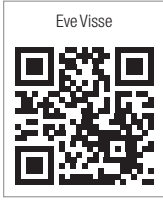


Facebook und Instagram: Wie kann eine Praxis davon profitieren?

Ein Beitrag von Eve Visse, Perspektive KFO – Perfect Smile Media, Rheine.



Viele kieferorthopädische Praxen nutzen bereits Social-Media-Kanäle. Vor allem die jüngeren sind auch privat bei Facebook und/oder Instagram unterwegs und möchten ihre dortigen Erfahrungen für ihre Praxis nutzen (Abb. 1). Auch wenn dies zunächst einmal ein guter Ansatz ist: Ganz vergleichbar sind private und kommerzielle Auftritte im Bereich Social Media natürlich nicht. Die berufliche Nutzung erfordert weitaus mehr Planung und Struktur, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Jedoch der Wille ist da – eine Grundvoraussetzung für eine moderne und erfolgreiche Kommunikationsstrategie mit seiner Zielgruppe. Nicht wenige Kieferorthopäden scheuen jedoch noch davor zurück.

Abb. 1: Vor allem jüngere KFO-Praxen sind bei Facebook und/oder Instagram unterwegs. Abb. 2; 3a und b: Die Zahlen und Fakten von Instagram und Facebook sollten unbedingt Beachtung finden. Abb. 4: Beispiel eines Content-Plans. (© Abb. 1 und 3a: Facebook Inc.; 3b: Instagram, Abb. 2 und 4: Perfect Smile Media)

Wer mit seiner Praxis noch nicht in Facebook oder Instagram aktiv ist, sollte sich unbedingt sehr zeitnah mit der Thematik auseinandersetzen, denn die Daten und Fakten dieses Mediums sprechen für sich (Abb. 2).

Zahlen und Fakten nicht ignorieren

Im Hinblick auf die Zielgruppe der Patienten einer KFO-Praxis geht an Facebook und Instagram heute tatsächlich kein Weg mehr vorbei. Social Media, Internet und Messengerdienste haben zu einer nachhaltigen Veränderung der Kommunikation geführt. Ratsam ist es, dies zu akzeptieren, auch wenn man eher zu den Skeptikern gehört. Wer die Zahlen ignoriert, begibt sich absehbar auf sehr dünnes Eis. Intelligent eingesetzt, bieten Social Media und kreative Internetnutzung jeder Praxis große Chancen und ungeahnte Möglichkeiten. Hier bin ich naturgemäß stark von meinem Vater, Dr. Michael Visse, geprägt, der seinen kieferorthopädischen Kolleginnen und Kollegen seit Jahren und sehr eindringlich die innovative Nutzung des Internets ans Herz legt.



Zur Info

Eve-Mona Visse (BA) studierte Medien- und Kommunikationsmanagement an der Fresenius Hochschule in Köln. Sie absolvierte ein Auslandssemester am Berkeley College & Pace University in New York. Seit Oktober 2018 arbeitet sie selbstständig und ist verantwortlich für Strategie und Umsetzung im Bereich Social Media. Zu ihren Kunden zählen ausschließlich kieferorthopädische Praxen.

Professionelle Social-Media-Nutzung ist für jede Praxis förderlich

Kieferorthopäden, die sich über das Thema „Social Media“ Gedanken

„Wer die Zahlen ignoriert, begibt sich absehbar auf sehr dünnes Eis.“

machen, fragen mich häufig, ob ihre Patienten eigentlich nicht alle bei Instagram unterwegs seien und ob sie vor diesem Hintergrund überhaupt noch eine Fanpage bei Facebook brauchen. Meine klare Empfehlung lautet, beide Plattformen zu nutzen. So kann man seine Praxis als Marke darstellen und mit jeder Zielgruppe gleichermaßen gut in Verbindung treten: mit den jüngeren über Instagram, mit den älteren (30+) über Facebook (Abb. 3a und b).

Content-Plan zu erarbeiten. Dieser könnte beispielsweise wie folgt aussehen:

- Montag: Vorher-Nachher-Bilder von Patienten
- Mittwoch: Vorstellung einer speziellen Behandlungsmethode
- Freitag: Smile Quote (eingängige emotionale Sprüche) (Abb. 4)

