



Bianca Beck

© EpicStockMedia/Adobe Stock

„Das Internet ist wie eine Welle:

Entweder man lernt, auf ihr zu schwimmen,
oder man geht unter.“

Bill Gates

Hier werden Sie gefunden: Online-Marketing für sich nutzen

PRAXISMARKETING „Das Internet ist wie eine Welle: Entweder man lernt, auf ihr zu schwimmen, oder man geht unter.“ Dieses Zitat des Microsoft-Gründers Bill Gates aus den 1990er-Jahren hat an Gültigkeit nicht verloren, und es lässt sich kaum treffender beschreiben, worum es beim Thema Online-Marketing geht. Denn wer nicht lernt, das Netz zu nutzen, kann auch keinen Vorteil daraus ziehen!

Und das ist in Anbetracht der zunehmenden Zahl von Patienten, die ihren Zahnarzt im Internet suchen, fatal. Das Internet nutzen, bedeutet in diesem Zusammenhang aber schon lange nicht mehr nur, eine Website zu haben, sondern es geht um viel mehr. Denn Ihre Seite muss auch gefunden werden, und um das zu erreichen, gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten. Von einigen haben Sie sicher schon mal gehört: Suchmaschinenoptimierung, Google-Ads, Facebook-Ads, Social-Media-Marketing und, und, und. Da stellt sich die Frage, wo man anfangen soll und wie das Ganze überhaupt funktioniert. Im Folgenden wird es insbesondere um das Thema Suchmaschinenoptimierung gehen.

Wo steht Ihre Website? Testen Sie sich selbst

Machen Sie den Selbstversuch. Goo-geln Sie ganz allgemein „Zahnarzt“ und Ihre Stadt (z.B. „Zahnarzt Stuttgart“). Der entscheidende Punkt ist hierbei nicht, ob Sie sich finden, sondern wo! Denn gut 80 Prozent der Nutzer klicken die ersten drei Ergebnisse der Google-Suche an. Auf die zweite Trefferseite geht fast keiner mehr: Die erste Seite bindet 99 Prozent¹ der Klicks! 99! Ihr Ziel sollte es demnach sein, nicht nur auf der ersten Seite zu erscheinen, sondern im besten Fall unter den ersten drei.

Dieses Unterfangen ist jedoch mit Arbeit verbunden – und mit Know-how.

Man muss kontinuierlich an seinem Ranking arbeiten, und mit einmaligen Maßnahmen ist es nicht getan. Doch es lohnt sich. Insbesondere im Hinblick auf die Zukunft, denn immer mehr Patienten suchen online nach ihrem Zahnarzt. Und nicht nur junge, sondern alle Altersgruppen. Googeln ist heute so normal wie Zähneputzen. Neupatientengewinnung und Unternehmensrepräsentation finden deshalb heute (auch) im Netz statt.

Der Gigant Google

Wenn wir über Online-Marketing sprechen, führt an Google kein Weg vorbei. Zwar gibt es auch noch weitere Suchmaschinen wie Yahoo! und Bing,



Bewerben Sie sich jetzt!



Smart Integration
Award 2019

Women in dentistry

Experts in Smart Integration

Sie sind Netzwerkerin aus Leidenschaft. Alle Fäden laufen an Ihrem Behandlungsplatz zusammen. Für präzise Behandlungsergebnisse nutzen Sie die Vorteile neuer Technologien und interessieren sich für Digitalisierung und Integration. Sie wollen die Zukunft mitgestalten? Werden Sie Kandidatin für den Smart Integration Award. Mit einem Klick sind Sie dabei.



dentsplysirona.com/smart-integration-award

THE DENTAL
SOLUTIONS
COMPANY™

 **Dentsply
Sirona**



**Grundregeln
für Ihre Website**

**Modern/
ansprechend**

**Benutzerfreundliche
Bedienung**

**Guter Inhalt/
Mehrwert bieten**

**Der Corporate Identity
entsprechen**

© mooshy/Adobe Stock, © Google-Logo/Google LLC

um die direkten „Verfolger“ zu nennen. Dabei handelt es sich allerdings eher um eine Verfolgung à la FC Bayern-Jäger – als der FC Bayern München noch mit Abstand die 1. Bundesliga dominierte. Kurzum: Sie sind weit abgeschlagen, Google hält aktuell einen Marktanteil von gut 90 Prozent weltweit.² Hier bewegt sich demnach auch ein Großteil Ihrer Patienten. Deshalb sollte man Google verstehen und sich der Instrumente, die es uns bietet, auch bemächtigen.

Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Machen Sie sich schick für Google!

Damit ist natürlich Ihr Onlineauftritt gemeint. Was heißt das konkret? Google möchte seinen Nutzern – Ihren Patienten – die besten Treffer auf ihre Suchanfragen anzeigen. Zu diesem Zweck arbeitet der Internetgigant ständig an seinem Algorithmus. Dieser Algorithmus bestimmt, einfach ausgedrückt, nach welchen Kriterien Seiten gerankt werden, also weiter oben oder weiter unten in den Suchergebnissen auftauchen (wir erinnern uns an den kleinen Test, den wir weiter oben gemacht haben). Diese Änderungen am Algorithmus nennen sich Updates und tragen meistens lustige Tiernamen wie Panda-Update, Penguin-Update oder Hummingbird-Update. Das heißt, dass man seine Seite, und das gilt für Design, Aufbau und Inhalt, an diesen „Regeln“ ausrichten muss. Und dazu muss man sie kennen. Alle hier aufzu-

führen, würde den Rahmen sprengen, doch grundsätzlich lässt sich konstatieren:

Bieten Sie Ihren Patienten einen Mehrwert!

Überlegen Sie sich, was Ihre Patienten möchten, wenn sie nach einem Zahnarzt suchen, und was sie sich erhoffen, wenn sie Ihre Website anklicken. Die Ziele einer Suche können dabei unterschiedlicher Natur sein:

- Allgemeine Suche nach einem Zahnarzt
- Gezielte Suche nach einem Behandlungsangebot
- Gezielte Suche nach Ihnen, aufgrund einer Empfehlung/Werbung
- Gezielte Suche von Stammpatienten, um sich über Ihr Behandlungsspektrum zu informieren

Eines haben aber alle gemeinsam: Der Rahmen sollte möglichst ansprechend und unkompliziert sein. Daraus leitet sich ab: Um im Netz heute konkurrenzfähig zu sein und Neupatienten zu gewinnen, brauchen Sie eine moderne Seite, die benutzerfreundlich ist und wichtige Informationen gut verständlich anbietet. Dabei ist es auch wichtig, dass Ihre Website dem Erscheinungsbild Ihrer Praxis entspricht. Sie sind professionell, das muss sich auch hier widerspiegeln. Denn Ihre Besucher sind nur wenige Klicks davon entfernt, die Seite wieder zu verlassen. Spricht sie Ihre Seite optisch nicht an oder bietet diese keine Informationen, sind

sie weg. Und was bringt es dann, wenn Sie in der Praxis top organisiert und höflich sind? Sorgen Sie dafür, dass der Patient einen Termin in genau Ihrer Praxis möchte!

Doch woher weiß man, dass die eigene Seite die genannten Kriterien erfüllt? Selbst fällt es einem schwer, das objektiv zu beurteilen: Man kennt ja die Themen und findet sich naturgegeben selbst sehr gut auf seiner eigenen Website zurecht. Darüber hinaus weiß man selbst oft nicht, worauf Seitenbesucher wirklich achten. Deshalb bieten wir Ihnen einen kostenlosen 5-Minuten-Schnelltest für Ihre Website an.

Guter Inhalt, was ist das?

Ein guter Inhalt, in der Fachsprache auch Content genannt, umfasst alles, was ein Patient auf Ihrer Seite an Information findet. Das schließt neben Texten unter anderem auch Bilder, Videos und Grafiken ein. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Hauptsache, der Nutzer hat einen Mehrwert und bleibt auf Ihrer Seite. Ein wichtiger Aspekt sind in diesem Zusammenhang die Texte. Diese sollten, wie bereits aufgeführt wurde, gut lesbar und verständlich geschrieben werden. Fachsprache und lange verschachtelte Sätze sollte man vermeiden. Auch welche Wörter man nutzt, ist von großer Bedeutung. Die Keyword-Recherche spielt deshalb eine wichtige Rolle.

Welche Begriffe suchen Patienten?

