

Praxis-Marketing für Ärzte

# Patienten gewinnen im Internet

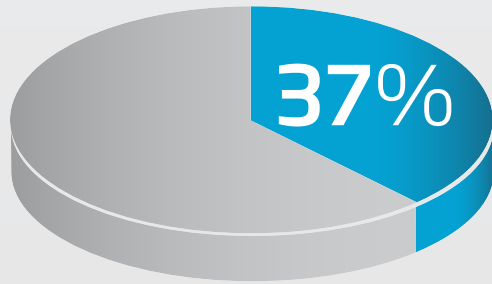


# Online-Marketing für Arztpraxen: Warum lohnt der Weg ins Netz?

**75%** der Deutschen nutzen regelmäßig das Internet<sup>1</sup>

**90%** der Akademiker sind online<sup>1</sup>

**50%** der Deutschen informieren sich online zum Thema Gesundheit<sup>2</sup>



**37%**  
der Deutschen suchen  
online nach einem Arzt<sup>3</sup>

**8 Mio** Bundesbürger suchen auf Arztbewertungsportalen  
nach einem Arzt (ca. 11% der Deutschen)<sup>2</sup>

Das Internet als Informationsquelle Nummer 1 hat die etablierten Verzeichnisse für die Arztsuche wie zum Beispiel Branchenbücher längst abgelöst. In einigen wenigen Jahren werden Patienten ihre Ärzte nur noch im Freundeskreis oder über das Internet suchen. Dort muss die Arztpraxis gefunden werden.

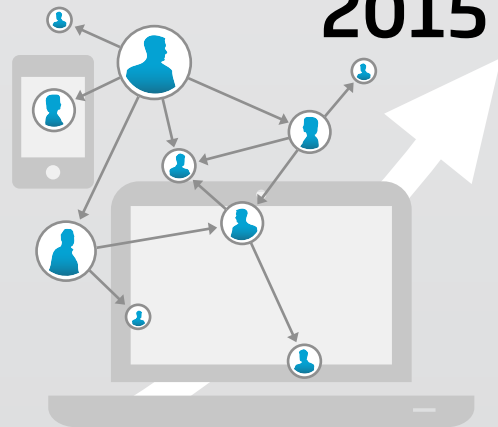


1995

2000

2010

2015



**Das Internet ist die  
Informationsquelle Nr. 1 -  
- auch bei der Arztsuche**

<sup>1</sup> (N)onliner-Atlas 2011

<sup>2</sup> MSL Gesundheitsstudie 2011

<sup>3</sup> Forsa-Umfrage im Auftrag der Bitkom 2012

# Vier Grundlagen zum Online-Marketing: Wie kommuniziert das Internet?

## Definieren Sie Ihre „Arzt-Marke“



Was macht Sie als Arzt besonders? Diese Frage sollten Sie für sich klar beantworten. Diese Vorarbeit wird Ihnen dabei helfen, sich mit Ihren individuellen Angeboten von anderen Kollegen zu differenzieren und sich im Internet erfolgreich zu Ihren Themen zu positionieren.

## Kommunizieren Sie einheitlich



Achten Sie darauf, dass Sie in allen Ihren Marketingmaßnahmen ein stimmiges und einheitliches Bild von sich vermitteln. Dabei sollten Sie immer wieder auf die Besonderheit zurückkommen, die Sie für sich als charakteristische definiert haben.

## Achten Sie auf individuelle und authentische Inhalte



Um Ihre „Arzt-Marke“ im Internet zu erfolgreich zu positionieren, sind individuelle Inhalte der Schlüssel zum Erfolg. Nutzen Sie für alle Ihre Online-Kanäle einzigartige Inhalte, die zu Ihnen und Ihren Charakteristika passen. Das ist nicht nur für Ihre Leser interessanter. Auch Google belohnt eigene Texte und straft doppelte Inhalte im Ranking ab.

