Marketingaktionen gezielt planen und umsetzen

| Kirsten Gregus

Ostern, Sommerferien oder Tag der Zahngesundheit – jedes Jahr hält viele Ereignisse bereit, die Zahnärzte zu Marketingzwecken nutzen können. Und das sollten sie auch tun, um bei ihren Patienten im Gespräch zu bleiben und diese nicht durch eine schlechte Kundenbindung an Kollegen zu verlieren. Aber wann mit der Planung beginnen, wo doch in der Praxis viel los ist und man nach Feierabend auch mal abschalten will? „Ein guter Zeitpunkt, mit der Planung für Marketingaktionen zu beginnen, ist im letzten Quartal des Jahres", sagt Katrin Schütterle, Kommunikationsexpertin bei goDentis, dem Qualitätssystem für Zahnärzte und Kieferorthopäden.

Es ist wichtig, die Planung der Marketingaktivitäten nicht zu lange vor sich herzuschieben. Denn die ersten Ereignisse, die Zahnärzte zur Kommunikation nutzen können, finden bereits am Jahresanfang statt. Dazu zählen etwa Neujahr, Karneval oder der Valentinstag.

Praxismarketing auf allen Kanälen

Marketing können Zahnärzte und Kieferorthopäden auf dem klassischen Weg oder digital betreiben. Beides ist, jedoch für unterschiedliche Zwecke, sinnvoll. „Die Ziele einer Marketingaktion sollten rechtzeitig definiert werden. Daraus ergibt sich dann, welches Medium und welche Aktion geeignet sind. Der richtige Mix ist wichtig", rät Katrin Schütterle.

Da Aktionen in den sozialen Medien eher kurzlebig sind, eignen sich etwa für Erinnerungen an den nächsten Prophylaxetermin Recall-Postkarten auf dem klassischen Weg per Post. Während E-Mails und Briefe beim Empfänger leicht zwischen Spams und Werbung untergehen, sorgt eine Postkarte für mehr Aufmerksamkeit. Die Postkarte vermittelt: „Hier hat jemand an mich gedacht und sich die Mühe gemacht, mir zu schreiben." Ist das Motiv der Postkarte schön oder lustig gestaltet, findet sie schnell den Weg an die Pinnwand des Patienten und bleibt so länger im Bewusstsein und sichtbaren Umfeld des Adressaten.

Recall ist wichtig für Arzt wie Patient

„Die Prophylaxe ist nachweislich wichtig für die Zahngesundheit der Patienten", sagt Zahnarzt und goDentis-Geschäftsführer Dr. Thomas Kiesel. „Viele Zahnärzte empfinden es jedoch

Foto: © Rawpixel.com

als Last, sich um Dinge wie Recall-Postkarten zu kümmern." Aus diesem Grund versorgt goDentis ihre Partnerzahnärzte jedes Jahr mit Postkarten und passendem Infomaterial – auf Wunsch auch mit dem eigenen Logo der Praxis. So können sich Zahnärzte und Kieferorthopäden auf das Wesentliche – die Behandlung ihrer Patienten – konzentrieren und bleiben gleichzeitig, bei nur geringem Zeitaufwand, mit ihren Patienten in Kontakt.
Andere Marketingaktionen, mit denen goDentis Zahnärzte und Kieferorthopäden im nächsten Jahr unterstützt, sind etwa das regelmäßig erscheinende Praxismagazin „MundRaum", eine Infobroschüre zur Zahngesundheit bei Kindern, Flyer zum Thema Bleaching und Weihnachtsposter für die Praxis.

