

# Tipps & Tricks für Ihren Online-Auftritt

Immer mehr Patienten nutzen das Internet, um Informationen über Arzt und Praxis zu sammeln: Welche Leistungen werden angeboten? Kann ich auch nach 18 Uhr einen Arzttermin vereinbaren? Sprechen mich die Praxisräume an? Gibt es etwas, das ich vor dem Arzttermin beachten sollte? Wirkt der Gesamteindruck kompetent?

Eine gute Praxis-Webseite gibt darauf klare Antworten und hilft dem Patienten, sich ein Bild von der Praxis zu machen. Wir haben drei Tipps herausgestellt, die für eine Online-Präsenz zu berücksichtigen sind.



## Vorsicht bei der Domainwahl

Der Domainname darf nicht den Eindruck erwecken, dass der Arzt oder die Klinik der einzige Arzt / Spezialist vor Ort ist.

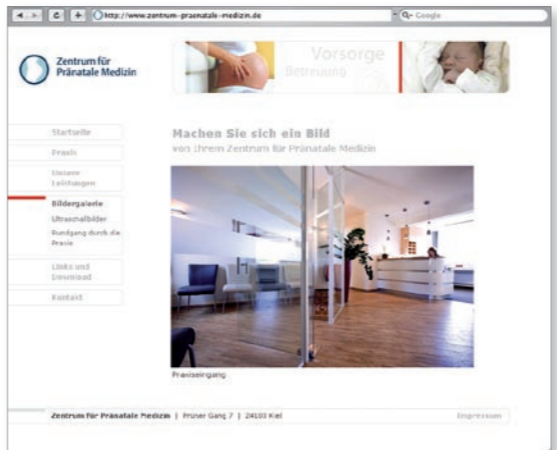
Wir empfehlen eine Praxis-domain, die kurz und merkfähig ist.

Finger weg von Domains wie „der-zahnarzt-hamburg.de“ und „gynaekologie-luebeck.de“.

**Patienten-Nachfrage steuern**  
Informieren Sie bewusst über ein oder mehrere Tätigkeitsschwerpunkte, um somit besondere Patienten-Themen unmittelbar anzusprechen.

**Internet und Papier verknüpfen**  
Nutzen Sie gezielt Ihre On- und Offline-Aktivitäten, um auch auf Ihre Praxisdomain hinzuweisen.

**Services bieten**  
Bieten Sie Ihren Patienten attraktive Zusatzservices und stellen Sie beispielsweise wichtige Patienteninformationen als Download zur Verfügung. Ein weiterer möglicher Patienten-Service ist z. B. die Online-Terminvereinbarung.



→ www.zentrum-praenatale-medizin.de



→ www.park-klinik.de

# marktrausch

Gesellschaft für Unternehmens- und Marketingentwicklung mbH

**Impressum**  
Ausgabe 1 / September • 2009

**Herausgeber:**  
marktrausch GmbH  
Klosterkirchhof 10-12 • 24103 Kiel  
Telefon 0431-9 86 59-0  
Am Sandtorkai 1 • 20457 Hamburg  
Telefon 040-3 03 77 63-0  
www.marktrausch.com  
info@marktrausch.com

**Redaktion, Text und Layout:**  
marktrausch GmbH

## Ansprechpartner



**Praxis-Kommunikation**  
Friederike Goullon-Pauliks  
Telefon 0431-9 86 59-26  
f.goullon-p@marktrausch.com



**Praxis-Marketing**  
Isabel Krause  
Telefon 0431-9 86 59-16  
i.krause@marktrausch.com

# Im marktrausch

Wissen und Angebote rund um's Thema Praxismarketing



## „Man kann nicht nicht Marketing machen!“

Alles was Sie tun oder nicht tun ist irgendwie Marketing.