## Seien Sie dialogbereit



Ein zentrales Charakteristikum des Online-Marketings ist der Dialog. Patienten haben vielfältige Möglichkeiten, öffentlich mit Ihnen in Kontakt zu treten und sich über Sie und Ihre Praxis auszutauschen. Nehmen Sie diese Dialogmöglichkeit an und antworten Sie Ihren Patienten. So zeigen Sie, dass Sie ihre Belange ernstnehmen.

# Online Patienten gewinnen: 6 praktische Tipps, die wirken.

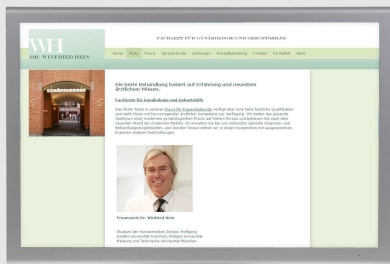
Mit einigen wenigen effizienten Maßnahmen gelingt der erfolgreiche Start im Internet.  
Ihre Arztpraxis kann sich schon bald über neuen Patienten aus dem World Wide Web freuen.

# 1.

## Praxis-Websites und Arztverzeichnisse: Was ist der beste Weg im Internet?

Für Arztpraxen gibt es zwei Wege, sich im Internet zu präsentieren. Die eigene Website und ein aussagekräftiger Eintrag bei einem guten Arztverzeichnis, wie zum Beispiel die größte Arztempfehlung Deutschlands jameda.

### Die Praxis-Homepage



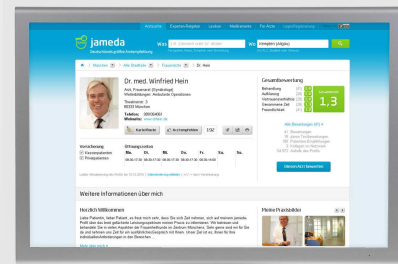
#### + Vorteile

- unbegrenzte Informationen anbieten
- komplett im praxiseigenen Design gestaltet
- Keine Limitierung bei Darstellung der „Arzt-Marke“

#### - Nachteile

- hoher Aufwand für die Erarbeitung von Inhalten
- große Zeitinvestition für die Erarbeitung des Design
- evtl. hohe initiale und laufende Kosten durch Agentur

### Eintrag in einem Verzeichnis



#### + Vorteile

- geringer zeitlicher Aufwand
- bereits viele Nutzer vorhanden
- besser gefunden werden bei Google

#### - Nachteile

- Infos im Design des Anbieters
- begrenzte Anzahl an Informationen
- Präsenz anderer Kollegen

## Kombination von Website und Verzeichniseintrag

Die Entscheidung zwischen eigener Website und Verzeichniseintrag muss keine entweder-oder-Frage sein. Ideal ist, beides zu kombinieren. Mit der Verlinkung zwischen Praxis-Homepage und Verzeichnis sorgen Sie für eine bessere Google Optimierung.



## 2.

# Die wichtigsten Inhalte auf Ihrer Online-Präsenz: Welche Informationen wünschen Patienten?

Unabhängig davon, ob sich die Patienten über die Praxishomepage oder den Verzeichnisdienstleister über Sie informieren, sie suchen nach Hinweisen, die ihnen die Auswahl des richtigen Arztes erleichtern. Folgende Informationen sind dabei für die Patienten besonders wichtig:<sup>1</sup>

### Kontakt & Anfahrt

Wie kann Sie der Patient erreichen (Telefon, Adresse, E-Mail, Routenplaner)?

### Behandlungs-Schwerpunkte

Wo liegen Ihre Kernkompetenzen? (diese Informationen interessieren Patienten besonders)

### Bilder

Zeigen Sie sich und Ihre Praxis (Portraitphoto Praxis-Team, Behandlungsräume)

### Leistungen

Welche Leistungen bieten Sie Ihren Patienten an?

### Kollegen-Netzwerk

Mit welchen Kollegen arbeiten Sie zusammen (auch fachübergreifend)?

### Praxisausstattung

Was bietet Ihre Praxis? (med. Ausstattung, Entertainment im Wartezimmer)



Es gilt: weniger ist oft mehr, legen Sie den Schwerpunkt auf Ihrer Kernkompetenzen.

