Dr. Dimitrios Papavasileiou (rechts) und Dr. Philipp Raab von der Zahnarztpraxis im Lehel aus München setzen bei der Außendarstellung ihrer Praxis seit mehreren Jahren auf Instagram und Facebook.

„Wir setzen auf eine einheitliche Onlinepräsenz“

Nadja Reichert

Patientengewinnung geht heute am besten online. Es ist die Zeit der Influencer und Social-Media-Stars. Aber ist das auch ein Weg für Zahnmediziner? Die Präsentation der eigenen Praxis und Arbeit auf Instagram, Facebook & Co. kann ein wertvolles Mittel nicht nur für das Praxismarketing, sondern vor allem auch für die Patientenneugewinnung sein. In folgendem Interview erklären Dr. Dimitrios Papavasileiou und Dr. Philipp Raab von der Zahnarztpraxis im Lehel aus München, wie sie Social Media aktiv für die Außendarstellung ihrer Arbeit nutzen.

Social Media wird heutzutage von vielen Unternehmen aus allen Fachbereichen, u. a. auch der Zahnmedizin, genutzt. Geht es ohne Instagram, Facebook und Co. gar nicht mehr und sollte die Nutzung der sozialen Netzwerke Standard für jeden Zahnarzt sein?

Dr. Dimitrios Papavasileiou: Diese Frage muss jeder Kollege für sich selbst beantworten. Für uns gilt: Eine zeitgemäße Website und die Nutzung von Social-Media-Kanälen gehören zu einem modernen Auftritt einer Zahnarztpraxis dazu.

Dr. Philipp Raab: In erster Linie geht es uns darum, für unsere Patienten überall auffindbar und erreichbar zu sein. Wir haben bisher positive Resonanz erhalten, und solange es unsere Patienten informiert und ihnen gefällt, macht es definitiv Sinn.

Auf welchen Kanälen sind Sie aktiv und welche Inhalte platzieren Sie bzw. welche Themen stehen bei Ihnen im Vordergrund?
Dr. Papavasileiou: Wir veröffentlichen Inhalte auf Facebook, Instagram und in unserem Blog. Meistens wählen wir die Themen, die von unseren Patienten am häufigsten angefragt werden. Letztendlich pflegen wir unsere Onlinepräsenz für unsere Patienten und deshalb sind alle Themen patientenfokussiert.