Die Internetseite, die Sie haben oder nicht haben. Die freundliche oder unfreundliche HelferIn. Ihre Person oder Leistungserbringung... Unterm Strich steht die Wahrnehmung Ihrer Praxis – idealerweise ist diese positiv, klar und von innen und außen gleich.

Viele Ärztehäuser, Praxisnetze oder Einzelpraxen überlassen hier nichts mehr dem Zufall und investieren aktiv in ihre ärztliche Marke. Das Spektrum der Werbemöglichkeiten ist breit und vieles mittlerweile erlaubt. Es ist nur wichtig zu wissen, welche Freiheitsgrade es gibt und wie diese optimal genutzt werden können. Genau hierbei können wir Sie unterstützen.

Entscheiden Sie selbst, wie gut Sie heute wirken und aussehen!



Frauenärzte im Mare

Hier ist Platz für Ihr Logo.



Zahnheilkunde Dr. Bohlsen | Dr. Steinebrunner



Zentrum für Pränatale Medizin



Sorgen Sie dafür, dass Ihre Praxis eine Identität bekommt.

Erfahren Sie, welche Aktivitäten dazu beitragen und was Sie selbst dafür tun können.

→ Seite 2

## Marketing-Basis

Eine Praxis-Marke und ein Logo sind der „Grundstein“ für eine professionelle und einheitliche Darstellung.

→ Seite 2

## Praxis-Kommunikation

Bei der Praxis-Kommunikation ist „immer gleich“ nicht langweilig sondern hoch professionell und kompetent. Das Hautzentrum Sellspeicher, die Park-Klinik Kiel und die abts+partner Frauenärzte sind hierfür gute Beispiele.

→ Seite 3

## Praxis-Webseite

Tipps & Tricks, die für einen Internet-Auftritt zu beachten sind.



→ Seite 4

# Gutes Marketing braucht Köpfechen!

Gerade die „einfachen“ Fragen „Wofür stehe ich? Wo will ich hin? Und wie kann ich das erreichen?“ gehen an die Substanz. Denn sie beinhalten ein intensives Auseinandersetzen mit sich selbst – und zwar mit der Rolle als Praxisunternehmer und nicht der Rolle als Arzt.

Für viele Mediziner bedeutet dies ein gewaltiges Umdenken und häufig auch das erstmalige Ausrichten der eigenen Praxis und Leistung am Markt. Dazu zählen im Wesentlichen die Formulierung konkreter Ziele, das Herausarbeiten klarer Praxis-Mehrwerte und Botschaften sowie das Aufstellen eines verbindlichen Fahrplans zur Zielerreichung. Je konkreter formuliert und in Maßnahmen vorgedacht wird, desto leichter fällt die Umsetzung und desto klarer ist das Bild beim Patienten.

Mehrere Aktivitäten und Kanäle erzeugen im Idealfall ein Bild.



## Gute Gründe für eine klare Positionierung

- Höherer Wiedererkennungswert
- Positives, gleiches Bild im Kopf Ihrer Patienten und ggf. Zuweiser
- Sie und Ihre Mitarbeiter wissen, was sie wann, wie, wofür tun
- Ihre Aktivitäten und Aussagen werden stringenter und wirksamer

# Praxis-Werbung – was ist wirklich erlaubt?

Gute Praxis-Kommunikation hat die Aufgabe, sachlich zu informieren und zu interessieren, Vertrauen zu schaffen und der Praxis ein klares Profil zu geben.

Immer mehr Ärzte, Gesundheitszentren und Kliniken nutzen die gelockerten Möglichkeiten, um über das eigene Können und die eigenen Leistungen zu informieren – übersichtlich, nutzenorientiert und optisch ansprechend. Mit dem Ergebnis: die Praxis wird bekannter.

Wenn Sie hierzu weiterführende Informationen haben möchten, kontaktieren Sie uns gerne.

**Erlaubt ist z. B.**  
das Versenden von Infoblättern und Newslettern an eigene Patienten, die eingewilligt haben, von dem Arzt kontaktiert zu werden.