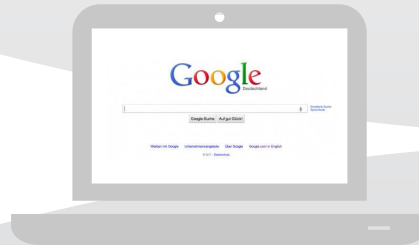
<sup>1</sup> Quellen: jameda Nutzerbefragung, TFT Mental-Model 2011

# 3.

## So werden Sie bei Google gefunden Wie rücken Sie bei Google weiter nach vorne?

# 34%

der Bundesbürger nutzen für ihre erste Anfrage auf der Suche nach dem richtigen Arzt die Suchmaschine Google.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Forsa-Umfrage im Auftrag der Bitkom 2012

Ein gutes Arztverzeichnis sorgt für die Googleoptimierung der dort verzeichneten Einträge.

Damit auch ihre Praxiswebsite gut gefunden wird helfen folgende Tipps:



### Sorgen Sie für gute und individuelle Inhalte

Google erkennt, ob Texte einzigartig sind und eine gewisse Qualität haben. Erfreuen Sie also die Besucher ihrer Website und Google mit individuellen und informativen Texten zu den Themen, zu denen Sie im Internet gefunden werden möchten.



### Bauen Sie ein qualitatives Netzwerk auf

Durch die Vernetzung mit anderen Websites erkennt Google die Relevanz ihrer eigenen Website. Daher sind Verlinkungen mit anderen Online-Angeboten wichtig. Es gilt jedoch Qualität vor Quantität. Vernetzen Sie sich besser mit Websites, die zu ihren Themen passen.



### Setzen Sie Ihren Link bei den richtigen Verzeichnisdienstleistern

Ein Link zu Ihrer Website auf einem großen, viel besuchten Online-Angebot hat eine besonders hohe Relevanz. Ein Eintrag ihrer Praxis in einem großen, reichweitenstarken Arztverzeichnis hat daher auch einen großen Effekt auf die Suchmaschinenoptimierung Ihrer Praxishomepage.

