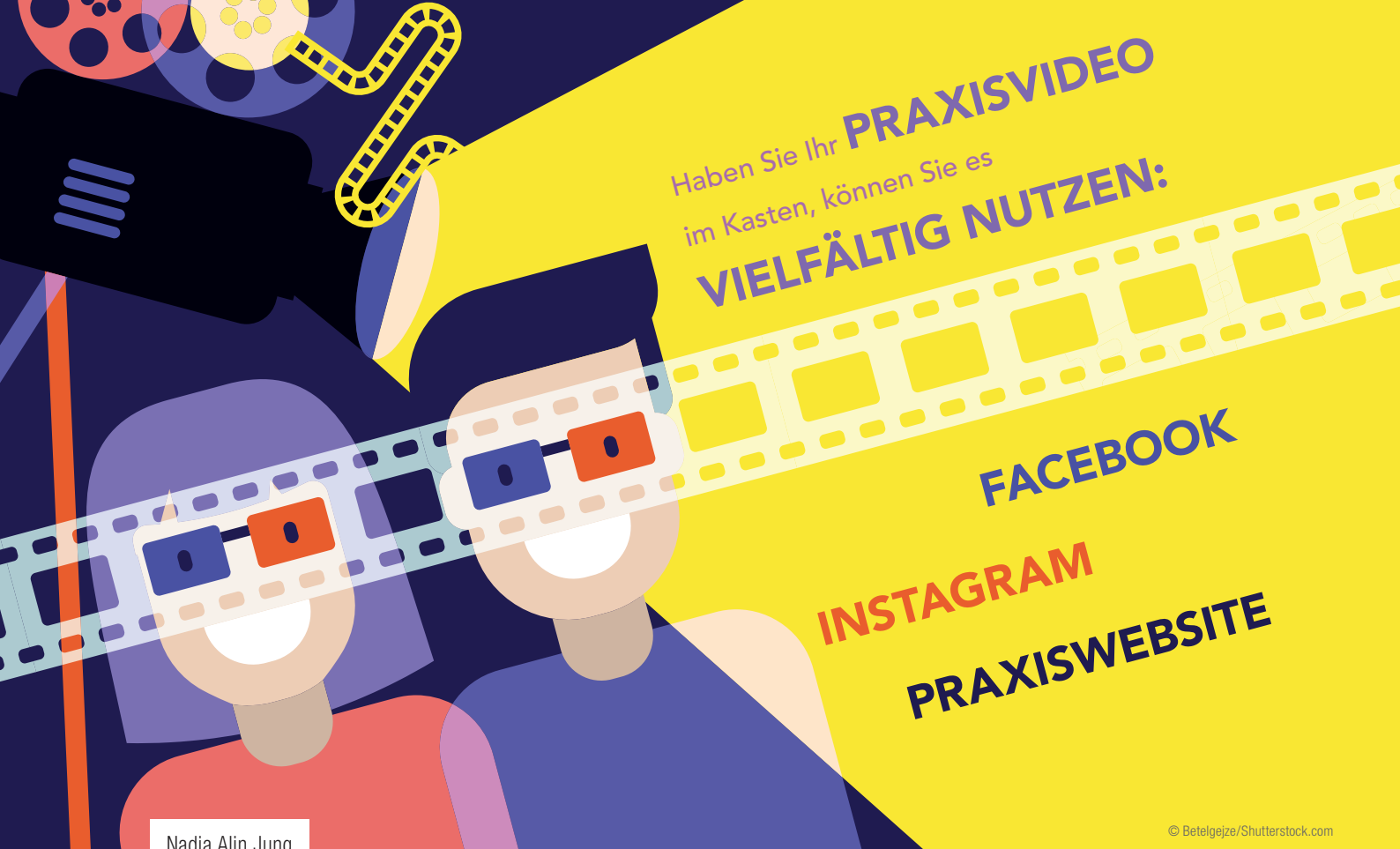




Film ab! Mit dem eigenen Praxisvideo Patienten gewinnen

ONLINEMARKETING Eine professionelle Onlinestrategie gehört inzwischen zu den Must-haves des Praxismarketings, denn nirgends erreichen Sie so viele potenzielle Patienten wie im Internet. Doch ob Website, Bewertungsportal oder Social Media – für alle Plattformen gilt: Je mehr Ihr Content die Zielgruppe auf emotionaler Ebene anspricht, desto besser für den Marketingerfolg. Und wie könnten Emotionen besser transportiert werden als per Imagevideo?

Sie sind fachlich hochkompetent und bieten Ihren Patienten herausragende zahnmedizinische Leistungen auf dem neuesten Stand der Technik. Ihre Praxis ist modern und einladend gestaltet und Ihr Team glänzt mit einem einzigartigen Patientenservice. Aber wie vermitteln Sie all dies einem potenziellen Neupatienten noch bevor er Sie und Ihre Praxis persönlich kennenlernt?

Storytelling: Was zählt, ist die Geschichte

Das Stichwort heißt „Storytelling“. Eine emotionale Bildsprache vermittelt dem Betrachter die zwischenmenschliche Beziehung zwischen Ihnen und Ihren Patienten. Er kann sich in die Patientenposition hineinversetzen und baut bereits eine Beziehung zu Ihrer Praxis auf, bevor er sie zum ersten Mal betritt.

Und das Wichtigste: Mit dieser Story bleiben Sie im Gedächtnis.

Das funktioniert auch mit professionell aufgenommenen Praxisfotos. Aber noch besser klappt es mit Bewegtbild!

Praxisvideos können verschiedenste Inhalte transportieren: Das klassische Imagevideo stellt Sie und das Praxisteam vor und vermittelt dem Betrachter die Werte Ihrer Praxis. Sie können per Video aber auch Informationen vermitteln: Beispielsweise erklären Sie in einem „Expertenvideo“ die Vorzüge einer bestimmten Behandlung oder Ihrer Spezialisierung und stellen auf diese Weise Ihre Kompetenz in den Fokus. Oder Sie lassen Ihre Patienten persönlich zu Wort kommen: Testimonials eignen sich besonders gut, um Vertrauen herzustellen, denn die Kommunikation von Patient zu Patient wirkt

authentisch und spiegelt die Perspektive des Betrachters wider. Gerade bei komplexen, kostenintensiven oder besonders umfassenden Behandlungen ist dies ein guter Weg der authentischen Bewerbung.

Ein hochwertig produziertes Video vermittelt dem Betrachter aber noch mehr: Eine so spezielle Ansprache wie über ein Video haben nicht viele Ihrer Kollegen – Sie bieten dem Patienten etwas Besonderes und geben ihm das Gefühl, dass er genau bei Ihnen das gewisse Extra erhält, auf das er Wert legt.

Die Praxis wird zum Filmset: So entsteht Ihr Video

Wie jede gute Marketingmaßnahme sollte auch das Projekt Praxisvideo mit einem klaren Konzept beginnen: Über-

legen Sie zunächst, was Sie vermitteln wollen – und vor allem: wem! Die Zielgruppenbestimmung ist entscheidend für den Inhalt und die Gestaltung. Im nächsten Schritt gilt es zu bestimmen, wo das Videomaterial eingebunden werden soll. So können Sie gut vorbereitet den nächsten Schritt in Angriff nehmen: Ihren Drehplan.

Auf Sendung: Hier kommen Ihre Videos zum Einsatz

Haben Sie Ihr Praxisvideo im Kasten, können Sie es vielfältig nutzen: An erster Stelle steht dabei selbstverständlich Ihre Website. Dort können Sie gut ein Imagevideo einbinden, das die Philosophie Ihrer Praxis vermittelt. Und auch Testimonials werden gerne angeklickt. Grundsätzlich gilt: Bewegtbild erhöht die Verweildauer des Besuchers auf der Website, denn ein gutes Video erzeugt Interesse und möchte bis zum Schluss gesehen werden. Damit sind seine Verwendungsmöglichkeiten aber noch lange nicht erschöpft:

Auch auf Social-Media-Kanälen wie Facebook und Instagram können Sie Ihr Videomaterial veröffentlichen, um auf sich aufmerksam zu machen. Entscheidend ist bei der Auswahl der Kanäle die Zielgruppe: Im Video geht es um Zahnersatz? Dann ist Instagram nicht unbedingt das Richtige. Die Vorzüge eines Bleachings hingegen können Sie dort gut vermitteln.

Und auch für eine Werbekampagne in Ihrer Stadt kann Bewegtbild sinnvoll sein: Über den Videoscreen am Bahnhof könnte schon bald eine Sequenz aus Ihrem Imagevideo flimmern.

Fazit

Für Ihre Praxisvideos sollten Sie sich unbedingt Zeit nehmen und in eine professionelle Umsetzung investieren. Sie werden schnell feststellen, dass es sich lohnt: Mit einer so persönlichen Patientenansprache heben Sie sich vom Wettbewerb ab und sprechen anspruchsvolle Patienten an. Um diese auf dem umkämpften Gesundheits-

markt für sich zu gewinnen, müssen Sie heute zu besonderen Maßnahmen greifen. Hier ist das Praxisvideo ein Medium, von dem Sie lange profitieren und das Sie vielfältig einsetzen können. In diesem Sinne: Film ab!

INFORMATION

Nadja Alin Jung

m2c | medical concepts & consulting
Mainzer Landstraße 164
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 069 460937-20
info@m-2c.de
www.m-2c.de



Infos zur Autorin

ANZEIGE

Flexibilität

in Form und Service

Sterilisationszeilen von Le-iS

nach individuellen Vorstellungen und Wünschen planbar ...

Möbellinie Veranet:

- gerade Blendenform
- U-Griffe
- Vollauszüge mit Dämpfungssystem
- umlaufende Dichtungen an allen Blenden
- verschiedene Arbeitsplatten möglich



... unser Außendienstteam
berät Sie gerne, auch vor Ort.



Veronika Ratajczak

Gebiete: Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz,
Saarland, Baden-Württemberg, Bayern und Schweiz
E-Mail: v.ratajczak@le-is.de
Mobil: 01 72 / 1 87 23 64

Nicole Krug

Gebiete: Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen,
Niedersachsen und Hessen
E-Mail: n.krug@le-is.de
Mobil: 01 77 / 8 68 98 63

Katrin Schelhase

Gebiete: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg,
Berlin, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen
E-Mail: k.schelhasse@le-is.de
Mobil: 01 72 / 1 88 24 36