästhetika, anamnest. bek. Epilepsie, kardiovask. Erkr., Angina pect., Arteriosklerose, zerebr. DBS, Schlaganfall in Anamnese, chron. Bronchitis, Lungenemphysem, Diab. mell, schw. Angststörg. Dos. so niedrig wie mögl. halten. Injekt. sorgf. i. 2 Ebenen aspirieren, um intravasale Injekt. z. vermeiden. Solange keine Nahrung aufnehmen, bis Wirkung abgeklungen ist. Betreuer kl. Kdr. auf Risiko v. Weichteilverletzung durch Selbstbiss hinweisen! Additive Wirkg. am kardiovask. System u. ZNS bei Komb. verschiedener Lokalanästhetika. Reaktionsvermögen! **Schwangersch. u. Stillz.:** Nur nach streng. Nutzen/Risiko-Abwäg. Ggf. D-S ggü D-S forte bevorzugen. **Nebenw.:** *Immunst.:* Unverträgl. keits-reakt. (ödemat. Schwellg./Entzündg d. Inj.-st., Rötg., Juckreiz, Konjunktivitis, Rhinitis, Gesichtsschwellg, Angio-, Glottisödem m. Globusgef. u. Schluckbeschw., Urtikaria, Atembeschw. bis anaphylakt. Schock. *Nerven:* Dosisabh. ZNS-Störg w. Unruhe, Nervosität, Benommenh., Koma, Atemstörung (bis -stillstand), Msklzittern u. -zucken (bis generalis. Krämpfe), Schwindel, Parästhesie, Hypästhesie, vorüberg. Sehstörg, U. D-S u. U. D-S forte zusätzl.; Kopfschm. *Herz u. Gefäße:* Blutdruckabfall, Bradykardie, Herzversagen, Schock (u. U. lebensbedrohli.), sehr selten Tachykardie, Herzrhythmusstörg, Blutdruckanstieg. *GI:* Übelk., Erbrechen. **Zusätzl. U. D-S u. U. D-S forte:** *Allg. Erkr.:* sehr selten: b. versehntl. intravas. Inj. ischämische Zonen i. Inj.-ber. bis z. Nekrose. Aufgr. d. Sulfitgeh. b. Asthmatik, sehr selten Überempf.-reakt. m. Erbrechen, Durchf., keuch. Atmng. ak. Asthmaanfall, Bewusstseinsstörg, Schock. Überempf.-reakt. auf Methyl-4-hydroxybenzoat (auch Spätreakt.), selten Bronchospasmen. **Verschreibungspflichtig.** **Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**, 65296 Frankfurt am Main. Mitvertrieb: **Aventis Pharma Deutschland GmbH**, 65926 Frankfurt am Main. **Stand:** Ultracain D-S/D-S forte: Juli 2015. Ultracain D ohne Adrenalin: April 2017 (SADE.AREP.17.06.1653) SADE.AREP.18.01.0339



auf der alten Website zwar bereits mit einem Grundbestand an eigenen Bildern gearbeitet, stand für die Praxisinhaber fest, dass es beim Facelift eine größere Bandbreite individueller und persönlicher Bilder sein sollte. Schließlich ist die Qualität und Aussagekraft der Bilder entscheidend für den ersten Eindruck, den der potenzielle Neupatient von der Praxis gewinnt. Denn der Patient informiert sich heute schon vor seinem ersten Praxisbesuch umfassend digital. Je besser er sich beim Ansehen der Bilder vorstellen kann, sich selbst genau in dieser Situation in der Praxis zu befinden, desto authentischer wirkt die Praxis. Es gilt, Sympathie entstehen zu lassen – und dies noch vor dem persönlichen Kennenlernen.

Als Resultat ist eine Praxiswebsite – www.opi-darmstadt.de – entstanden, die gleichermaßen optisch wie funktional überzeugt. Sie schafft Wiedererkennung und transportiert dabei die Persönlichkeit des Zentrums. Das Praxiskonzept wird eindeutig erklärt und der Patient kann sofort erfassen, dass er sich mit seinem Anliegen in den besten Händen befindet. Die Synergien werden direkt deutlich und alle damit verbundenen Mehrwerte. Nicht zuletzt wird der Nutzer durch eine ansprechende und durchdachte Bildsprache auch emotional erreicht.

Positionierung im Vordergrund

Für die Zukunft soll die chirurgische Kompetenz des O.P.I. weiter heraus-

gestellt werden. Ein Ausbau der Website und Außendarstellung in Richtung Spezialisierung ist daher in Planung. So soll beispielsweise dem chirurgischen Thema „Feste Zähne an einem Tag“ eine eigene Informationsplattform geschaffen werden.

Eine Ausgliederung von Spezialthemen aus der breiten Masse der zahnmedizinischen Themen hilft, sich klar mit seinen Spezialisierungen zu positionieren und für den Patienten als *Spezialistenzentrum* erkennbar zu sein. Denkbar sind in einem solchen Rahmen chirurgische Themen, Themen rund um den Zahnerhalt oder aber auch Spezialthemen wie CMD oder Kinderzahnheilkunde.

Bei der Darstellung von Spezialisierungen beispielsweise auf einer eigenen, dafür vorgesehenen Website geht es darum, den „allgemeinen Teil“ der Zahnmedizin auszublenden und nur das Spezialistentum in den Vordergrund zu stellen. So können sich Patienten mit entsprechendem Therapiewunsch ganz konkret über das für sie relevante Thema informieren. Der Patient wird hier in seiner individuellen Situation abgeholt und bekommt mehr Sicherheit vermittelt, da er sich so bei Spezialisten weiß. Folglich kann der Ausbau einer Mikroseite immer dazu dienen, die eigene Positionierung in den Fokus zu rücken.

Strategische Ausgangspunkte für ein Re-Design

- Eindeutige Positionierung/Profilschärfung
- Bekanntheit steigern/die Praxis als Marke etablieren
- Differenzierung von Kollegen
- Neupatientengewinnung
- Bestandspatientenbindung
- Grundsätzliche Steigerung der Auslastung
- Umsatzsteigerung
- Hervorhebung spezieller Leistungen/Alleinstellungsmerkmale nutzen
- Expansionswunsch: räumliches/personelles Wachstum vorbereiten
- Überweisernetzwerk aufbauen/erweitern
- Praxis wirtschaftlich bestmöglich aufstellen

INFORMATION

**m2c | medical
concepts & consulting**
Mainzer Landstraße 164
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 069 46093720
info@m-2c.de
www.m-2c.de



Infos zur Autorin

I AM POWERFULLY RESPONSIVE

PIEZOTOME CUBE

Leistungsstarke, dynamische Reaktionsfähigkeit für eine überlegene Knochenchirurgie



- Schnelle Reaktionsfähigkeit für maximale Effizienz und Sicherheit (DPSTI*-Technologie)
- Mehr Leistung als je zuvor mit der erweiterten CUBE LED-Handstück-konfiguration mit sechs Keramikringen
- Erweitern Sie Ihr Spektrum mit exklusiven Spitzen und Ansätzen – für immer mehr klinische Indikationen
- Verbessern Sie die Akzeptanz Ihrer Patienten mit überlegenen Heilungsergebnissen

* Dynamic Power System Inside

DPSTI Dynamic
Power
System
Inside