

Digitales Marketing für Zahnarztpraxen – so wird es zum Erfolg

Ein Beitrag von Kim Völkel

PRAXISMARKETING /// Für den wirtschaftlichen Erfolg einer modernen Zahnarztpraxis ist es essenziell, sich mit Praxismarketing auseinanderzusetzen. Praxismarketing hat viele Facetten – beginnend bei dem Praxisschild, über Anzeigen in lokalen Medien bis hin zur digitalen Präsenz über die eigene Praxiswebsite oder Patientenplattformen. Im Onlinebereich liegt viel Potenzial für Sie und Ihre Zahnarztpraxis – bereits jetzt suchen rund 70 Prozent der Patient*innen im Netz nach gesundheitsrelevanten Informationen.¹ Daher sind digitale Marketingaktivitäten heutzutage besonders wichtig, denn diese helfen Ihnen, im Internet von genau diesen Patient*innen gefunden zu werden.

Literatur



Die Vorteile des digitalen Marketings liegen auf der Hand – es hilft bei der Gewinnung neuer Patient*innen und unterstützt die Patientenbindung. Mit den richtig eingesetzten Maßnahmen können Sie die Sichtbarkeit Ihrer Zahnarztpraxis signifikant erhöhen. Sie können sich so von der Konkurrenz abheben und Ihre Alleinstellungsmerkmale, wie beispielsweise besondere Behandlungsmethoden, präsentieren. Das ist insofern von Bedeutung, um sich bei steigender Zahnärztedichte und zunehmender Digitalisierung des Gesundheitswesens gut zu positionieren. Sie passen sich damit dem Nutzerverhalten der Patient*innen an, die das Internet unter anderem zur Recherche und Suche nach Ärzt*innen verwenden. Damit Sie im Internet gut gefunden werden, ist neben der Praxiswebsite ein Praxisprofil auf einem Patientenportal, wie zum Beispiel Doctolib, empfehlenswert. Mit solch einem Profil erscheinen Sie bei Suchmaschinen wie Google auf den vorderen Plätzen, wenn Patient*innen beispiels-



Vieles wird heute schon online gebucht – Reisen, Restaurants, Friseurbesuche. **Wieso also nicht auch der Termin in der Zahnarztpraxis?** Bieten Sie Ihren Patient*innen digitale Services und moderne, einfache Kommunikationswege an.

weise nach „Zahnarztpraxis + Region“ suchen – ohne zusätzliche Marketingkosten für Sie oder besondere Kenntnisse in der Suchmaschinenoptimierung. Sie profitieren hierbei von der großen Bekanntheit und den Marketinginvestitionen der Portale. So weist allein die Doctolib-Plattform beispielsweise acht Millionen Patient*innen in Deutschland auf, die den Service nutzen.²

Mit großen Schritten in die digitale Vermarktung

Um direkt gut strukturiert in das Praxismarketing zu starten, sollten Sie sich zu Beginn einen Überblick verschaffen, welche Marketingaktivitäten für Ihre Praxis sinnvoll sind und wie Sie sich positionieren möchten. Mit einer eindeutigen Positionierung finden Sie genau Ihre Wunschartpatient*innen, indem Sie Ihre fachlichen Schwerpunkte und Stärken aufzeigen. Fragen Sie sich des Weiteren, welche Ziele mit den Marketingmaßnahmen verfolgt werden sollen und welche Kommunikationskanäle dafür geeignet sind. Eine Praxiswebsite beispielsweise ist sowohl für Bestands- als auch für Neupatient*innen meist nicht nur die erste Anlaufstelle, sondern auch wichtige Informationsquelle. Weitere Maßnahmen, wie ein eigener Praxisblog, Social-Media-Accounts oder YouTube-Videos helfen zusätzlich dabei, das Vertrauen von Patient*innen in Ihre Kenntnisse zu vertiefen und Ihren Bekanntheitsgrad sowie Ihre Reichweite zu steigern.

Tipp: Digitale Services im Praxisalltag als Ergänzung zum digitalen Marketing

Ein Praxisprofil bei Doctolib unterstützt Sie aktiv bei der Patientenbindung. Neben der 24/7-Online-Terminbuchung werden Patient*innen automatisch an ihren nächsten bevorstehenden Termin erinnert und Terminausfälle somit um bis zu 58 Prozent reduziert.³ Mit dem automatisierten Recall-Management laden Sie Patient*innen zudem frühzeitig zu ihren Vorsorgeuntersuchungen ein. Patient*innen können über ihren eigenen Doctolib-Account auch bequem den nächsten Termin in Ihrer Zahnarztpraxis vereinbaren oder absagen und direkt einen neuen Termin buchen. Des Weiteren werden durch die digitale Warteliste Terminlücken schnell geschlossen, denn Doctolib informiert Patient*innen über den nächsten buchbaren freien Termin. Die Benachrichtigungen laufen automatisch und komfortabel via E-Mail und SMS – so wie es Ihre Patient*innen von vielen modernen Dienstleistungen kennen.

Stellen Sie Ihre Zahnarztpraxis online gut auf

Praxismarketing gibt Ihnen die Möglichkeit, sich als moderne Einrichtung zu präsentieren und digital mit Patient*innen zu kommunizieren. Diese möchten wissen, was für eine Praxis sie besuchen, und informieren sich online über die Behandlungsmöglichkeiten, das Team und Ihre Einrichtung. Ein Praxisprofil auf einer Patientenplattform ergänzt Ihren Marketingmix als zusätzlichen Akquise- und Informationskanal. Vieles wird heute schon online gebucht – Reisen, Restaurants, Friseurbesuche. Wieso also nicht auch der Termin in der Zahnarztpraxis? Bieten Sie Ihren Patient*innen digitale Services und moderne, einfache Kommunikationswege an.



INFORMATION III

Doctolib GmbH • www.info.doctolib.de

Infos zum Unternehmen

Tipp: Kostenlose Expertentipps für ein erfolgreiches Praxismarketing

Doctolib ist das Wissenslabor von und für Ärzt*innen und Gesundheitsfachkräfte von Doctolib. Wir haben hier gemeinsam mit Fachexpert*innen hilfreiche Informationen exklusiv für Sie zusammengestellt. In der Reihe „Praxismarketing“ finden Sie unter anderem Informationsmaterialien mit Handlungsempfehlungen und Tipps in unterschiedlichen Formaten, z. B. Broschüren, Checklisten, Webinar-Aufzeichnungen und Podcasts.

Schauen Sie vorbei auf doctolib.info/doctolib



Lesen Sie in der Broschüre **Das 1x1 des digitalen Praxismarketing – so wird es zum Erfolg ...** wie Sie Ihre Online-Sichtbarkeit signifikant erhöhen, Ihre Patientenzufriedenheit steigern und zudem Neupatient*innen gewinnen können.

Jetzt herunterladen:

