



Prof. Dr. Thomas Sander

© Vadim Sadovskii/Shutterstock.com

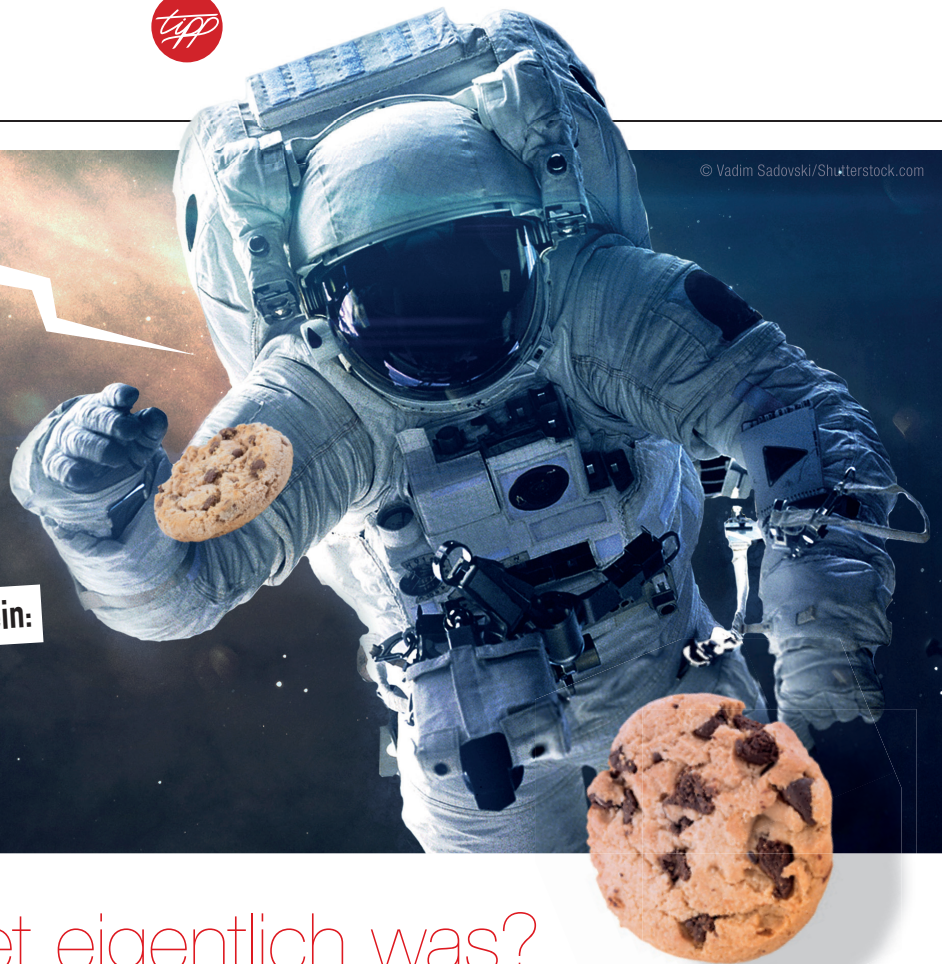
Meldung aus dem **Web**space!

Habe die **Cookies** platziert ...

Gut gemacht! Der **Traffic** beim

Wiedereintritt sollte nicht zu stark sein:

Freie Fahrt zur **Landingpage**!



Was bedeutet eigentlich was?

Jeder Experte verwendet naturgemäß häufig die eigenen Fachbegriffe. Mit der Zeit vergisst man dann, dass Gesprächsteilnehmer oft gar nicht wissen, wovon jeweils die Rede ist. Im Hinblick auf das immer wichtiger werdende Marketing finden Sie im Folgenden ein paar Erklärungen für die dem Autor häufig gestellten Fragen:

AdWords: Bezahlte Anzeigen bei Google. Sie legen Keywords (z.B. „Implantate“) fest, bei deren Eingeben in das Suchfenster von Google eine Anzeige Ihrer Website auf dem PC des Users erscheint. Für jeden Klick des Users zahlen Sie an Google einen bestimmten Betrag. Die Höhe des Betrages bestimmen Sie (z.B. 3 EUR). Je höher er ist, desto besser platziert erscheint Ihre Anzeige. Sie legen einen Maximalbetrag pro Monat fest (z.B. 500 EUR). Wenn der aufgebraucht ist, erscheint die Anzeige nicht mehr.

Backlink: Eine Verlinkung, die von einer fremden Website auf Ihre eigene Website verlinkt.

Brand, Branding: Marke, Entwicklung einer Marke, alle Maßnahmen, die das eigene Angebot von dem der Wettbewerber abheben sollen.

Browser: Computerprogramme, mit denen Webseiten im Internet angesehen werden können. Bekannt sind z.B.: Internet Explorer Mozilla Firefox, Google Chrome etc.

Content: Textlicher und bildlicher Inhalt einer Website.

Cookies: Kurze Textinformationen, die von einer Website in Ihrem Browser gespeichert werden.

Vorteil: Sie finden die Website zukünftig schneller. Nachteil: Auf diese Weise können Nutzerprofile erstellt werden.

Datenschutz: Hier werden dem Nutzer z.B. der zahnärztlichen Website alle Informationen zur Verfügung gestellt, die im Zusammenhang mit dem Datenschutz rechtlich relevant sind. Zum Beispiel ob und wie Cookies eingesetzt werden oder ob ein Analysetool installiert ist (z.B. Google Analytics).

Vorsicht: Die meisten zahnärztlichen Websites sind hier nicht rechtssicher.

Google+: Soziales Netzwerk, Wettbewerbsprodukt von Google zu Facebook.

