

Mit Online-Marketing den Praxisertrag steigern

> Dr. Peter Zeitz ist geschäftsführender Gesellschafter der Informationsstelle Gesundheit GmbH in Düsseldorf, einer Agentur für Praxis-marketing.



Gesundheitspolitische Dynamik, neue Praxisformen und steigender Kostendruck erfordern professionelle Wettbewerbsstrategien auch für Ärzte.

sowie freundlichem Personal im Anmeldebereich. Die Positionierung als Spezialist kann über Anzeigen, Praxisbroschüre und -video, Newsletter und Beiträge in Zeitungen erfolgen. Vorträge bei Gesundheitsveranstaltungen, Podcasts im Internet sowie eine gut gepflegte und übersichtliche Website vervollständigen das Profil.

Marketing ist als ganzheitliches Denken zu verstehen, das sich am Kundennutzen ausrichtet. Seit 2002 ist das Werbeverbot für Ärzte gelockert, sodass nun grundsätzlich Werbung für die Leistungen einer Praxis gestattet ist – wenn sie nicht anpreisend, irreführend und vergleichend ist. Das Ziel eines effektiven Praxismarketings ist der Aufbau eines hochwertigen Patientenstammes, wie Dr. Peter Zeitz, Geschäftsführer der Informationsstelle Gesundheit GmbH, erläutert: „Bereits von der Aufbauphase an müssen zwei Bedingungen erfüllt sein: Die Patienten müssen wissen, mit welchen speziellen Leistungen der Arzt ihnen helfen kann – und sie müssen dann schnell den Weg in die Praxis finden.“ Das beginnt bei einem gut sichtbaren Praxisschild, einer einladenden Atmosphäre

OPTIMIERTES ONLINE-MARKETING

70 % der Patienten finden ihren Arzt über das Internet. Online-Marketing wird deshalb immer wichtiger. Auffindbarkeit auf der ersten Google-Seite lässt sich mit einem sinnvollen Mix aus qualitativ hochwertigen Inhalten, Keyword-Optimierung, einer namensneutralen Praxis-Homepage, optimierten Einträgen in Bewertungs- und Patienteninformations-Portalen und der gezielten Anzeigenschaltung mit Google AdWords erreichen. Die Gewichtung der Maßnahmen hängt maßgeblich von Ausrichtung und Spezialisierung der Praxis ab.

