

7 praktische Tipps für dein Praxismarketing

Wie kannst du mehr aus deinem Online-Auftritt herausholen? Wie kannst du deine Patienten online und in der Praxis noch zufriedener stellen? Wir haben 7 praktische Tipps für dein Praxismarketing zusammengestellt.

1. Stelle eine Marke dar, zu der Patienten Vertrauen aufbauen!

Marken zeichnen sich immer durch bestimmte Eigenschaften aus. Im Optimalfall wirken sie emotional, schaffen Vertrauen und geben den Kunden Orientierung. Stelle dir die Frage, ob du zwischen den anderen Arztpraxen in deiner Region in irgendeiner Form herausstichst. Bist du mit deinem Angebot, deinem digitalen Auftritt und dem damit verbundenen Gefühl am Puls der Zeit? Signalisiere mithilfe deiner Marke, warum gerade du ein fähiger Spezialist auf deinem Gebiet bist.

2. Kenne deine Zielgruppe!

Wissen deine Patienten, für was deine Praxis steht? Was können deine Patienten konkret von dir erwarten? Deine Maßnahmen sollten deine Marke und Positionierung widerspiegeln. Hier spielt deine Zielgruppe eine wichtige Rolle. Besonders interessant wird es, neue Kunden, wie Privat-Patienten anzusprechen. Wie sieht die Zielgruppe aus? Richtet sich dein Angebot an eine bestimmte Altersklasse, Frauen oder Männer und an Personen an einem bestimmten Standort? Auch bei der Frage nach der Lebenssituation von Privat-Patienten lassen sich passende Inhalte stricken, die für deine Zielgruppe interessant sind.

3. Setze dich auf deiner Website in Szene!

Das Internet ist ein anonymer Schauplatz. „Persönlichkeit zeigen“ lautet deshalb das Erfolgsrezept. Im Idealfall bauen potenzielle Patienten bereits beim Besuch deiner Website eine Bindung zu dir und deinem Praxisteam auf. Wir haben die wichtigsten Punkte für eine erfolgreiche Website-Gestaltung zusammengestellt:

- Ansprechende Gestaltung
- Einbinden von Bildern und Videos
- Veröffentlichen von hochwertigen Inhalten

- Alleinstellungsmerkmal sichtbar machen
- Inhaltliche und technische Aktualität
- Mobil optimiert
- Suchmaschinenoptimierung
- Nutzerfreundlich und einfach bedienbar
- Einbinden von Handlungsaufforderungen (Call-to-Actions)
- Kontaktdaten der Praxis leicht auffindbar machen

4. Liefere emotionale Inhalte, damit sich deine Patienten an dich erinnern!

Für einen ausgewogenen Inhalts-Mix und eine regionale Zielgruppenansprache brauchst du natürlich erst einmal Inhalte. Je spezifischer du hier arbeitest, umso sichtbarer wirst du. Denn wie ein Schnupfen behandelt wird, zeigen bereits genügend Mediziner und Nicht-Mediziner im Netz. Hier ein paar Tipps für einen erfolgreichen Blogbeitrag:

- **Die Zielgruppe im Blick:** Schreibe deine Texte für deine Patienten – nicht für dich.
- **Suchergebnisse beachten:** Verwende sinnvolle Stichwörter (Keywords) für deine Texte, damit sie in Suchmaschinen gefunden werden.
- **Struktur:** Zwischenüberschriften, Absätze und Bilder geben dem Leser Orientierung und Halt.
- **Einfach ist besser:** Schreibe leicht verständliche Sätze. Vermeide Schachtelsätze und Fachbegriffe.
- **Texte mit Mehrwert:** Gib dem Leser, was er braucht und ihn weiterbringt.

5. Sei an allen Berührungspunkten bei deinen Wunsch-Patienten präsent!

Um heute aufzufallen, ist nachhaltige Kommunikation gefragt. Haben deine Patienten die Chance, sich online über dein Angebot zu informieren? Eine intelligente Kommunikation ermöglicht es, dass ein Patient schon vor dem Arztbesuch mit deinen Leistungen in Berührung kommt.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Kontinuität und in der Beharrlichkeit. Soziale Netzwerke sind zum Beispiel die passende Plattform für emotional aufgeladene Themen. Spreche hier über deinen Alltag als Arzt, zeige, welche Projekte dir am Herzen liegen und gib konkrete Tipps, die möglichst vielen Menschen mit derselben medizinischen Problemstellung helfen. Dabei helfen kann ein Blog auf der Homepage deiner Praxis, den du immer wieder mit neuen Themen fütterst. Über einen Praxis-Newsletter kannst du deine Patienten zu aktuellen Informationen, deinen Leistungen und Inhalten auf dem Laufenden halten.

6. Baue zusätzliche Reichweite auf!

Wenn du deine Zielgruppe definiert hast, kannst du zusätzliche Reichweite aufbauen, in dem du Anzeigen für sie schaltest, zum Beispiel auf Google, Facebook und Instagram. Bewirb deine Praxis, deine Inhalte und Angebote. Zeige deinen Wunsch-Patienten, warum sie zu dir kommen sollten.

7. Unterhalte und informiere Patienten im Wartezimmer!

Die Wartezeiten deiner Patienten kannst du optimieren, aber vermutlich nicht vermeiden. Nutze diese Zeit, indem du deine Patienten informierst und unterhältst. Zum Beispiel kannst du großformatige Bildschirme im Wartezimmer anbringen und einen weiteren Berührungspunkt schaffen. So kannst du im Wartezimmer über deine IGeL informieren oder kurze Videos zeigen. Auch Spiele, Umfragen oder Fragebögen unterhalten deine Patienten. Die Inhalte kannst du auch auf Tablets ausspielen und so informative, digitale Gesundheits-Magazine für deine Patienten zusammenstellen.

Fazit: Werde als Marke sichtbar und kommuniziere deine Leistungen

Möchtest du deine Marke weiterentwickeln, empfehlen wir, zunächst deine Unterschiede zu anderen Arztpraxen und somit dein Alleinstellungsmerkmal auszuarbeiten. Überlege dir, was du deinen Patienten bieten willst und wo du deine Stärken siehst. Das kann zum einen deine Fachkompetenz sein, zum anderen aber auch eine offene und sympathische Art.

Stelle die Vorzüge deiner Praxis heraus und überlege dir im nächsten Schritt, über welche Kanäle du sie an welche Zielgruppe kommunizieren möchtest. Welche Einmaligkeit du auch immer besitzt, entdecke sie und mache sie sichtbar. Dadurch wirst du für deine Patienten bedeutsam und auch im Netz dauerhaft wahrgenommen.