

Bleiben Sie am Zahn der Zeit

Praxismarketing für die Zahnarztpraxis.

Für die Zahnarztpraxis von heute ist Praxismarketing essenziell und ein wichtiger Bestandteil für den wirtschaftlichen Erfolg. Doch was steckt hinter dem Buzzword und welche Maßnahmen werden zu Praxismarketing dazugezählt? Ihr Praxis-schild ist bereits Marketing. Sie schalten Anzeigen in lokalen Medien oder dem öffentlichen Nahverkehr, treten als Sponsor kleinerer Veranstaltungen

insofern von Bedeutung, um sich bei steigender Ärztedichte und zunehmender Digitalisierung des Gesundheitswesens gut zu positionieren. Damit Sie im Internet gut gefunden werden, ist neben der Praxis-Website ein Praxisprofil auf einem Patientenportal, wie z. B. Doctolib, empfehlenswert. Portalanbieter werden aufgrund ihrer großen Bekanntheit und Marketinginvestitionen bei der Google-

welche Kanäle sich dafür eignen. Eine Praxis-Website beispielsweise ist sowohl für Bestands- als auch für Neupatienten oft die erste Anlaufstelle und die wichtigste Informationsquelle.

Ob Sie weitere Marketingmaßnahmen wie einen eigenen Praxis-Blog, regelmäßige Praxis-Newsletter, einen eigenen YouTube-Kanal und Social-Media-Accounts auf Facebook, Instagram und Co. betreiben, hängt von individuellen Faktoren wie Zeit, Leidenschaft, Zielgruppe und Know-how ab. Diese Maßnahmen sind kein MUSS, aber sie eröffnen Ihnen neue Zielgruppen, stärken Ihre Positionierung und das Vertrauen von Patienten in Ihre Kenntnisse und sie vergrößern Ihre Reichweite und Bekanntheit. Im Vergleich zu anderen Maßnahmen sind sie kostengünstig, aber zeitintensiv in der Umsetzung.

Tipp: Digitale Services als Ergänzung zum Praxismarketing

Neben der guten Platzierung bei Google, die wichtig ist, um neue Patienten zu erreichen, unterstützt ein Praxisprofil bei Doctolib auch aktiv bei der Patientenbindung. Die Möglichkeit der 24/7 Online-Terminbuchung bietet Patienten einen zeitgemäßen Service und wird gerne genutzt – bereits jetzt erfolgt fast jede dritte Terminvereinbarung bei Doctolib online,² und fast jede zweite wird dabei außerhalb der Sprechzeiten vereinbart.³ Außerdem werden Patienten automatisch an ihren nächsten bevorstehenden Termin erinnert und damit Terminausfälle um bis zu 58 Prozent reduziert.⁴ Mit dem vollautomatisierten Recall-Management laden Sie Patienten frühzeitig zu Vorsorgeuntersuchungen ein. Ihre Patienten verfügen über einen eigenen Doctolib-Account und können so bequem den nächsten Termin bei Ihnen vereinbaren oder, falls es nicht passt, absagen und direkt einen neuen Termin buchen. Durch die digitale Warteliste werden Terminlücken schnell geschlossen, denn Doctolib informiert Patienten über den neuen freien Termin, der dann wieder gebucht werden kann. Das alles läuft automatisch und komfortabel via E-Mail und SMS – so wie es Ihre Patienten von vielen modernen Dienstleistungen kennen.

So stellen Sie Ihre Zahnarztpraxis digital gut auf

Es ist wichtig, sich dem Nutzerverhalten der Patienten anzunehmen, und das Internet und digi-

tale Services gehören einfach zum Alltag dazu. Vieles wird heute schon online gebucht. Bieten Sie Ihren Patienten digitale Services und moderne, einfache Kommunikationswege an. Die Online-Terminbuchung ist ein erster wichtiger Schritt.

Experten-Tipps für ein erfolgreiches Praxismarketing

Doctolib ist das Wissenslabor von und für Ärzte und Gesundheitsfachkräfte von Doctolib. Hier finden Sie viele Informationen, die von Fachexperten exklusiv für Sie zusammengestellt wurden. In der Reihe „Praxismarketing“ gibt es Informationsmaterialien in unterschiedlichen Formaten, z. B. Broschüren, Checklisten, Webinar-Aufzeichnungen, Podcasts und vieles mehr. Da ist für jeden etwas dabei. Ganz neu in der Praxismarketing-Reihe und als Download verfügbar ist der Ratgeber *Die Praxis-Website als digitales Schaufenster!* Jetzt herunterladen: doctolib.info/praxis-website

Doctolib finden Sie unter doctolib.info/ doctolib und weitere Informationen zum digitalen Terminmanagement von Doctolib unter doctolib.info/dental. 

