

Suchmaschinenoptimierung: Mehr Neupatienten via Google

Christoph Sander

Den meisten Zahnärzten ist klar, welche Bedeutung die Website für den wirtschaftlichen Erfolg ihrer Praxis hat. Mehr als die Hälfte der potenziellen Patienten googelt ihren neuen Zahnarzt, viele wählen die Homepage direkt an, manche kommen über ein Arztbewertungsportal. Einzelne Zahnärzte berichten, dass 80 Prozent ihrer Neupatienten über Google kommen. Das ist für jeden Zahnarzt von essenzieller Bedeutung, nicht nur für Implantologen. In diesem Beitrag wird gezeigt, wie man die Praxiswebsite ganz oben bei Google platziert.



arzt“, gegebenenfalls ergänzt durch den Zusatz „Frankfurt“ oder eines Stadtteils. Es kann auch sein, dass der Standort von Google erkannt wird, dann bietet Google dem Nutzer die Zahnarztwebsites aus Frankfurt an, ohne dass das eingegeben werden muss. In den Abbildungen 1a und 1b sind die Ergebnisse von Google Seite eins vom 5.4.2018 dargestellt.

Ganz oben stehen bezahlte Anzeigen von Google, die sogenannten AdWords. Diese günstigen Positionen kann man entgeltlich erwerben. Darunter finden sich unbezahlte Karteneinträge, die Google nach eigenem Ermessen und in zeitlich hoher Fluktuation wertvollen Websites zuordnet.

In Abbildung 1b ist die untere Hälfte der Google-Seite eins dargestellt. Es handelt sich um den „organischen“ Teil. Das sind die Suchergebnisse, von denen Google meint, dass sie für den Nutzer am relevantesten sind. Denn das ist das Geschäftsmodell von Google: Jedem Google-Nutzer auf der Erde bei Eingabe von bestimmten Keywords die Websites anzuzeigen, die ihm am besten helfen. Wenn Google das gelingt – und das ist der Fall – googeln eben viele Menschen, und Google kann wegen der hohen Nutzerzahl viele AdWords teuer verkaufen. Das macht den Erfolg von Google aus.

Im Umfeld jeder Praxis suchen in jedem Monat mehrere Hundert Menschen einen neuen Zahnarzt. Dabei ist die Zahl der um diese Patienten werbenden Zahnärzte hoch, denn es gibt – zumindest in Wettbewerbsgebieten – viele konkurrierende Praxen. Das sie einigende Ziel: Ganz oben bei Google sein! Denn jeder weiß, dass die erste Google-Seite für die Kundenentscheidung maßgeblich ist. Doch wie viele Webseitenlinks passen denn auf die erste Google-Seite?

Google Seite eins

Wir haben untersucht, welche Keywords zur Zahnarzt-suche genutzt werden. Außerdem verfügt Sander Concept als Google-Experte über die notwendigen Tools, entsprechende Analysen durchzuführen. Ein typischer Patient in Frankfurt am Main wählt das Keyword „Zahn-

Ganz oben steht hier ein Arztbewertungsportal. Viele Patienten werden gleich draufklicken, Sie sollten also in diesem Portal vertreten sein (aber das ist ein anderes Thema für einen weiteren Beitrag). Darunter stehen unter anderem ganz „normale“ Zahnarztwebsites, zu denen Ihre Praxis auch gehören sollte. Doch wie kommt es nun, dass genau diese Links ganz oben sind?

Zauberwort SEO: Suchmaschinenoptimierung

Google bewertet also – automatisiert mit mehreren Hundert Algorithmen – welche Websites im oben genannten Sinne wertvoll sind und somit ganz oben platziert werden. Einige Algorithmen sind bekannt, andere geheim. Google nimmt jährlich etwa 500 bis 600 Änderungen an seinem Algorithmus vor, und SEO-Experten sind tagtäglich damit beschäftigt, sich über die aktuellen Geschehnisse auszutauschen, um in diesem Bereich möglichst up to date zu bleiben. Wie genau die erfolgreichen Agenturen arbeiten, werden sie niemandem offenlegen. Diese „Kunst“ ist ein Betriebsgeheimnis.

Nur der Erfolg zählt

Wir wollen uns in diesem Beitrag auch nicht auf die Technik konzentrieren, sondern auf das, was für die Praxis wichtig ist – auf den Erfolg. Zahnärztliche Marketing- bzw. SEO-Agenturen wie Sander Concept haben nur eingeschränkt Einfluss darauf, wie mit den gewonnenen Patienten Umsätze erzielt werden. Das macht die Praxis. Für uns zählen die Neupatienten, die durch unsere Aktivitäten in die Praxis kom-

men. In Abbildung 2 ist dieser Zusammenhang anhand eines anonymisierten Echkunden von Sander Concept dargestellt:

Die Neupatientenzahl der betreffenden Gemeinschaftspraxis (zwei Inhaber) in einem Ort mit ca. 100.000 Einwohnern betrug vor den Aktivitäten von Sander Concept

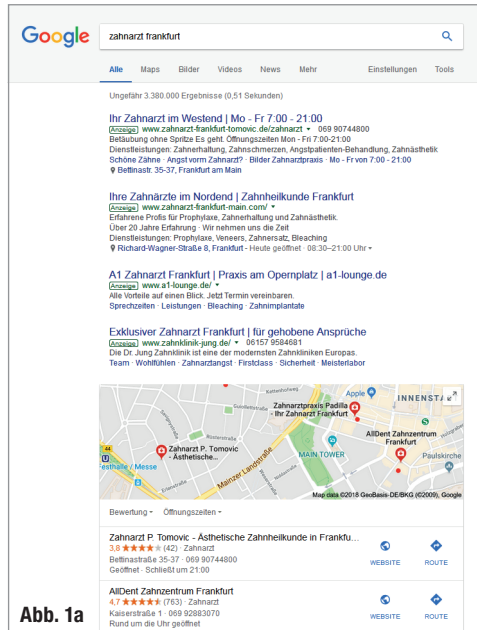


Abb. 1a



Abb. 1b

Abb. 1a: Oberer Teil der Google-Zahnarzt-Suche Seite eins in Frankfurt. Abb. 1b: Unterer Teil der Google-Zahnarzt-Suche Seite eins in Frankfurt. Fotos: © Google LLC

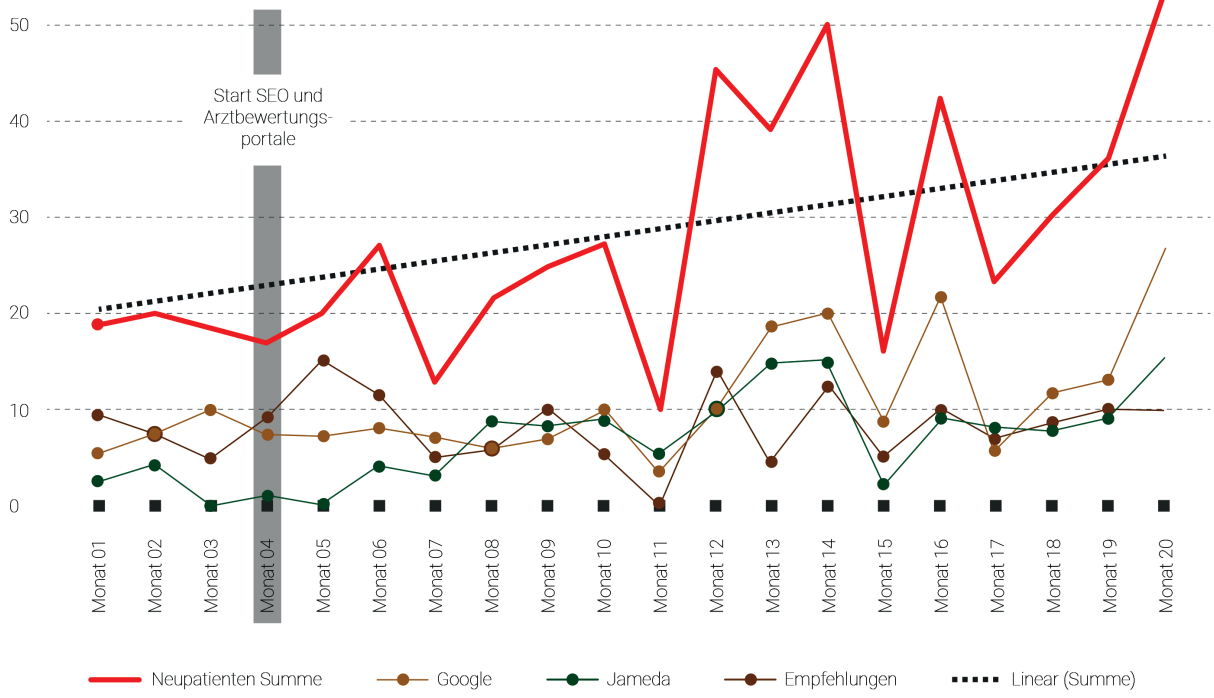


Abb. 2: Neupatientenentwicklung nach dem Einsatz von SEO.

