Keep Calm and Dental On: Tipps für ein krisensicheres Praxismarketing

© Tierney – stock.adobe.com

Ein Beitrag von Daniel Münzenmayer

PRAXISMARKETING /// Die Corona-Pandemie hat uns vor große Herausforderungen gestellt. Neben vielen zusätzlichen Anforderungen und Aufgaben gerät dabei das eigene Praxismarketing schnell aus den Augen. Dies sollte jedoch keinesfalls vernachlässigt werden, um bestehende Patienten weiterhin zu binden und neue Patienten zu gewinnen.

Mit den folgenden sieben Tipps können Sie selbst oder ein professioneller Dienstleister dazu beitragen, dass dies der Fall ist.

1. Schreiben Sie Ihre Bestandspatienten an

Immer noch herrscht bei vielen Patienten große Verunsicherung, und vermeintlich unwichtige Dinge wie Kontrolltermine und Prophylaxe werden aufgeschoben. Um diese wichtigen Umsatzposten zu stärken, können Sie sich mit einem kurzen, sympathischen Brief oder einer Karte (sofern die Adressen vorliegen und genutzt werden dürfen – natürlich auch kostensparend per E-Mail) bei Ihren Patienten in Erinnerung bringen. Achten Sie auf eine freundliche, offene Ansprache, die die Corona-Situation ernst nimmt, aber auch zeigt, dass Sie als Zahnarztpraxis bestens darauf eingestellt sind.

2. Pflegen und aktualisieren Sie Ihren Google My Business-Account

Gegebenenfalls geänderte Sprechzeiten sollten Sie hier veröffentlichen – ebenfalls können Sie die Beitragsfunktion nutzen, um zum Beispiel aktuelle Informationen zum Hygienekonzept, Abstandsregeln, Besonderheiten bei der Terminvergabe et cetera zu veröffentlichen.

Limitierte Aktion „Zähne zeigen"

Jetzt **Gratis*-Postkarten** zur Reaktivierung Ihrer Patienten bestellen. Gewinnen Sie Ihre Bestandspatienten zurück, erhöhen Sie Ihre Prophylaxequote und steigern Sie Ihren Praxisumsatz – mit den Postkarten „Zähne zeigen" in Ihrem Praxisdesign.

Infos und Bestellung unter

www.praxiserfolg-steigern.de/zaehne-zeigen

*Sie tragen nur die Produktionskosten

Dadurch sprechen Sie alle Nutzer an, die Ihren Eintrag bei Google sehen, und das sind deutlich mehr als Ihre direkten Websitebesucher. Wussten Sie übrigens, dass Profile mit Bildern von Team und Räumlichkeiten deutlich häufiger aufgerufen werden?

3. Halten Sie Ihre Website aktuell
Aktualisierte Öffnungszeiten, Hygieneregeln und alles, was es sonst aktuell für den Praxisalltag und Ihre neuen und bestehenden Patienten zu berücksichtigen gibt, sollten Sie transparent und stets aktuell auf Ihrer Praxiswebsite veröffentlichen. Achten Sie dabei auf eine professionelle Gestaltung, die ernst und sachlich wirkt, aber nicht abschreckend. Gehen Sie auf Fragen oder Ängste von Patienten ein und thematisieren Sie diese proaktiv auf der Website. Präsentieren Sie sich bestehenden und neuen Patienten von Ihrer besten Seite!

4. Bieten Sie eine Videosprechstunde an
Ein einfacher, sicherer und zugleich komfortabler Service für Sie und Ihre Patienten: Bieten Sie eine digitale Beratung per Videosprechstunde an. Dies verringert die persönlichen Kontakte in der Praxis und bietet dadurch für alle Beteiligten mehr Schutz.

5. Verbessern Sie Ihr Ranking bei Google
Wer bislang noch nicht in die Gewinnung von neuen Patienten investiert hat, sollte dies spätestens jetzt tun. Durch die allgemeine Situation gibt es Verunsicherung und Abwanderung von Patienten. Investieren Sie jetzt in effektive Suchmaschinenoptimierung und -werbung, um neue Patienten zu gewinnen und weitere Umsatzausfälle in Zukunft zu verhindern.

6. Zeigen Sie sich in Social Media
Wenn Sie als Zahnarztpraxis noch nicht in Social-Media-Kanälen wie Instagram oder Facebook präsent sind, sollten Sie dies jetzt tun. Sie steigern damit Ihre Reichweite und können sowohl bestehende als auch neue Patienten erreichen. Geben Sie diesen einen Einblick in Ihre Räumlichkeiten, den Behandlungsalltag und stellen Sie Ihr Team vor. Zeigen Sie sich authentisch, menschlich und gleichzeitig professionell – auf detaillierte (blutige) Behandlungsaufnahmen sollte verzichtet werden.