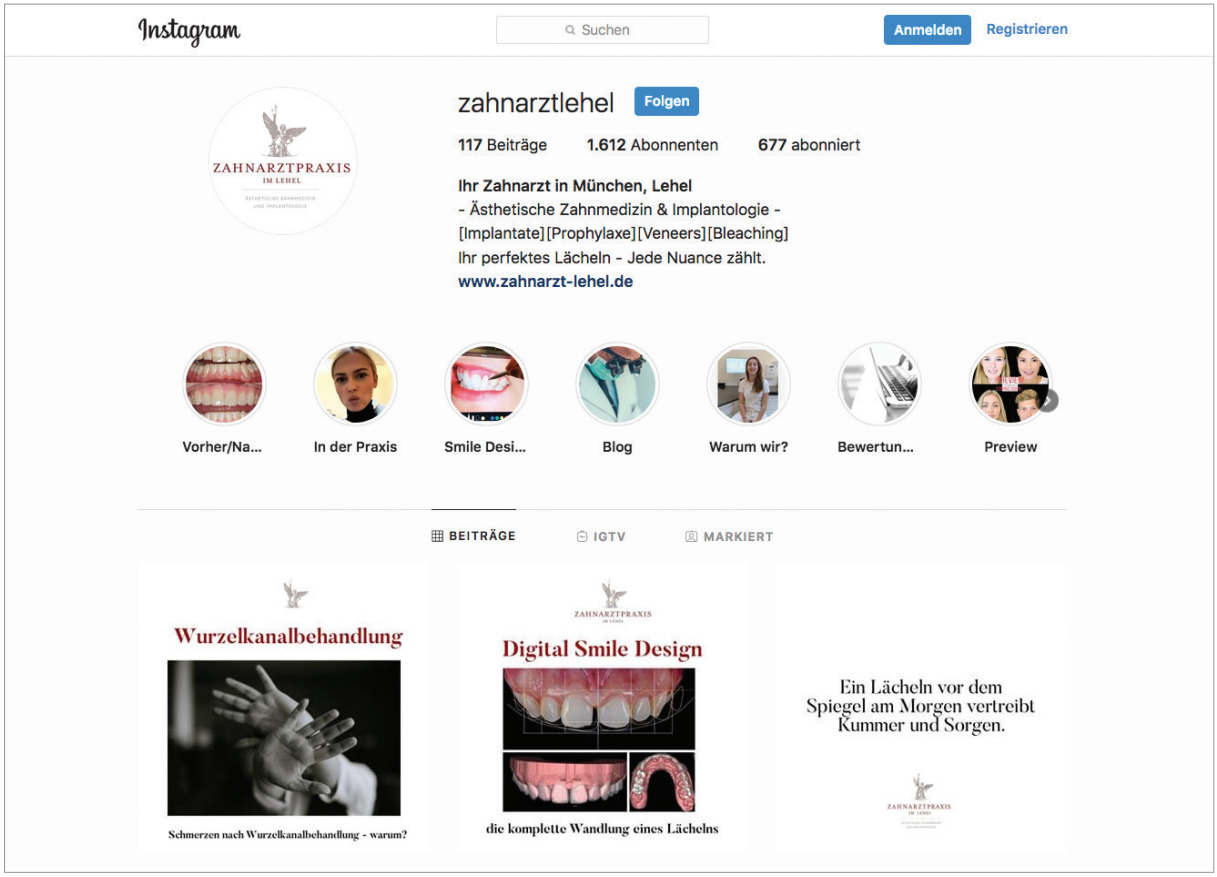
Dr. Raab: In unseren Social-Media-Beiträgen kann man Antworten auf häufig gestellte Fragen wie z. B. Fotos von Behandlungen, Vorher-Nachher-Bilder von Patienten und Videos von unserem Team sehen.

Besonders auf Instagram posten Sie nicht nur Fotos aus Patientenfällen, sondern auch Videos. Bitte beschreiben Sie deren Produktion?
Dr. Papavasileiou: Wir arbeiten bereits seit über einem Jahr mit unserer Marketing-Agentur „bissfest“ zusammen. Bei der Videoproduktion legen wir großen Wert auf Qualität. Aus diesem Grund denkt sich die Agentur vorab ein Konzept aus und stimmt es mit uns anschließend ab. Nachdem wir die Fragen, die im Video beantwortet werden sollen, von unserer Agentur erhalten haben, bereiten wir uns auf diese vor.

„Gute Werbung muss nicht teuer sein.“

Dr. Raab: Wir schließen die Praxis dann für einen halben Tag und die Agentur besucht uns mit ihrem Kamerateam. Innerhalb von drei bis fünf Stunden filmen wir verschiedene Videos, die wir dann später für unsere Onlinepräsenz verwenden.

Wie viel Zeit investieren Sie in Ihre Social-Media-Kommunikation und wie hoch sind die anfallenden Kosten?
Dr. Papavasileiou: Wir arbeiten mit einer Marketing-Agentur zusammen, die uns den größten Teil der Arbeit abnimmt. Um sicherzugehen, dass wir den



Der Instagram-Kanal der Zahnarztpraxis im Lehel.

Beispiel eines Posts für einen Vorher-Nachher-Vergleich.

Überblick haben, führen wir ein langes Telefonat pro Monat, in dem alle wichtigen Kennzahlen und Arbeiten präsentiert werden. Wenn es mal schnell gehen muss, können wir die Agentur fast immer sofort telefonisch erreichen.

Dr. Raab: Die Preise der Agentur hängen von dem gewünschten Ergebnis ab. Unser Marketingbudget besteht aus einem fixen monatlichen Betrag für unsere Onlinepräsenz und Homepagepflege sowie einem variablen zusätzlichen Werbebudget für zielgerichtete Werbeanzeigen. Dabei achten wir auf wir auf ein gesundes Kosten-Nutzen-Verhältnis. Gute Werbung muss nicht teuer sein.