Doctolib GmbH

Tel.: +49 30 22027163 · doctolib.info/dental

¹ Statista (zuletzt abgerufen am 17.09.2021 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/158825/umfrage/internetrecherche-nach-krankheiten-und-...>).

² Interne, anonymisierte Statistiken von Doctolib für die Fachrichtung Zahnärzte, Kennzahl bezogen auf das obere Drittel der Nutzer. Datenerhebung im Zeitraum Mai 2019 – April 2020.

³ Interne, anonymisierte Statistiken von Doctolib; Zeitraum Oktober 2018 – Oktober 2019. Arbeitszeiten: Montag – Freitag 8.30 – 12.30 und 14.00 – 18.00 Uhr.

⁴ Die durchschnittliche Terminausfallquote in Deutschland liegt nach KBV bei 12 % (zwischen 5 und 20 % laut Praxisbefragung zur Termintreue 2014: <https://www.kbv.de/html/9953.php>). Interne anonymisierte Doctolib-Statistiken verschiedener Fachrichtungen zeigen, dass durch Doctolib Terminausfälle um bis zu 58 % reduziert werden können, sodass nur noch rund 5 % der Termine in Praxen ausfallen (Datenerhebung Oktober 2018 – April 2019).



gen in Ihrer Stadt auf? Auch Marketing. Zum digitalen Marketing werden neben der Praxis-Website auch Banner-Werbung, Social-Media-Accounts und Newsletter gezählt. Rund 70 Prozent der Patienten suchen online nach gesundheitsrelevanten Informationen.¹ Daher sind digitale Marketingaktivitäten heutzutage besonders wichtig, denn diese helfen Ihnen, im Internet gefunden zu werden.

Warum sich digitales Marketing für Sie lohnt

Die Vorteile des digitalen Marketings liegen auf der Hand – es hilft bei der Neupatientengewinnung und unterstützt die Patientenbindung. Sie können sich von Wettbewerbern abheben und Ihre Alleinstellungsmerkmale, wie beispielsweise besondere Behandlungsmethoden, präsentieren. Digital sind Sie immer nur einen Klick von der nächsten Terminbuchung entfernt.

Mit den richtig eingesetzten Maßnahmen können Sie die Sichtbarkeit Ihrer Praxis erhöhen. Das

Suche immer auf den ersten Plätzen in der Suchergebnisliste positioniert. Sind Sie mit Ihrer Praxis bei Doctolib vertreten, profitieren Sie automatisch von dieser guten Positionierung. Denn wenn Patienten nach „Zahnarztpraxis + Region“ suchen, erscheinen Sie mit Ihrem Praxisprofil auf den vordersten Plätzen – ohne zusätzliche Marketingkosten für Sie oder besondere Kenntnisse in der Suchmaschinenoptimierung.

So gelingen die ersten Schritte ins digitale Marketing

Verschaffen Sie sich zunächst einen Überblick, welche Marketingaktivitäten für Ihre Praxis sinnvoll sind und wie Sie sich positionieren möchten. Mit einer eindeutigen Positionierung zeigen Sie Patienten Ihre Stärken und fachlichen Schwerpunkte. Somit finden diese die passende Praxis und vice versa Sie Ihre Wunschklienten.

Legen Sie des Weiteren fest, welche Ziele Sie mit dem Praxismarketing verfolgen möchten und

ANZEIGE

Wissenschaftliche Leiter | Prof. Dr. Dr. h.c. Hans Behrbohm, Prof. Dr. Oliver Kaschke, Dr. Theodor Thiele, M.Sc., M.Sc.

VI. NOSE, SINUS & IMPLANTS Humanpräparate-Kurse

3./4. Dezember 2021 in Berlin
Veranstaltungsort: Charité, Institut für Anatomie

Online-Anmeldung/
Kursprogramm



www.noseandsinus.info

In Zusammenarbeit mit
Privat-Institut für medizinische Weiterbildung
und Entwicklung auf dem Gebiet der
Hals-Nasen-Ohrenheilkunde e.V.

Hinweis

Das Programm Zahnärzte (Implantologie) sowie Ästhetische Chirurgie findet am Freitag und das Programm HNO am Samstag statt. MKG-Chirurgen und am Thema Interessierte haben die Möglichkeit, beide Kurstage komplett zu nutzen.



Die Teilnehmerplätze an den Humanpräparate-Kursen sind stark limitiert, daher ist eine frühzeitige Anmeldung empfehlenswert!

Faxantwort an +49 341 48474-290

Bitte senden Sie mir das Programm zu den
HUMANPRÄPARATE-KURSEN zu.

Titel, Name, Vorname

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

Stempel

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

OEMUS MEDIA AG

