NEUE PATIENTEN GEWINNEN?

Ja! Aber die passenden!

© shaunl – istockphoto.com

Ein Beitrag von Katja Mannteufel

FIRMENPORTRÄT /// Egal, ob Großstadtpraxis oder Praxis auf dem Land: Jede Praxis stellt sich wohl regelmäßig die Frage nach der Patientengewinnung. Wie machen Praxisinhaber potenzielle Patienten also am besten auf sich aufmerksam – und zwar die passenden?

#nachgefragt ...

nachgefragt ... sponsored by ist das neue *ZWP*-Audioformat für Dentalunternehmen und ihre Experten. Es legt Hörern quasi den Markt aufs Ohr und bietet Unternehmen die Möglichkeit, in kurzweiligen Audiointerviews auf ihre Firmenentwicklung, aktuelle Produkte oder ihnen wichtige Themen hinzuweisen. Die vorliegende *ZWP*-Ausgabe startet die erste ***nachgefragt ... sponsored by***-Folge mit dem Würzburger Unternehmen OMB AG Online.Marketing.Berater. Nils Gläser ist CEO und Vorstandsvorsitzender, seit 2003 im Onlinemarketing aktiv und somit ein gefragter Experte auf diesem Gebiet. Im Interview spricht er über Anspruch und Ziele der OMB AG Online.Marketing.Berater. die Leistungen des Unternehmens speziell für die Dentalbranche und was er Zahnärzten für ein lokales Onlinemarketing empfiehlt.

nachgefragt ... sponsored by-Folge mit Nils Gläser.

Im Gespräch mit

Nils Gläser

CEO und Vorstandsvorsitzender
OMB AG, Würzburg

www.omb.ag

sponsored by OMB ONLINE MARKETING BERATER

präsentiert von ZWP ONLINE

Porträt: © OMB AG

Was früher das Telefon- oder Branchenbuch war, ist heute ganz klar das Internet: Die Mehrzahl aller Menschen nutzt es für die Recherche nach einer für sie geeigneten Praxis. Rund 94 Prozent der Deutschen bedienen sich dabei der gängigen Suchmaschinen (Quelle: www.internetworld.de) – egal, ob sie dabei eine fußläufige Generalistenpraxis oder eine dezidierte Spezialistenpraxis suchen, ob eine neue Praxis gesucht wird oder ein Praxiswechsel ansteht.

Aufmerksamkeit schaffen – wo und wie?

Praxen müssen deshalb im Internet über die richtigen Kanäle sichtbar sein. Die Spezialisten der OMB AG Online.Marketing.Berater. sind seit vielen Jahren in der Dentalbranche erfolgreich und kompetenter Partner, wenn es darum geht, mit Onlinemarketing die (richtigen) Neupatienten zu gewinnen – auch im passenden Einzugsgebiet. Die Strategie der OMB AG beruht dabei auf sechs Kernkompetenzen, die einem Periodensystem ähnlich nach ihren Eigenschaften geordnet sind: So steht SEO für Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung), ORM für das Online Reputation Management, IPR für Internet Public Relations, SEA für Search Engine Advertising (Suchmaschinenwerbung), SMM für Social-Media-Marketing und INM für Influencer Marketing. Dabei braucht es mehr als eines dieser Elemente, um im Internet nachhaltig erfolgreich zu sein.

Das Periodensystem der OMB AG Online.Marketing.Berater. sorgt für passgenaue Strategien für den Praxiserfolg: zielgerichtet, messbar, performant.

ANZEIGE

Onlinemarketing-Mix für Praxen

Die langjährige Erfahrung der OMB AG zeigt, dass es für Praxen und ihre Behandler auf die richtige Kombination der Elemente ankommt. Empfehlenswert sind in diesem Zusammenhang vor allem SEO, SEA sowie ORM und IPR.