Diese Wörter und Sätze sollten dann auch bei der Erstellung der Texte berücksichtigt werden. Aber Vorsicht: Google sieht es nicht gerne, wenn man „mogelt“. Ein Text zum Beispiel, der nur aus Keywords besteht, aber dem Nutzer sonst keinen Mehrwert bietet, kann deshalb schnell erkannt und die Seite infolgedessen schlechter gerankt werden. Google bestraft also schlechten Content. Neben Texten spielen auch Bilder und Videos eine wichtige Rolle. Insbesondere Videos stehen hoch im Kurs und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Denn sie stellen für den Nutzer ein bequemes Format dar, komplexe Inhalte begreiflicher zu machen – sofern sie gut gemacht sind. Wie Bilder ergänzen sie den Text und lockern diesen auf.

Was sonst noch wichtig ist ...

Ganz plump gesagt: Werbung! Denn Google bietet uns auch hier die Möglichkeit, auf uns aufmerksam zu machen. Mit sogenannten Google-Ads kann man es kaufen, weit oben in den Suchergebnissen aufzutauchen. Dabei bietet man mit seinen Konkurrenten auf die entsprechenden Suchbegriffe. Das Schöne daran ist, dass man sehr gezielt die Patienten ansprechen kann, die man in der Praxis haben möchte. Der finanzielle Einsatz hängt unter anderem von der Konkurrenzsituation ab, aber schon ein kleines Budget kann Erfolge erzielen.

Fazit: Das war nur die Spitze des Eisbergs

Suchmaschinenoptimierung für ein gutes Google-Ranking ist heute ein wichtiger Bestandteil eines durchdachten Online-Marketings. Denn (fast) alle Patienten suchen und informieren sich im Netz. Selbst wenn Sie als

Zahnarzt empfohlen wurden, wird Ihr potenzieller Patient sich vorab über Sie kundig machen. Spricht Ihre Seite ihn nicht an oder bietet diese keine Informationen, orientiert er sich unter Umständen um. Dasselbe gilt für Stammpatienten, die sich gezielt über eine Behandlungsmethode informieren möchten und Ihre Seite nicht überzeugend finden. Die Aspekte, die ein gutes Ranking beeinflussen, sind zahlreich und konnten vorangehend nur abgekürzt und unvollständig dargestellt werden. Gemeinsam mit entsprechender Online-Werbung, wie sie Google anbietet, ist man für den Anfang gut aufgestellt. Noch nicht berücksichtigt sind hier jedoch Kategorien wie Social Media, Google My Business oder Bewertungsportale. Welche Instrumente für Sie Sinn machen, wird anhand einer Analyse des Ist-Stands, der Konkurrenzsituation und der individuellen Ziele ermittelt. Mehr hierzu erfahren Sie in einem unverbindlichen Gespräch mit der Agentur für Marketing und Praxismanagement becklwaelder.

1 Die ganze Studie finden Sie unter <https://www.sistrix.de/news/klickwahrscheinlichkeiten-in-den-google-serps/> (letzter Zugriff 13.11.2018).

2 In Ländern wie Russland sieht das anders aus. Hier dominiert die Suchmaschine Yandex den Markt. Für den vorliegenden Beitrag ist dies jedoch nicht von Belang.

INFORMATION

becklwaelder
Postfach 25
55586 Meisenheim
Tel.: 06753 124800
kontakt@becklwaelder.de
www.becklwaelder.de



Infos zur Autorin

ANZEIGE



Ästhetik der Extraklasse



NEU!

**BruxZir®
Esthetic**
— SOLID ZIRCONIA —

GLIDEWELL GARANTIE
7 JAHRE
AUF FESTSITZENDEN
ZÄHNERN

Für
119,-€*
pro Krone

- Optimierte Kombination aus Festigkeit und Transluzenz
- Natürliche Vitalität, entwickelt für den Frontzahnbereich
- Verbesserte Farbanpassung für vorhersagbare Ergebnisse



**GLIDEWELL
DENTAL**

 **ZAHNTECHNIK AUS
FRANKFURT AM MAIN**

Weitere Informationen erhalten Sie unter
+49 69 50600-5310 bruxzir.com/esthetic

*Alle Preise zzgl. Versand und MwSt.

GLEU-394462-111618