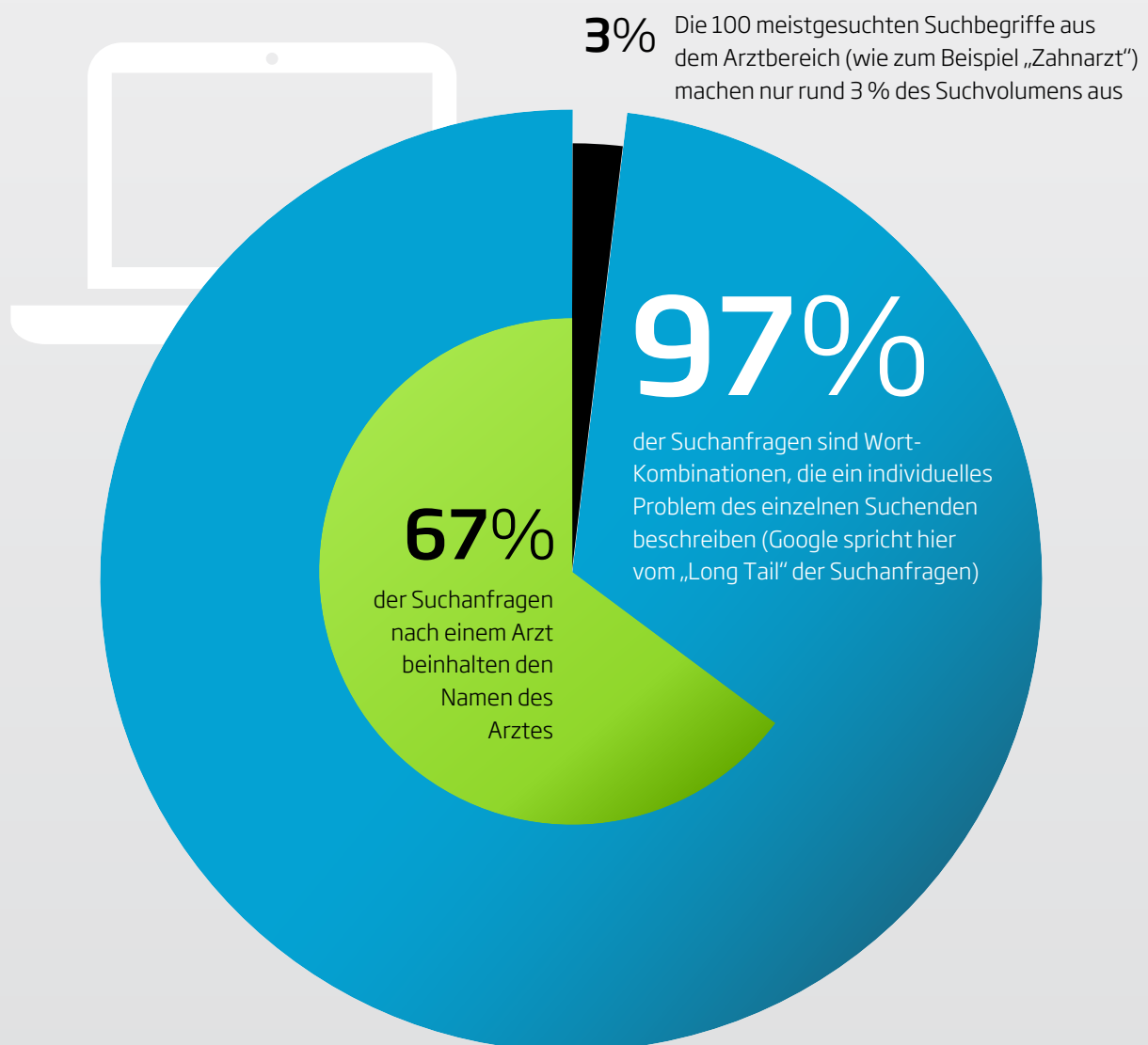


### Nutzen Sie die lokal Komponente

Für Ärzte ist es besonders wichtig, bei passenden Suchanfragen in ihrer Region gefunden zu werden. Dabei hilft zum Beispiel ein Eintrag in einem lokalen Verzeichnis (z. B. „Die Münchener“, „Berlin.de“). Ortsangaben im Footer der Website und im Impressum sorgen ebenfalls für eine lokale Verankerung.

# Wie suchen Patienten im Internet?

Fakten und Beispiele:



## Fazit:

Die meisten Patienten formulieren in bei ihren Suchanfragen sehr konkret, wonach sie suchen z. B. nach

kalkschulter behandlung im kreis zittau in sachsen



oder

öffnungszeiten dr. rottmann in münster



Daher ist es nicht entscheidend, dass Sie unbedingt bei allgemeinen Suchanfragen zu Ihrer Facharztbezeichnung auf Seite 1 stehen. Wichtiger ist, dass Sie zu den Suchanfragen, die zu ihnen passen gefunden werden. Mit einer eindeutigen und differenzierenden Positionierung haben Sie beste Chancen, dass genau die Patienten auf Sie aufmerksam werden, die Sie mit Ihren Leistungen ansprechen möchten.

# 4.

## Zufriedene Patienten sind die beste Empfehlung Wie animieren Sie Ihre Patienten Sie zu empfehlen?

Empfehlungen anderer Patienten sind seit jeher wichtig für die Wahl eines Arztes. Auf Verzeichnisdienstleistern mit Bewertungsfunktion, so genannten Arztbewertungsportalen, haben Patienten nun die Möglichkeit, ihre Erfahrungen über das Internet mit einem größeren Kreis zu teilen.

### 1. Warum sind Patientenempfehlungen wichtig?

- ★ Meinungen von Patienten genießen bei anderen Patienten hohes Vertrauen.
- ★ Die Anzahl Ihrer Patientenempfehlungen beeinflusst oft Ihren Platz in den Ergebnislisten der Arztbewertungsportale. Das heißt: Je mehr Patientenempfehlungen Sie dort haben, desto besser werden Sie gefunden.
- ★ Patientenempfehlungen sorgen dafür, dass Sie besser bei Google gefunden werden.
- ★ Die Patientenmeinungen geben Ihnen wichtiges Feedback zu Ihrer Praxisqualität und decken unter Umständen Schwachstellen auf, die im Praxisalltag nicht bemerkt werden.