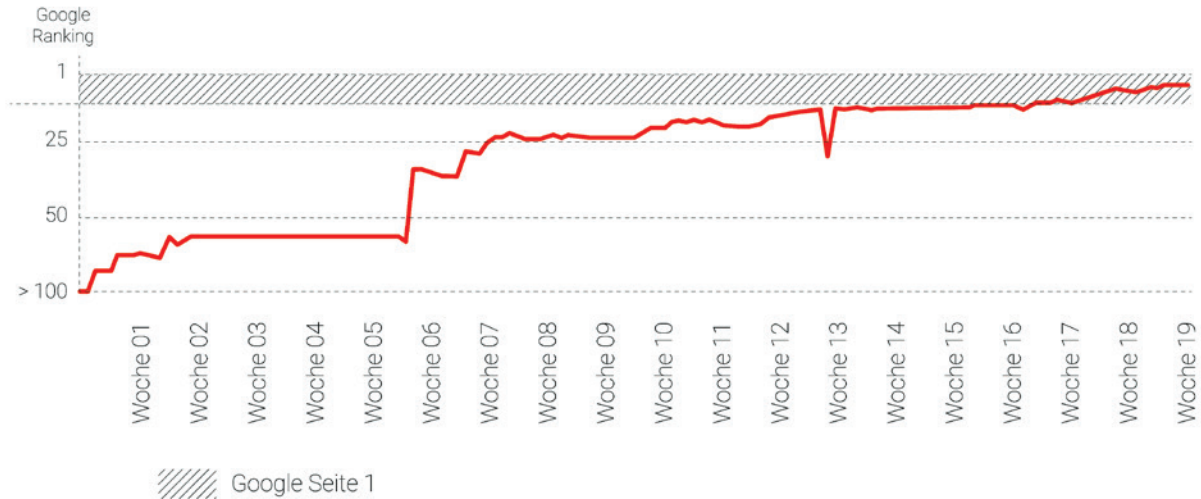


Abb. 3: Typische Ranking-Entwicklung.

etwa 20 pro Monat. Die Website war im Bereich der Seiten zwei und drei bei Google zu finden. Nach dem Einsatz von SEO und den Aktivitäten in einem Arztbewertungsportal dauerte es mehrere Monate, bis die Website auf Seite eins war. Und es dauerte noch länger, nämlich acht Monate, bis sich diese Aktivitäten auf die Neupatientenzahl auswirkten. Nach mehr als einem Jahr hatte sich die Neupatientenzahl nachhaltig mehr als verdoppelt, wobei die wesentlichen Patientenbringer Google und das Portal waren. Der Zusammenhang zwischen SEO und Erfolg ist unmittelbar erkennbar.

Wann ist die Website auf Seite eins?

Das ist unterschiedlich und hängt von vielen Faktoren ab, in erster Linie auch von den Aktivitäten der Wettbewerber. In Abbildung 3 ist der typische Verlauf des Rankings – wieder anhand eines anonymisierten Echkunden – dargestellt. Hier wurden auf die Keywords „Implantate“ und die betreffende Stadt im Wettbewerb mit vielen anderen Implantologen-Websites optimiert. Nach ca. 19 Wochen war das Ranking der Site nachhaltig bei ca. Platz 6 und damit befriedigend auf Seite eins. Diese zeitlichen Zusammenhänge sind ein Grund dafür, dass SEO-Verträge auf mindestens ein Jahr abgeschlossen werden.

Vorsicht vor SEO-Anbietern

Sie benötigen die Betreuung aus einer professionellen und branchenspezialisierten Agentur, die sich intensiv mit SEO befasst und ihre Erfolge auch beweisen kann. Überdies genügt nicht allein das Ranking, die Website selbst muss den Kundenanforderungen genügen, und Sicherheitskonzepte wie zum Beispiel ein in die Site integriertes Sicherheitszertifikat beeinflussen wiederum das Ranking. Da der Bereich Suchmaschinenoptimierung

aufgrund der technisch schwer verständlichen Aktivitäten viele schwarze Schafe anlockt, ist hier Vorsicht geboten.

Alles aus einer Hand

Aufgrund unserer Erfahrungen empfehlen wir, die gesamte Betreuung von Marketing, Website und SEO in einer Hand zu belassen. Damit haben Sie auch nur einen Ansprechpartner bei Rückfragen und nicht verschiedene Anbieter, die bei Fehlern gern auf den anderen verweisen. Bitte beachten Sie, dass unsere Erstkontakte mit Praxen bzw. die Besuche vor Ort stets unverbindlich und unentgeltlich sind. Dort können wir Sie umfassend darüber informieren, wie Sie Ihren Erfolg noch steigern können. Rufen Sie einfach an, wir beraten Sie gern deutschlandweit.



Kontakt



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

BESTELLSERVICE

Jahrbuch Digitale Dentale Technologien 2018

Interdisziplinär und nah am Markt

BESTELLUNG AUCH
ONLINE MÖGLICH



www.oemus-shop.de



Lesen Sie im aktuellen
Jahrbuch folgende Themen:

Grundlagenartikel

Fallbeispiele

Marktübersichten

Produktinformationen

Fax an **+49 341 48474-290**

Senden Sie mir folgende Jahrbücher zum angegebenen Preis zu:

(Bitte Jahrbücher auswählen und Anzahl eintragen.)

_____	Digitale Dentale Technologien 2018	49,- Euro*
_____	Endodontie 2018	49,- Euro*
_____	Laserzahnmedizin 2017	49,- Euro*
_____	Prophylaxe 2018	49,- Euro*
_____	Implantologie 2018	69,- Euro*

*Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und Versandkosten. Entsiegelte Ware ist vom Umtausch ausgeschlossen.

Name/Vorname

Telefon / E-Mail

Unterschrift

Stempel

DD 2/18