Google My Business: Kostenlose Präsenz einer „Mini-Website“ für ein Unternehmen.

Sie können Ihre Praxis bei Google anmelden, dann erscheinen die Informationen, die Sie bestimmen (Telefon, Sprechzeiten, Stadtplan mit der Lage der Praxis etc.), bei der Google-Suche in einem separaten Fenster.

Homepage: Das ist die Startseite der Website, die angezeigt wird, wenn der Domainname eingegeben oder aufgerufen wird. Oft auch nur „Home“ genannt.

Hoster: Ein Provider kann einen Webserver betreiben. Das Unterbringen von Websites darauf nennt man Webhosting. Denjenigen, der die Website dort hochlädt bzw. betreut, nennt man Hoster.

Ad Impression: Als Ad Impression wird die Anzahl der abgerufenen Werbemittel, beispielsweise einer Anzeige bei Google, bezeichnet. Der Server übermittelt eine Information, wie oft eine Anzeige angesehen wurde, und dies wird als Impression bezeichnet.

Impressum: Die Verantwortlichkeiten im Zusammenhang mit einer Website werden im Impressum dargelegt.

Vorsicht: Die meisten zahnärztlichen Websites sind hier nicht rechtssicher.

Klickrate: Die Klickrate Click-Through-Rate (kurz: CTR) beschreibt die Anzahl der Klicks auf Werbefbanner oder Sponsorenlinks im Verhältnis zu der Zahl der gesamten Impressionen.

Konversion: Die Konversion bzw. die Konversionsrate beschreibt verschiedene Arten von Umsetzungserfolgen, beispielsweise die tatsächlich generierten Neupatienten pro Marketingmaßnahme.

Landingpage: Die Landingpage ist die Webseite, auf die der User von einem Google-Suchergebnis aus gelangt. Wenn Sie z.B. Implantate als Keyword einsetzen und Ihre Website daraufhin dem suchenden Patienten als Link angezeigt wird, sollte dieser auf die Unterseite „Implantate“ Ihrer Website führen, damit der Interessent sofort die Informationen erhält, die er wünscht.

Marketing: Das umfasst alle Maßnahmen, die zu einer Steigerung des Umsatzes eines Unternehmens führen sollen.

Projektmanagement: Die Erstellung professioneller Websites erfordert die Abstimmung zwischen den gestalterischen und inhaltlichen Wünschen des Kunden, dem Designer, Programmierer und Hoster. Dies wird mit dem Projektmanagement realisiert.

Provider: Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen (z.B. Internetzugang). Wenn Sie Ihren Internetzugang über die Telekom herstellen, ist die Telekom Ihr Provider oder Telekommunikationsnetzbetreiber.

SEO: Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung. Alle Aktivitäten, die zur Verbesserung des Rankings bei Google führen.

Server: Meist als Hardwarekomponente verstanden: Zentraldatenbereinsteller für „Clients“ (andere Computer, verbunden durch ein Netzwerk).

SSL-Zertifikat: SSL ist ein Code auf dem Webserver, der die Onlinekommunikation absichert (gesicherte Verbindung). Das Zertifikat verifiziert Ihre Unternehmensdaten und schafft Vertrauen (Authentifizierung). Gut für die Suchmaschinenoptimierung (SEO).

Teaser: Kurze Text- oder Bildinformation, die einen Inhalt nur anreißt. Die näheren Informationen sind durch einen Link zu erreichen.

Traffic: Datenverkehr, Fluss von Daten. Wenn Zugriffe auf eine Webseite häufig sind, hat die Seite einen hohen Traffic.

USP: Unique Selling Proposition, Alleinstellungsmerkmal, herausragendes Leistungsmerkmal.

Webdesigner: Künstlerischer Gestalter einer Website.

Webpage: Eine einzelne (Unter-)Seite der Website

Webprogrammierung: Umsetzung der Gestaltung in ein Programm, das die Sichtbarmachung im Internet ermöglicht.

Webseite: Siehe Webpage

Website: Site steht für Stätte, Standort, Gelände. Web heißt Netz. Die Website ist der Standort, an dem sich die Homepage und verschiedene Unterseiten (Webpage, Webseite), die mit der Homepage verlinkt sind, befinden. Wenn Sie die Domain „Zahnarzt-Musterstadt.de“ haben, befinden sich die sichtbaren Inhalte auf der zugehörigen Website. Site steht nicht für „Seite“. Seite heißt „Page“, Unterseiten z.B. Sub-Pages. Die Homepage ist streng genommen auch eine Webseite, nämlich die Startseite der Website

Webspace: Speicherplatz für Dateien bzw. Websites auf einem Server, der den ständigen Zugriff über das Internet ermöglicht.

INFORMATION

Prof. Dr.-Ing. Thomas Sander
Lehrgebiet Praxisökonomie
Medizinische Hochschule Hannover
Carl-Neuberg-Straße 1
30625 Hannover
Tel.: 0171 3271140
sander.thomas@mh-hannover.de
www.prof-sander.de

Infos zum Autor



Sander Concept GmbH
Infos zum Unternehmen



Einteilige Implantologie - der patientenfreundliche Weg zu mehr Lebensqualität

> patientenschonend
> preiswert
> schnell

Workshops 2017

Live-OP | Hands-on | Vortrag

Mi. 18.10. Sa. 25.11.

99,- Euro netto | 4 Punkte

Referent:

Dr. med. dent. R. Eisenkolb M.Sc.
Master of Science Implantologie

Made in Germany



Nature Implants GmbH
In der Hub 7
D- 61231 Bad Nauheim
www.nature-implants.de