**Verboten ist z. B.**  
die Veröffentlichung von Fotos, die den Arzt in Arbeitskleidung während der Patientenbehandlung zeigen.

# Eine gute Grundlage für Ihre Praxis

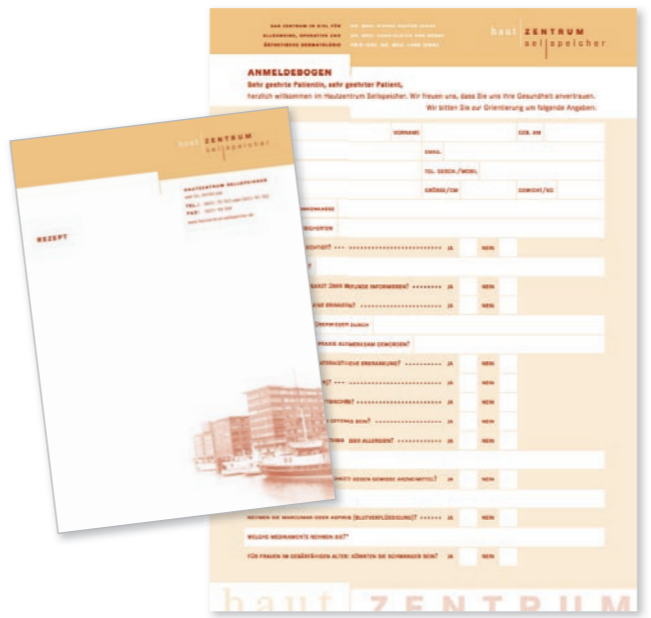
Bei diesen Praxen und Kliniken funktioniert die Kommunikation bereits in einer konsequenten Linie. Denn immer gleich ist immer gut!



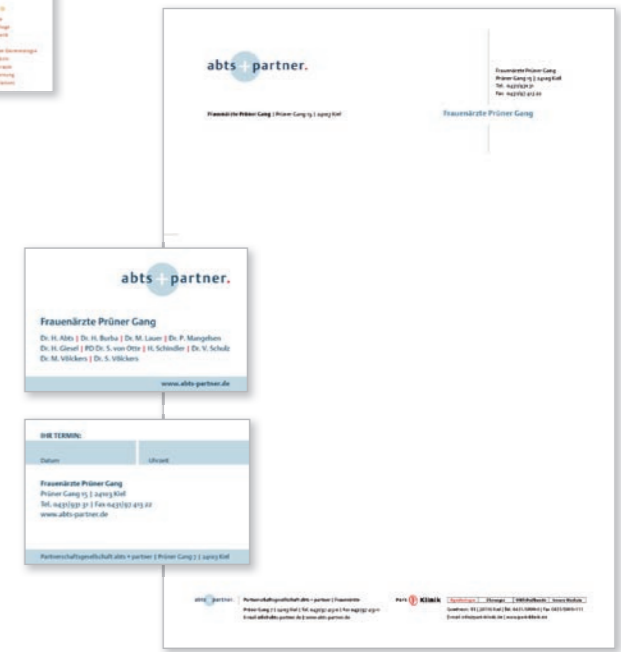
Zuweiser-Terminkarten



Termin-Klappkarte



Rezeptblock & Anmeldebogen



Briefbogen & Terminkarte

# Alles aus einem Guss

Das fertilitycenterkiel ist Spezialist für das sehr emotionale und intime Thema „Kinderwunsch“. In der gesamten Kommunikation wird daher mit warmen Farben sowie emotionalen Bildern gearbeitet, um „eine Spur persönlicher“ zu sein. Der hohe medizinische Anspruch wird auf die Praxis-Kommunikation übertragen. So ist der Gesamteindruck kompetent und modern, aber gefühlvoll zugleich.



Visitenkarte & Terminkarte



Patienten-Mappe



Flyer