1 SEO

SEO – Suchmaschinenoptimierung

Um im World Wide Web bestmöglich gefunden zu werden, kommt keine Praxis an einer effektiven Suchmaschinenoptimierung vorbei. Nur wenn es gelingt, sich mit der eigenen Website aus der Masse der Suchergebnisse abzuheben, wird zum einen mehr Traffic generiert – sprich: potenzielle neue und passende Patienten, die auf die Praxis aufmerksam werden – und damit auch mehr Umsatz auf dem jeweils gewünschten (Fach-)Gebiet bzw. Praxisschwerpunkt. Ziel der SEO ist es daher, die Praxis-Homepage, die Social-Media-Profile der Praxis und Blogs in den oberen Top-Rankings von Google zu platzieren. Und das nach Möglichkeit mit den Suchbegriffen, die das höchste Suchvolumen besitzen, also am häufigsten bei der Suche eingegeben werden, genau zu Praxisportfolio und -philosophie passen und ein entsprechendes Umsatzvolumen versprechen.

OMB ONLINE MARKETING BERATER

Weitere Infos unter www.omb.ag

4 SEA

SEA – Suchmaschinenwerbung

Das Schalten von Werbung in Suchmaschinen ist ein effizientes Mittel, um die potenzielle Zielgruppe anzusprechen und den Umsatz zu steigern, auch außerhalb von klassischen Webshops. So lässt sich mit professioneller SEA, beispielsweise via Google Ads, die Praxiswebsite über bestimmte Keywords gekonnt in den Werbespalten von Google positionieren. Voraussetzung, um über die Suchmaschinenwerbung sichtbar zu werden, sind eine präzise Analyse der Zielgruppe und der Suchbegriffe, eine entsprechende Kampagnenerstellung inklusive einer soliden Budgetierung und die regelmäßige Auswertung der Kampagnen. Das Team der OMB AG übernimmt auf Wunsch die gesamte und individuelle Umsetzung inklusive der Anzeigenerstellung und der Verwaltung von Account und Budget.

2 ORM

3 IPR

ORM und IPR – Online Reputation Management und Internet Public Relations

Im Internet verbreiten sich negative Kommentare rasant. Während die Kritik unzufriedener Patienten früher mündlich nur wenige Menschen wie Verwandte, Nachbarn oder Kollegen erreichte, kommt durch die Reichweite diverser Onlinemedien ein gewisser Schneeballeffekt zum Tragen. Auf diese Weise multiplizieren sich unliebsame Kritiken fast schneller, als dass diese geäußert worden sind. Doch Praxen und Behandler sind ihrem Ansehen im Internet keinesfalls schutzlos ausgeliefert. Sowohl das Markenimage als auch die persönliche Reputation lassen sich über ORM aktiv steuern. Die OMB AG sorgt mit entsprechender Analyse, mit Strategien und Lösungen für ein positives Image oder optimiert dieses nach einem Imageschaden wieder. Auch das Instrument der IPR eröffnet dabei viele Möglichkeiten, um die Bekanntheit der Praxis und der Behandler zu steigern, das gewollte Image zu generieren und die Loyalität bzw. das Vertrauen der Patienten (wieder)zugewinnen.

Fazit

Die Angebote der OMB AG Online.Marketing.Berater. eröffnen Praxen, Inhabern und Behandlern vielfältige Möglichkeiten, professionelles Onlinemarketing gezielt für die Gewinnung neuer und vor allem passender Patienten zu nutzen. Die Unternehmensstandorte in Würzburg, Frankfurt am Main, Dortmund und Berlin bieten dabei eine regionale bzw. lokale Expertise – für ein organisches und gesundes Praxiswachstum nach Plan.

© shaunl – istockphoto.com

OMB AG Online.Marketing.Berater. • Tel.: +49 931 260275-000 • info@omb.ag • www.omb.ag

BEAUTIFIL Flow Plus X

BEAUTIFIL II LS

Injizierbares Hybridkomposit in zwei Viskositäten mit Xtra Glanz

- Ideal für Restaurationen der Klassen I bis V, einschließlich Okklusalflächen
- Natürliche Ästhetik durch Chamäleoneffekt
- Sehr gute Polierbarkeit und dauerhafter Glanz

Pastöses Komposit für Front- und Seitenzahnfüllungen

- Niedrige Polymerisationsschrumpfung (< 1 %) und geringer Schrumpfungsstress
- Natürliche Lichtleitung und -streuung
- Hohe Abrasionsstabilität und antagonistenfreundliche Oberflächenhärte
- Fluoridabgabe und -aufnahme

SHOFU

www.shofu.de

VIDEO
Ästhetische Lösungen im Praxisalltag
Step by Step
Dr. Thomas Reißmann, Zwickau