

Das Geheimnis der erfolgreichen Praxis-Website

Wenn Patienten davon überzeugt sind, Ihre Praxis aufzusuchen und sich von Ihnen beraten oder behandeln zu lassen – dann ist Ihre Praxis-Website erfolgreich. Doch wie erreicht man dieses Ziel? Von Christina Sander, Bremerhaven.

■ Heute werden im Mittel nahezu 40 Prozent aller Neupatienten zum ersten Mal durch das Internet auf die Praxis aufmerksam, in die sie dann gehen. Berechnungen haben ergeben, dass im Umfeld jeder Praxis pro Monat mehr als hundert Patienten einen neuen Zahnarzt suchen – und zwar nur über Google. Insofern hat sowohl die Qualität als auch die Platzierung Ihrer Website massgeblichen Einfluss darauf, wie viele dieser suchenden Patienten sich für Ihre Praxis entscheiden.

Hauptsache: authentisch

Bei der Gestaltung der Website ist das oberste Gebot die Authentizität. Gleichzeitig muss erreicht werden, dass der Nutzer neugierig wird, möglichst lange auf der Seite verbleibt und „Lust auf mehr“ bekommt. Die Website muss Ihre Besonderheiten, Ihre – auch persönlichen – Eigenschaften ausdrücken. Um das zu erreichen, ist eine intensive Auseinandersetzung des Gestalters mit Ihnen, Ihrem Team und Ihrer Praxis insgesamt erforderlich. Die Erfassung Ihrer Individualität ist die Basis für den Erfolg des gesamten Designprozesses.

Jeder Zahnarzt sollte genau die Patienten bekommen, die zu ihm passen. Ermöglichen Sie potenziellen Patienten mit



Ein Beispiel: Website der Praxis Dres. Schmidt in Dörpen.

einer authentischen Website, Sie bereits kennenzulernen, bevor der erste persönliche Kontakt stattfindet.

Gratwanderung zwischen Bild und Text

Die Website ist ein visuelles Medium. Die Überzeugung, zu Ihnen zu kommen, wird über Emotionen und damit über Bilder erreicht. Entscheidend ist auch hier: Der Fotograf muss vom Webdesigner hinsichtlich der Positionierung informiert und eingestimmt worden sein. Dazu ist sowohl vom Designer als auch vom Fotografen Branchen-Know-how erforderlich.

Darüber hinaus ist es aber auch wichtig, Textinformationen zu platzieren. Zum einen hängt das mit dem Werbe-

wirkungsprozess zusammen, nach dem zwar die Aufmerksamkeit über die emotionale Ansprache erreicht wird, natürlich aber auch durch fachliche Beiträge überzeugt werden muss. Der Patient will nicht nur zu einem netten, sondern auch zu einem von ihm als fachlich gut empfundenen Zahnarzt gehen. Zum anderen ist die Suchmaschinenplatzierung essenziell. Und für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind Texte wichtig.

Suchmaschinenoptimierung

SEO ist ein zentrales Thema. Und es ist schwierig und komplex. Dies wird von vielen „Experten“ ausgenutzt, die Ihnen gegen entsprechendes Entgelt eine gute Google-Platzierung verkaufen wollen. Das Thema ist zu umfangreich, um es hier abschliessend darstellen zu können, aber grundsätzlich gilt: Je kundenorientierter Ihre Website ist, desto besser ist sie platziert. Für Google steht der Kundennutzen – das ist hier der Nutzen für den Patienten – im Vordergrund. Insofern gehen authentisches, individuelles Design und SEO Hand in Hand.

Selbstverständlich müssen bei der SEO auch technische Aspekte berücksichtigt werden, und die müssen auch bezahlt werden.

