



Text: Nadja Alin Jung

Von 0 auf 100: So startet Ihre Praxis von Anfang an durch

MARKETING >>> Ein großer Schritt steht kurz bevor: Die Eröffnung Ihrer eigenen Praxis! Ob Übernahme oder Neugründung, nachdem das perfekte Objekt gefunden ist, liegt noch ein spannender Weg zwischen Ihnen und den ersten Patienten. Dabei sollten Sie auch Marketingfragen nicht außen vor lassen, denn der Praxisstart will kommuniziert werden!

Das Wichtigste in Sachen Marketing: Klare Vorstellungen und ein guter Zeitplan, damit zum Praxisstart alle nötigen Maßnahmen umgesetzt sind. Im ersten Schritt brauchen Sie ein Marketingkonzept, das die entscheidenden Marketing-To-dos mit einem passenden Budgetplan kombiniert.

Der ganz eigene Look

Um Ihre Praxis schon bald als Marke zu etablieren und Wiedererkennungswert für die Patienten zu schaffen, steht am Anfang die Entwicklung Ihrer individuellen Corporate Identity. Nehmen Sie sich hierfür ausreichend Zeit und überlegen Sie genau, wie Sie sich und die Praxis in Zukunft präsentieren möchten.

Ihr wichtigster Botschafter ist das Logo. Es sollte nicht nur zeitlos sein und sich von der Masse abheben, sondern vor allem genau Ihre Message vermitteln. Die Investition lohnt sich, denn das Praxislogo wird Sie über die nächsten Jahre begleiten. Passend zum Logo braucht es eine Designlinie, die sich zum Beispiel in der Praxiseinrichtung, der Bekleidung des Praxisteams, in Ihrer Geschäftsausstattung etc. wiederfindet.

Visitenkarte, Anamnesebogen und Co.

Auch im digitalen Zeitalter braucht es nach wie vor eine grundlegende analoge Geschäftsausstattung. Dazu gehören unter anderem Visitenkarten, Briefpapier, Rezeptzettel, der Anamnesebogen und Co. In jedem Fall sollten sich Ihr Praxislogo und das festgelegte Corporate Design durch alle Printprodukte ziehen, denn so schaffen Sie Wiedererkennung.

In Zeiten der DSGVO gibt es allerdings noch mehr zu beachten als das Aussehen: Achten Sie zum Beispiel unbedingt darauf, dass der Anamnesebogen keine unzulässigen Informationen abfragt und Sie damit rechtlich auf der sicheren Seite sind.

Say hi! So stellen Sie sich zukünftigen Patienten vor

Wenn Sie eine bereits bestehende Praxis übernehmen, ist es sinnvoll, dies den Patienten frühzeitig zu kommunizieren. Schließlich sollen sie der Praxis die Treue halten, auch wenn Sie ihren bekannten Behandler ablösen, denn die Bestandspatienten sind erst einmal Ihr Startkapital! Ein geeigneter Weg kann hier der Patientenbrief sein. Die Praxisabgeberin bzw. der Praxisabgeber sollte diesen nutzen, um sich von den Patienten zu verabschieden und Sie gleichzeitig als Nachfolger vorzustellen. Das schafft von Anfang an eine Vertrauensbasis zwischen Ihnen und Ihren zukünftigen Patienten und der Wechsel läuft geordnet ab. Nun gilt es, sich auch auf der großen Bühne zu präsentieren.

Ihr großer Auftritt im Web

Heute ist ein gelungener Internetauftritt wichtig wie nie, denn unzählige Patienten finden über das Netz ihren Weg in Ihre Praxis. Dazu zählen Empfehlungsportale, einschlägige Social-Media-Kanäle, aber vor allem Ihre Praxiswebsite. Um an der Onlinefront bestmöglich aufgestellt zu sein, sollten Sie auch hier eine gute Strategie parat haben. Weil das Design, die Programmierung und natürlich die Erstellung des Inhalts viel Zeit in Anspruch nehmen, sollten Sie unbedingt rechtzeitig loslegen.

Im ersten Schritt kann schon vor der Eröffnung eine sogenannte Web-Visitenkarte, oder eine kleine Vorab-Website sinnvoll sein, um die Eröffnung Ihrer Praxis anzukündigen. Selbstverständlich ganz in Ihrem neuen Corporate Design! Übernehmen Sie eine Bestandspraxis, die bereits einen Onlineauftritt hat, könnte auch dort die Ankündigung Ihrer baldigen Übernahme eingebunden werden.

Bei der Gestaltung der zukünftigen Website gilt eins: Individualität! Sowohl Layout als auch Texte und vor allem das eingesetzte Bildmaterial sollten einzigartig sein und perfekt zu Ihnen und Ihrer Praxis passen.

Bitte lächeln! Ihr Praxisfotoshooting

Setzen Sie unbedingt auf individuelles Bildmaterial. Hier lohnt sich in jedem Fall die Investition in ein professionelles Praxisfotoshooting. Während Freunde und Familie gerne modeln dürfen, sollten Sie einen professionellen Fotografen engagieren, um Sie, Ihre Praxis und das Behandlungsspektrum zu promoten. Planen Sie unbedingt einen ganzen Tag ein und beachten Sie, dass ausreichend Bilder für Ihre spätere Website, aber auch für Printprodukte wie zum Beispiel Imageflyer im Kasten sind. Eines ist sicher: Das Praxisfotoshooting ist auch immer ein tolles Teamevent zu Beginn und wird allen Beteiligten noch lange in Erinnerung bleiben.

Fazit

Mit einem gut durchdachten Fahrplan und einem konsequent verfolgten roten Faden werden Sie in Sachen Marketing am Tag der Praxiseröffnung perfekt aufgestellt sein – offline wie online. Wie immer zählt vor allem, step-by-step die geplanten Maßnahmen von der Logokreation bis hin zum Fotoshooting gekonnt umzusetzen. So starten Sie durch – von 0 auf 100. <<<

KONTAKT

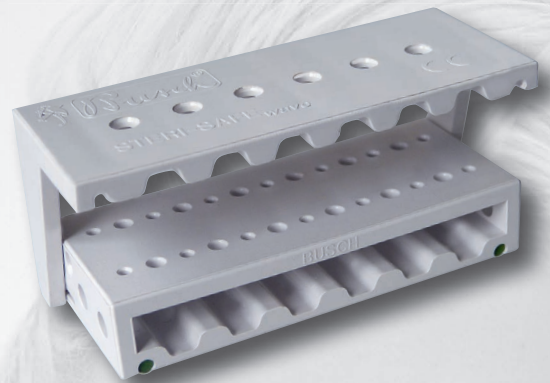
Nadja Alin Jung

m2c | medical concepts & consulting
info@m-2c.de
www.m-2c.de

Infos zur Autorin

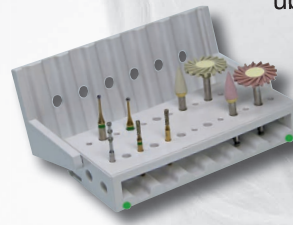


STERI-SAFEwave



... gut durchdacht ist der neue STERI-SAFEwave Bohrerständer aus Medical Kunststoff mit den überzeugenden Vorteilen:

- universell
- sicher
- systematisierbar
- hygienisch
- validiert
- und mehr



Neugierig geworden?
Fordern Sie den
Spezialprospekt an oder
informieren Sie sich unter
www.busch-dentalshop.de



DENTAL SHOP

... da finden Sie auch
Ihre Premium Produkte
zu Top Konditionen.



BUSCH & CO. GmbH
& Co. KG

51766 Engelskirchen • Tel. +49 2263 86-0 • www.busch.eu