„Es hat etwas gedauert, bis wir uns zurechtgefunden haben, aber die sehr positive Resonanz, die wir auf unsere Beiträge erhalten, zeigt uns, dass sich die Arbeit lohnt."

Wie profitiert Ihre Praxis von den sozialen Netzwerken und wie sehen Ihre eigenen Erfahrungen aus? Wie wirkt sich die Social-Media-Kommunikation auf die Patientengewinnung aus?
Dr. Papavasileiou: Wir setzen auf eine einheitliche Onlinepräsenz. Das bedeutet, dass wir nicht nur in den sozialen Netzwerken aktiv sind, sondern auch regelmäßig unsere Website ausbauen oder Werbeanzeigen auf Google schalten. Diese ganzheitliche Marketingstrategie ermöglicht es uns, Patienten durch unsere Onlinekanäle zu gewinnen.

Unsere Werbemaßnahmen bringen uns nachweislich monatlich Patienten in die Praxis.

Es hat etwas gedauert, bis wir uns zurechtgefunden haben, aber die sehr positive Resonanz, die wir auf unsere Beiträge erhalten, zeigt uns, dass sich die Arbeit lohnt.

Herr Dr. Raab, neben Facebook und Instragram haben Sie auch einen eigenen Blog, in dem Sie verschiedene Artikel zu vielen Bereichen der Zahnmedizin posten. Wie kam es dazu und worüber schreiben Sie am häufigsten?
Dr. Raab: Mit den Blogs haben wir begonnen, um unsere Auffindbarkeit in der Google-Suche zu verbessern. Unsere Marketing-Agentur definiert gemeinsam mit uns Themen, die unseren Patienten den größten Nutzen bringen und uns gleichzeitig in der Google-Suche nach oben schieben. Anhand dieser Ziele entstehen Themen für unsere Blogs. Auf einigen Blogeinträgen haben wir monatlich über 1.500 Aufrufe. Das zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Nicht alles kann im Internet veröffentlicht werden. Wie haben Sie sich den rechtlichen Bedingungen und Grenzen der sozialen Netzwerke gestellt bzw. worauf muss bei den Posts geachtet werden?
Dr. Raab: Für Fallpräsentationen und Videos, egal ob Facebook oder Instragram, ist es wichtig, dass wir das Einverständnis unserer Patienten haben, ihre Aufnahmen aus der Behandlung veröffentlichen zu dürfen. Nicht jeder möchte den Zustand seiner Zähne, wie er vor der Therapie war, im Internet wiederfinden. Wenn wir also z. B. einem Vorher-Nachher-Vergleich posten wollen, holen wir uns zuvor die schriftliche Erlaubnis des jeweiligen Patienten ein. Ohne ein solches Einverständnis darf man keine Behandlungsbilder seiner Patienten publizieren, egal ob in den Social-Media-Kanälen oder auf der eigenen Praxiswebsite.

Herr Dr. Papavasileiou, Herr Dr. Raab, vielen Dank für das Gespräch!

Fotos: © Zahnarztpraxis im Lehel

Referenten | Christoph Jäger/Stadthagen
| Iris Wälter-Bergob/Meschede

QM | Hygiene

Kurse 2020/21

Wiesbaden – Bremen – Berlin – Baden-Baden
Unna – Trier – Marburg – Rostock-Warnemünde

Online-Anmeldung/
Kursprogramm

www.praxisteam-kurse.de

Seminar QM

Ausbildung zur/zum zertifizierten Qualitäts-management-Beauftragten (QMB) mit DSGVO-Inhalten

Seminar Hygiene

Modul-Lehrgang „Hygiene in der Zahnarztpraxis“ Weiterbildung und Qualifizierung Hygiene-beauftragte(r) für die Zahnarztpraxis

Nähere Informationen finden Sie unter:
www.praxisteam-kurse.de

Das Seminar Hygiene wird unterstützt von:

Hu-Friedy How the best perform · METASYS Medizintechnik · OMNIA · Paul Grah

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

☐ Bitte senden Sie mir das Programm QM | HYGIENE zu.

Titel, Name, Vorname

E-Mail-Adresse (Für die digitale Zusendung des Programms.)

Stempel

CD 4/20

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Deutschland · Tel.:+49 341 48474-308 · event@oemus-media.de