Auswahl des Webdesigners

Wenn Sie sich Referenzen von Webdesignern ansehen, achten Sie darauf, dass diese individuell erstellt wurden und möglichst wenige Ähnlichkeiten aufweisen. Achten Sie auf unterschiedliche Anordnungen der Navigationsleiste, auf verschiedene Farben und Schrifttypen, die Lage der Bilder, das Vorhandensein von Teasern und viele andere Details. Sobald Sie ein „Baukastensystem“ vermuten, wechseln Sie den Anbieter. Bitte werden Sie auch skeptisch, wenn Ihnen alle Referenzen eines Anbieters irgendwie gefallen. Zunächst einmal könnten Sie annehmen, dass Ihnen die für Sie zu erstellende Website auch gefallen wird. Tatsächlich ist aber stark anzuzweifeln, dass sich die Persönlichkeiten aller sich auf den Webseiten präsentierenden Zahnärzte so ähneln, dass diese geschmackliche Übereinstimmung gerechtfertigt wäre. Es ist dann wohl eher davon auszugehen, dass keine Positionierung vorgenommen wurde. Und das ist fatal. Auch im Hinblick auf die SEO, denn Wiederho-

lungen werden von Google abgestraft. Dann könnte es passieren, dass Websites heruntergestuft werden.

Ein Kriterium ist also, dass Sie Individualitäten bei der Gestaltung der Websites erkennen und damit auch akzeptieren, dass Ihnen einige Referenzen ausdrücklich nicht gefallen.

Was ist also das Geheimnis?

Zur Entwicklung einer wirksamen Website gehört selbstverständlich viel Erfahrung und Know-how. Von grösster Wichtigkeit ist dabei die Erfassung der Persönlichkeit des Praxisinhabers und die Positionierung der Praxis – im Interesse des Patienten und damit auch zum Wohle des Praxisinhabers. ◀

Infos zur Autorin



Christina Sander

Geschäftsführerin und Design-Chefin

Sander Concept GmbH

Auf den Kämpen 14a

27580 Bremerhaven, Deutschland

Tel.: +49 471 8061000

www.prof-sander.de

ANZEIGE

Bei bis zu **10% Messe-Rabatt*** macht Einkaufen besonders viel Freude!



* Auf alle Bestellungen, die Sie während der Messe an unserem Stand aufgeben, gewähren wir bis zu 10% Messe-Rabatt

Kontakt
Dr. Ihde Dental AG
Dorfplatz 11
CH-8737 Gommiswald / SG

Tel.: +41 (0) 55 293 23 23
Fax: +41 (0) 55 293 23 00
contact@implant.com
www.implant.com

Sie finden uns vom 22. - 24. Mai 2014 auf der Dental Bern 2014

Halle 2.0 // Stand B20
Alle Informationen zur Messe unter www.dentalbern.ch

IHDE DENTAL

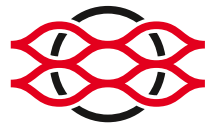
ORIGINAL **AIR-FLOW**[®] PULVER SUB- UND SUPRAGINGIVAL → DAS **PLUS** IN PROPHYLAXE



EMS-SWISSQUALITY.COM

AIR-FLOW[®] ist eine Marke von EMS Electro Medical Systems SA, Schweiz

creos™



Erleben Sie den Unterschied!

creos™ ist einfach in der Handhabung und verlässlich in der Funktion.



Die natürliche Barrieremembran lässt sich dank ihrer hohen Reißfestigkeit hervorragend in Form bringen. Das einfache Handling reduziert die Behandlungszeit und gewährleistet die sichere Abdeckung der Knochendefekte. creos™ eignet sich für Verfahren der gesteuerten Knochen- (GBR) sowie Geweberegeneration (GTR).

- bioresorbierbare nicht vernetzte Kollagenmembran
- unterstützt das Wachstum osteogener Zellen
- deutlich verlängerte Barrierefunktion
- exzellente Gewebekompatibilität
- erhältlich in drei verschiedenen Größen:
15 x 20 mm, 25 x 30 mm und 30 x 40 mm

Besuchen
Sie uns an der
DENTAL BERN!
Stand E30
Halle 2.0

 **Demo-Video**
creos.com



Das operative Handling ist unvergleichbar einfach. Kontaktieren Sie uns unter **0800 211 424** und Sie erhalten umgehend Ihre kostenlose Testmembran. Überzeugen Sie sich selbst! Sie werden den Unterschied sofort spüren.

