

Die Praxis im Social Media – alles ist gut oder doch nicht?

Lothar Stobbe

Ihre Praxis hat eine Facebook-Seite und ist eventuell auch bei Instagram aktiv. Es wird einigermaßen regelmäßig gepostet. Ist damit im Hinblick alles getan, was man als moderne und patientenorientierte Praxis tun muss? Leider nicht bzw. nicht mehr, denn vor allem in den letzten Monaten machte sich bei Usern wie Anbietern gleichermaßen eine gewisse Social-Media-Müdigkeit breit.

Social Media steht aktuell immer häufiger in der Kritik. Eine wesentliche Ursache dürfte der Tatsache geschuldet sein, dass Facebook einfach nicht aus den Negativschlagzeilen herauskommt. Hinzu kommt, dass, schaut man sich seine eigene Timeline an, diese zunehmend einer Dauerwerbesendung gleicht. Die Häufigkeit wirklich „sozialer“ Themen und damit auch dessen Einblendung nehmen immer weiter ab. Viele Anbieter posten überwiegend Werbung, nicht mehr aber soziale Informationen rund um ihr Unternehmen. Dass diese jedoch durchaus gefragt sind, zeigen Likes und Abrufzahlen, wenn ein solcher Post denn doch einmal abgesetzt wird.

Aktuell bestimmen die Konzerne – und hier hauptsächlich Facebook – wann wer welche Einblendung sieht. Ein wenig Einfluss kann man als Seitenbetreiber derzeit zwar nehmen, sofern man seine Beiträge als gesponserte Posts gegen Bezahlung einstellt. Doch was geschieht, wenn, wie es z.B. die US-Senatorin Elizabeth Warren fordert, Amazon, Google und Facebook aufgespalten und in kleine Einheiten zerlegt werden? Bleiben diese Plattformen erhalten? Muss ich plötzlich Geld für die Teilnahme bzw. mehr Geld für Werbung bezahlen? Haben sie dann überhaupt noch eine sinnvolle Reichweite und einen Nutzen?

Rachel Botsman, eine der weltweit renommiertesten Expertinnen im Bereich Sharing Economy und Dozentin an der Said Business School, die zur Oxford University gehört, geht sogar noch weiter und stellt die These auf, dass Facebook als Marke untergehen und in fünf Jahren das neue Myspace sein wird. Aus ihrer Sicht hat der Konzern von Mark Zuckerberg das Vertrauen verspielt, das Nutzer in die Plattform haben oder besser hatten, um eine wirklich wesentliche Rolle im Leben zu spielen. Die Folge wird nicht zwingend eine Abmeldung bei Facebook sein, wohl aber eine Apathie der Plattform gegenüber.

Bedeutet dies, dass die Zahnarztpraxis Facebook, Instagram etc. zukünftig ignorieren kann? Mit Sicherheit nicht. Diese Plattformen sollten jedoch keinesfalls mehr das einzige Medium zur Verbreitung von Informationen darstellen. Vielmehr erscheint es zunehmend wichtiger, sich als Praxis selbst ein Medium als Informationsquelle für Patienten aufzubauen, in dem es möglich wird, nach eigenen Regeln zu publizieren.



Abb. 1

Abb. 1: Mit einem eigenen Blog können Inhalte unabhängig von Social-Media-Plattformen und Werbung platziert werden.

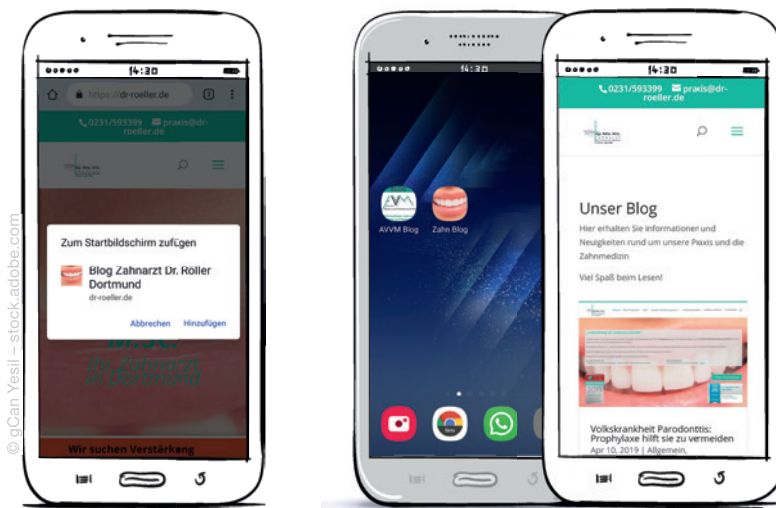


Abb. 2

Abb. 3

Abb. 4

Abb. 2: Der Blog der eigenen Praxis kann auf Wunsch des Patienten als Icon auf dem Smartphone hinterlegt werden. **Abb. 3:** Durch einen Direktlink via App kann der Patient jederzeit auf den Blog der Praxis zugreifen. **Abb. 4:** Ein Blog mit Inhalten aus der Praxis sorgt auch gleichzeitig für Content auf den Social-Media-Kanälen der Zahnarztpraxis.

