

Vorwort zur 2. Auflage

82 Prozent aller Deutschen ab 14 Jahren sind online, so ein Umfrageergebnis des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM). Und das nicht nur am Computer bei der Arbeit oder von zu Hause. Das mobile Surfen über Smartphones, Tablets, Net- und Notebooks hat sich längst etabliert. Diese Zahl zeigt, wie wichtig es ist, dass Unternehmen und Dienstleister im Internet präsent sind und Online-Marketing betreiben. Dies gilt ebenfalls für den Gesundheitssektor, also auch für Ihre Zahnarztpraxis.

Das bedeutet nicht, dass Sie Ihre bisherigen klassischen Marketing-Maßnahmen, wie Visitenkarten, Praxis-Flyer und Patienten-Broschüren, zum Altpapier bringen sollen. Nach wie vor wünschen sich Patienten, von ihrem Zahnarzt Informationen an die Hand zu bekommen, um diese in Ruhe zu Hause durchzulesen. Ebenso sind das klassische Empfehlungsmarketing, die Mund-zu-Mund-Propaganda unter Nachbarn oder der Tipp unter Freunden, nicht außer Acht zu lassen. Jedoch hat sich das private Schwätzchen am Gartenzaun in die Öffentlichkeit verlagert und ist gewissermaßen gewachsen: durch Links, Bilder und Videos, die über E-Mails, Portale oder Soziale Netzwerke verschickt oder gepostet werden. Zudem ist Interaktivität entstanden: Auch fremde Personen wollen ihre Meinung teilen, einen guten Tipp abgeben oder aber neue Patienten auf mögliche böse Überraschungen vorbereiten. Es zählt, aktiv mitzureden, dabei zu sein und sich in der Online-Community integriert zu fühlen. Marketing muss dort stattfinden, wo sich Menschen treffen und kommunizieren – und das ist heute zunehmend online der Fall.

Was heißt das nun konkret für Sie? Weitläufige Internetpräsenz, möglichst viele Freunde und Follower im Sozialen Netz gewinnen, kontinuierlich spannende Nachrichten zwitschern und posten und am besten jederzeit kommunikationsbereit sein? Und das mal eben zwischen zwei Zahnbehandlungen im ohnehin schon hektischen Praxis-Betrieb? Das wird kaum ein Zahnarzt schaffen – und schon gar nicht ohne Unterstützung des Praxis-Teams oder von Experten. Probieren Sie ein oder zwei der in diesem Handbuch vorgestellten Maßnahmen aus, zu denen Sie wirklich Lust haben und für die Sie sich die Zeit nehmen können. Denn Kommunikation kostet Zeit. Ebenfalls dauert es, bis sich messbare Erfolge einstellen – dessen sollten Sie sich bewusst sein. Doch wer den Anforderungen der heutigen Zeit und den Erwartungen der Patienten gerecht werden will, kommt an den neuen Online-Kommunikationsformen nicht vorbei. Trauen auch Sie sich, neue Wege im Online-Marketing zu gehen. Schritt für Schritt. Positionieren Sie sich im Internet, verleiht Ihnen das ein zeitgemäßes Image und bringt Ihnen Austausch, Anregungen, Abwechslung, viele neue Kontakte – mit Patienten, zahnärztlichen Kollegen und Partnern – und vielleicht auch Spaß und Freude.

Dieses Buch wird Ihnen einen Überblick über die Welt des Online-Marketings verschaffen und Ihnen konkrete Anleitungen und Tipps für die Umsetzung in Ihrer Praxis an die Hand geben. Inhaltlich erwartet Sie Folgendes: Die Marketing-Grundlagen führen Sie ins Thema ein. Wie Sie die klassischen Marketing-Maßnahmen, beispielsweise Presse-Arbeit, mit dem Internet verknüpfen können, lesen Sie in ► Kap. 2. Das Wichtigste zur Praxis-Website, die zentrale Anlaufstelle im Internet und damit ein Muss für das Online-Marketing, lesen Sie im dritten Kapitel. Jeder Zahnarzt will mit seiner Praxis weit oben in der Trefferliste von Google gefunden werden – wie das funktioniert, steht in ► Kap. 4. Hintergründe und Tipps

zum Social-Media-Marketing mit Facebook und Co. erfahren Sie in ► Kap. 5. Wer sich für einen eigenen Blog interessiert, findet in ► Kap. 6 Aufklärung und Tipps zur Umsetzung. Anschließend, in ► Kap. 7, klären die Autoren über die besonderen Rechtsvorschriften für Zahnärzte beim Werben auf, gehen auf das Berufsrecht, das Heilmittelwerbegezet sowie auf das Wettbewerbsrecht und Datenschutzgesetz ein. Abgerundet wird das Werk mit Basics zur IT-Sicherheit, mit denen Sie beim Online-Marketing immer in Berührung kommen.

Nun wünsche ich Ihnen durch die Lektüre dieses Praxis-Handbuchs viele neue und hilfreiche Erkenntnisse, viel Freude beim Umsetzen ausgewählter Online-Marketing-Maßnahmen und noch mehr Erfolg für Ihre Praxis. Frohes Kommunizieren!

Alexandra Köhler

Hamburg, im Frühjahr 2016

Online-Marketing für die erfolgreiche Zahnarztpraxis

Website, SEO, Social Media, Werberecht

Köhler, A.; Gründer, M.

2016, XVI, 165 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-48572-9