7. Keep Calm and Dental On
Eigentlich kein Marketingtipp, aber sehr grundlegend: Bleiben Sie ruhig und machen Sie weiter mit Ihrem (angepassten) Praxisalltag. Wie bei der Beratung und Behandlung auch, überträgt sich die ausgestrahlte Ruhe auf Ihre Patienten – und auch Ihr Team. Das gibt Sicherheit und sorgt dafür, dass Patienten wiederkommen und Sie weiterempfehlen.

Fazit

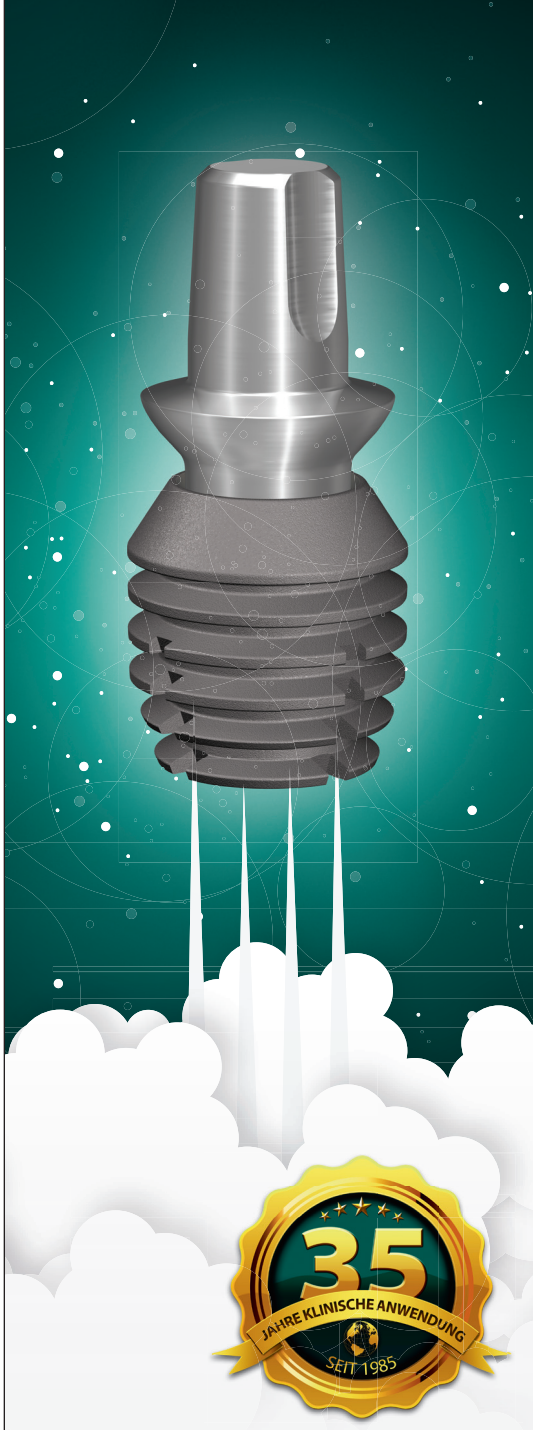
Um als Praxis weiterhin erfolgreich am Markt zu bestehen, sollten Sie nach wie vor auch in Ihr Praxismarketing investieren, um nachhaltig neue Patienten und gutes Personal zu gewinnen. Allerdings lohnen ein kritischer Vergleich und eine unabhängige Beratung, um abzuwägen, welche Marketingmaßnahmen wirklich messbaren Erfolg bringen und auf welche Maßnahmen im Moment verzichtet werden kann.

INFORMATION ///

Dipl.-Designer (FH)
Daniel Münzenmayer
ZIELGERICHTET Design & Kommunikation
www.zielgerichtet.de

Infos zum Autor

ANZEIGE



35 JAHRE KLINISCHE ANWENDUNG SEIT 1985

Jetzt starten!
Mit dem Original.

Die Kurzimplantate von Bicon® überzeugen Anwender und Patienten: Sie sind einfach im Handling, ihr einzigartiges Design fördert den crestalen Knochenerhalt und bietet einen wirksamen Schutz gegen Periimplantitis. Profitieren auch Sie von der Sicherheit, die 35 Jahre klinische Erfahrung Ihnen gibt. In Bicon® haben Sie einen Partner, auf den Sie sich verlassen können.

Mehr Infos:
www.bicon.de.com oder Tel. 06543 818200

Das kurze für alle Fälle

bicon® DENTAL IMPLANTS