### 2. Wie erhalte ich viele Patientenempfehlungen?

- ★ Bitten Sie Ihre Patienten persönlich, Sie zu bewerten
- ★ Legen Sie entsprechend Empfehlungsmaterialien Ihres Arztbewertungsportals aus
- ★ Nutzen Sie eine iPad Empfehlungs-App in Ihrem Wartezimmer



### Wichtig ist:

Geben Sie das Bewertungsmanagement nicht in fremde Hände. Unseriöse Dienstleister in diesem Sektor verfälschen oft Patientenmeinungen oder generieren gefälschte Berichte. Ein solches Vorgehen wirft ein schlechtes Licht auf Ihre Praxis. Zudem ist das Verfassen von Patientenmeinungen über Dritte wie z. B. Agenturen wettbewerbsrechtlich bedenklich.

### Was tun bei einer weniger positiven Empfehlung?



- Bleiben Sie gelassen: einige kritische Patientenmeinungen steigern die Glaubwürdigkeit Ihrer Bewertungen.
- Reagieren Sie auf die Bewertung mit einem freundlichen Kommentar. So stellen Sie Ihre Sicht der Dinge dar und zeigen, dass Sie die Meinung Ihres Patienten ernst nehmen.

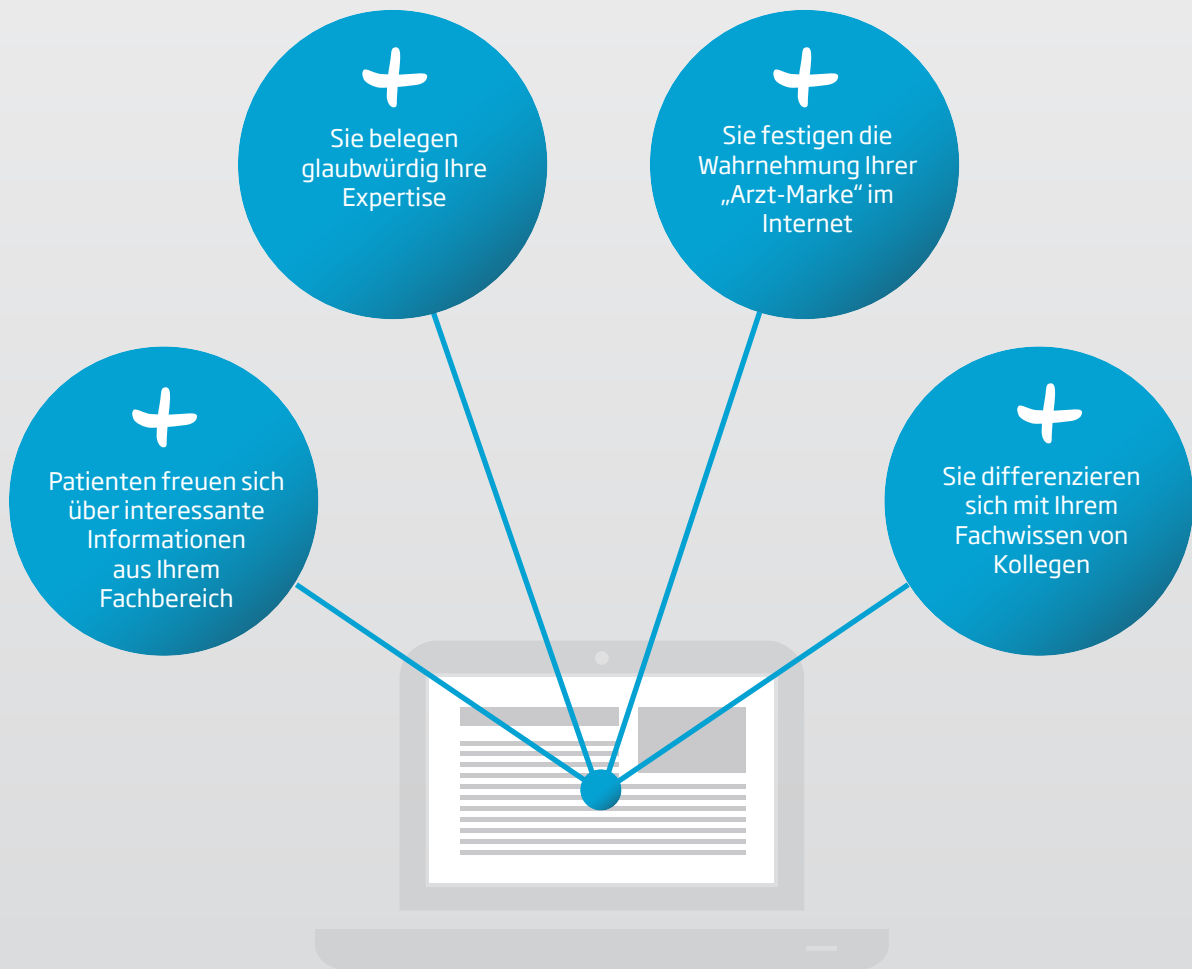


5.

## Zeigen Sie Ihre Expertise Wie publizieren Sie im WWW?

Mit Ihrem Fachwissen haben Sie wichtige Informationen, die Patienten interessieren. Nutzen Sie dieses Wissen für Ihre Inhalte.

### Warum ist es hilfreich Artikel im Web zu veröffentlichen?



### Wo können Artikel veröffentlicht werden?

- + auf Ihrer Praxishomepage
- + einige Verzeichnisdienstleister / Arztbewertungsportale geben Ärzten die Möglichkeit Inhalte zu veröffentlichen



# 6.

## Erfolge messen

### Wie messen Sie die Wirkung Ihrer Online-Marketing-Maßnahmen?

Online-Marketing hat einen großen Vorteil: Erfolge sind messbar. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um die Wirksamkeit Ihrer Maßnahmen zu überprüfen und Optimierungsmöglichkeiten zu haben.