Praxisblog

Das hört sich schwieriger an, als es ist. Am einfachsten funktioniert es mit einem eigenen Blog (Abb. 1). Hier schreiben Sie selbst oder lassen Ihren Content professionell durch einen versierten Dienstleister erstellen und veröffentlichen die Inhalte dann in eigener Regie. In Ihrem Blog bestimmen Sie allein die Regeln, den Umfang und die Inhalte. Auch die Regeln für das Kommentarsystem stellen Sie auf. Somit steht alles unter Ihrer vollen Kontrolle. Kein Problem, oder sogar ratsam ist es, dann auch die sozialen Medien zu nutzen, um Besucher auf die eigenen Artikel und Posts aufmerksam zu machen und auf Ihren Blog zu leiten. Bauen Sie ein Vertrauensverhältnis zu Ihren Patienten und Besuchern auf. Sie müssen nicht (wie z. B. bei Facebook) persönliche Daten abfragen und diese weitervermarkten. Genauso sollten Sie es auch kommunizieren. Durch Ihre Beiträge informieren Sie die User gezielt zu zahnmedizinischen sowie „sozialen“ Themen aus der Praxis, völlig ohne Einblendung lästiger Fremdwerbung. Besucher fassen Vertrauen und erhalten eine Entscheidungshilfe bei der Suche nach einem Zahnarzt, da sie über die zahlreichen Informationen bereits mit Ihnen, Ihrem Behandlungskonzept und Ihrem Team vertraut sind.

Progressive Web App

Mit einem solchen Blog und einer responsiven Website (heute ein absolutes Muss) können Sie Ihre Praxis sogar als App auf dem Smartphone verankern. Dazu bedarf es keiner kostenintensiven Programmierung. Ihre Website sowie die Beiträge aus Ihrem Blog werden über ein Content-Management-System als Progressive Web App auf das Smartphone des Patienten übermittelt. Dazu wird der Besucher Ihrer Seite oder Ihres Blogs beim Aufruf gefragt, ob ein Icon auf dem Smartphone erstellt werden soll, über das dann zukünftig Ihre Inhalte schnell und einfach abrufbar sind (Abb. 2 und 3). Ein aufwendiger Download, die Installation der App sowie ein großes Speichervolumen auf dem Smartphone entfallen. Gleichwohl stellt sich das Icon

analog einer App dar. Selbst Benachrichtigungen über neue Inhalte können eingebaut werden. Es besteht sogar die Möglichkeit, Inhalte vorzuladen, sodass der Nutzer auch Informationen bekommt, wenn er kurzfristig kein Netz bzw. keinen Internetzugang auf dem Handy hat. Aber auch, wenn ein Patient das Icon nicht installieren lässt: Die Einrichtung einer Progressive Web App ist auf jeden Fall sinnvoll, da sie sowohl die responsive Website als auch den Blog weiter für den mobilen Abruf optimiert – ein Faktor, den Google im Hinblick auf sein Ranking honoriert. Ein Blog nimmt die Praxis allerdings in die Pflicht, regelmäßig Informationen, Beiträge etc. zu publizieren oder diese Arbeiten an professionelle Dienstleister auszulagern. Dies ist jedoch bei den sozialen Medien nicht anders, und sie werden auf diesem Wege mitversorgt (Abb. 4).

Fazit und Empfehlung

Machen Sie sich größtenteils unabhängig von den sozialen Medien. Erstellen Sie Ihre Beiträge nach Ihren eigenen Vorstellungen und Wünschen in einem Blog. Nutzen Sie jedoch Social Media weiterhin, um diese Informationen hier zu teilen bzw. auf Ihren Blog und Ihre Webseite zu verweisen. Setzen Sie zudem eine Progressive Web App ein, um Ihre Praxis auf dem Smartphone der User, Ihrer (potenziellen) Patienten, zu verankern und diesen durch den einfachen Klick auf ein Icon sowohl die Blogbeiträge als auch den kompletten Inhalt Ihrer Website schnell und einfach zugänglich zu machen.

Kontakt

Lothar Stobbe

AVVM Werbung & Marketing GmbH
Messingstraße 14 b
58239 Schwerte
Tel.: 02304 750065
lothar.stobbe@avvm.de
www.avvm.de

Infos zum Autor