Ihre Praxis als Marke

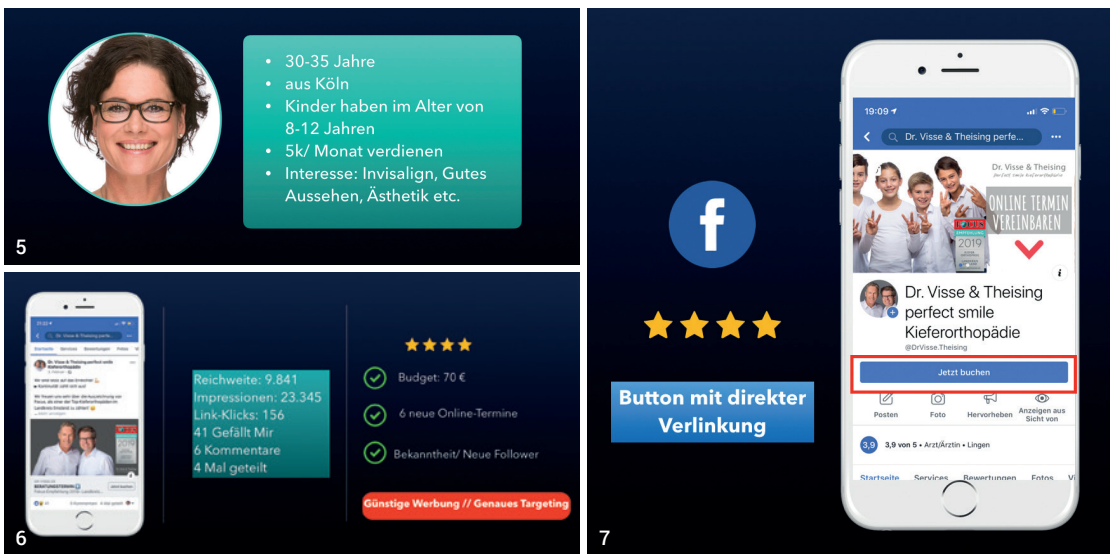
Praxen, die konsequent Facebook und Instagram nutzen, werden zum Sender und steigern damit automatisch ihre Bekanntheit im regionalen Umfeld. Noch schneller, einfach und kostengünstig lässt sich diese regionale Positionierung durch abgestimmte Werbung in den beiden Plattformen erreichen. Eben hier liegt das Geschäftsmodell von Facebook und Instagram, deren Einnahmen auf Anzeigenwerbung basieren. Für Unternehmen – und damit auch für Praxen – liegen hier riesige Chancen, indem Werbung (gesponserte Posts) ohne Streuverluste und mit einem zuvor festgelegten Budget einer klar definierten Zielgruppe eingespielt werden kann.

- Facebook und Instagram gehören zum gleichen US-Konzern.
- Die Durchdringung und Erreichbarkeit in den für die Praxis wichtigen Altersgruppen ist perfekt.
- Die jeweiligen Zielgruppen sollten mit relevantem Content angesprochen werden.

Ansprechender Content: Die große Herausforderung

Im Hinblick auf Content ist Planung das A und O. Hier sind Sie gut beraten, sich professionelle Unterstützung zu suchen und gemeinsam einen

ANZEIGE



Facebook- und Instagram-Werbung für KFO-Praxen: Drei gute Gründe

1. Zielgruppe

Facebook bietet die Möglichkeit, die gewünschten Zielgruppen exakt zu targetieren. Dabei können Faktoren wie Wohnort, Alter, Geschlecht, Interessen, Verhalten, Beruf etc. vorab definiert werden und bei passenden Nutzern in der Timeline platziert werden (Abb. 5).

2. Messbarkeit

Facebook-Werbung ist planbar und messbar. Wenn Sie hier investieren,

„Intelligent eingesetzt, bieten Social Media und kreative Internetnutzung jeder Praxis große Chancen und ungeahnte Möglichkeiten.“

lässt sich genau nachvollziehen, was Sie am Ende der Kampagne erreicht haben. Die Abbildung 6 zeigt eine günstige, aber sehr effektive Werbung, die nicht nur eine positive Beeinflussung der Bekanntheit im regionalen Umfeld nach sich zog, sondern auch zur Online-Buchung von Erstberatungstermi-

nen und damit zu Neupatienten führte.

3. Innovation

Facebook und Instagram verändern sich permanent und bieten somit immer neueste und intelligente Lösungen. Die Abbildung 7 zeigt das Beispiel einer Facebook-

Fanpage. Was viele nicht wissen, ist, dass man den Button auf der Fanpage individualisieren kann. Bei Praxen, die einen Online-Terminservice anbieten, eignet sich der Button „Jetzt buchen“, um Neupatienten die Möglichkeit zu geben, darüber auf Facebook direkt einen Online-Termin zu vereinbaren. Meine Kunden nutzen den von iie-systems entwickelten Online-Kalender, eine bewährte und erfolgreiche Anwendung, die in immer mehr Praxen zur Anwendung kommt.

Abb. 5: Targetieren der gewünschten Zielgruppen. Abb. 6: Beispiel einer gezielten Facebook-Werbung. Abb. 7: Beispiel für einen Facebook-Post. (@ Abb. 5-7: Perfect Smile Media)

Unterstützung und Entlastung für die Praxis

Sie glauben an die besondere Wirkung innovativer Internetnutzung oder möchten diese Erfahrung zukünftig gerne machen? Sie möchten sich jedoch auf Ihr Alltagsgeschäft, also die Behandlung von Patienten, konzentrieren? Dann empfehle ich Ihnen, professionelle Hilfe zu nutzen. Mit qualifizierten Posts und abgestimmten Werbeanzeigen bei Facebook und Instagram biete ich meinen Kunden bestmögliche Unterstützung. Wenn Sie noch Zweifel haben, nehme ich mir gerne Zeit für eine ausführliche Beratung mit dem Ziel, Ihnen Ihre Skepsis zu nehmen. Glauben Sie mir: Es lohnt sich!

kontakt



Eve Visse
 Perspektive KFO – Perfect Smile Media
 Timmermanufer 200
 48429 Rheine
 Tel.: 0151 27242181
 info@perfectsmile-media.de
 instagram.com/perfectsmile.media
 facebook.com/perfectsmile.media

ANZEIGE



Farbe in Aktion:

Futter für den Drucker.

11 Materialien, 21 Farben für Kieferorthopädie und Prothetik:

/// hochwertige Inhaltsstoffe // zertifiziert // verifiziert für das IMPRIMO® System

Materialien, Geräte und Service rund um den 3D-Druck. Alles aus einer Hand.

SCHEU-DENTAL GmbH
 www.scheu-dental.com
 phone +49 2374 9288-0
 fax +49 2374 9288-90