#### So messen Sie Ihren Online-Erfolg:

- + Besucherzahlen und Aktionen auf Homepage analysieren (manche Anbieter bieten Systeme an, die Ihnen Einblick in Zugriffsstatistiken von Besuchern liefern)
- + Patienten befragen, über welche Quelle sie gekommen sind
- + Gute Arztverzeichnisse geben regelmäßige Reportings



#### Quellen und weiterführende Links:

- (N)onliner-Atlas 2011  
<http://www.nonliner-atlas.de>
- MS&L-Gesundheitsstudie 2010  
[http://www.virtuelles-wartezimmer.de/wp-content/uploads/2010/07/MSL\\_Gesundheitsstudie\\_Brochure\\_web2.pdf](http://www.virtuelles-wartezimmer.de/wp-content/uploads/2010/07/MSL_Gesundheitsstudie_Brochure_web2.pdf)
- Forsa Umfrage im Auftrag der BITKOM anlässlich des Weltgesundheitstages 2012:  
[http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Presseinfo\\_Weltgesundheitstag\\_06\\_04\\_2012.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_Weltgesundheitstag_06_04_2012.pdf)

Eine übersichtliche Zusammenstellung von Studien zum Thema „Mediennutzung im Gesundheitsbereich“ bietet das Forschungs- und Transferzentrum Medien und Gesundheitskommunikation der Hans-Bredow-Stiftung:  
<http://www.hans-bredowinstitut.de/de/ftzmediengesundheitskommunikation/ueber-forschungs-transferzentrum-medien-gesundheitskommunikation>

#### Kontakt:

jameda GmbH

Elke Ruppert

Leitung Unternehmenskommunikation

Tel.: 089 / 2000 185 85

E-Mail: [presse@jameda.de](mailto:presse@jameda.de)

[www.jameda.de](http://www.jameda.de)

[www.facebook.com/jameda.de](http://www.facebook.com/jameda.de)