Patientenbindung durch Postings in sozialen Medien

Das alles sind Aktionen, die Zahnärzte und Kieferorthopäden auch online aufgreifen können. Hier heißt es Planen. Die sozialen Medien leben zwar vom schnellen und aktuellen Austausch, aber nicht alles muss am Tag selber gepostet werden. Mit einem gut geplanten Social-Media-Kalender können Zahnärzte oder Helferinnen Themen vorbereiten und vorausschauend terminieren. Das gilt etwa für Postings zu Feiertagen, wie Weihnachten oder Ostern. Auch Sommerfeste, Ferien oder der Tag des Kusses sind feststehende Termine, für die man Meldungen vorbereiten kann. Gute Instrumente zur Patientenbindung sind Facebook und Twitter. Hier können etwa neue Mitarbeiter vorgestellt oder Urlaubsvertretungen kommuniziert werden.
Der Patientenbindung dienen auch Texte und Bilder, die auf den ersten Blick nichts mit der Praxis zu tun haben. So kann das Foto eines gut gefüllten Kühlschranks mit dem Lieblingseis der Helferinnen wahre Begeisterungsstürme im Netz auslösen. Der Patient fühlt sich dadurch den Helferinnen nahe. Er weiß, wie anstrengend es sein kann, an einem heißen Tag zu arbeiten. Wie ein guter Freund weiß er jetzt sogar, welches Eis die Helferinnen am liebsten mögen. Das verbindet. Gleichzeitig wirft diese Info ein positives Licht auf die Praxisleitung. Denn ein Chef, der seinen Mitarbeitern den Kühlschrank mit Eis füllt, muss ein netter Mensch sein. Und mit einem netten Menschen spricht man lieber über seine Mundgesundheit als mit einem weniger netten Menschen.

Der Patient weiß sich in guten Händen

Es reicht aber nicht, nur die gute Stimmung zu kommunizieren. Auch Informationen über Fortbildungen der Mitarbeiter und Ärzte sind interessant und wichtig für die Patienten. So wissen sie, dass sie stets in guten Händen sind. Geschlossene Gruppen auf Facebook oder in beruflichen Netzwerken wie Xing sind geeignet, um sich mit anderen Fachleuten auszutauschen. Hier können etwa Messeneuheiten oder Behandlungsmethoden rege diskutiert werden.

Eine halbe Stunde am Morgen

Eine gute Facebook-Kommunikation braucht aber jemanden, der sich darum kümmert. Das muss nicht der Arzt selber sein. Vielleicht ist unter den Mitarbeiterinnen jemand, der sich in dieser Richtung engagieren will. Eine halbe Stunde am Morgen und nach der Mittagspause reichen oft, um einen Überblick zu bekommen, was aktuell passiert, und darauf entsprechend zu reagieren. Praxen, die sich über weitere praktische wie innovative Marketingaktionen oder eine mögliche Partnerschaft mit goDentis informieren möchten, können dies via Facebook, godentis.de oder per E-Mail an info@godentis.de tun.

Infos zur Autorin

kontakt.

goDentis
Gesellschaft für Innovation in der Zahnheilkunde mbH
Scheidtweilerstraße 4
50933 Köln
Tel.: 0221 578-6514
info@godentis.de
www.godentis.de

ANZEIGE

ADVISA
STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Die ADVISA-Steuerberatungsgesellschaft mbH in Frankfurt am Main ist seit 35 Jahren auf die **steuerliche** und **betriebswirtschaftliche Beratung** von **Zahnärzten spezialisiert!**

Wir verstehen uns als **Dienstleister**, der für Sie **Ideen entwickelt, innovative Lösungen erarbeitet** und diese in konkreten, messbaren Erfolg umsetzt.

IHR VORTEIL IST UNSER ZIEL!

Unsere Leistungen:

Traditionelle Steuerberatung
Steuerberatung, Jahresabschluss, Finanzbuchhaltung, Lohnbuchhaltung sowie steuersparende Beratung

Betriebswirtschaftliche Beratung
Kosten-, Leistungs- und Rentabilitätsrechnung, Liquiditätsplanung, Investitions- und Finanzplanung, Personalplanung, Soll-Ist-Vergleich

Benchmarking
Wir vergleichen Ihre Praxiszahlen mit denen einer anonymen Vergleichspraxis mit dem Ziel, Ihre Praxis zu optimieren und neue Potenziale zu ermitteln

Beratung für Existenzgründer
Damit Sie sich voll und ganz Ihren neuen Aufgaben widmen können!

Praxischeck
Wir finden Verbesserungspotenziale für Ihre Zahnarztpraxis

Finanzielle Lebensplanung
Analysen der Immobilienrentabilität, Kapitalanlagenrentabilität und Darlehensentwicklung, Altersvorsorge, Berufsunfähigkeitsvorsorge und Praxisabgabeberatung

ADVISA Steuerberatungsgesellschaft mbH
Grüneburgweg 12
60322 Frankfurt am Main
Fon 069 - 15 40 09 0
Fax 069 - 15 40 09 99
advisa-frankfurt-main@etl.de
www.advisa-online.de

Wir beraten bundesweit!