

# Chance Praxis

Gründen. Behandeln. Leben.

## Mehr Fans für die Praxis-Fanpage - Zehn praxisnahe Tipps zur Steigerung der Fananzahl bei Facebook (Teil 2)

Monia Geitz · Freitag den 13. April 2012



Der Anfang ist gemacht. Die Praxis-Fanpage wurde angemeldet, attraktive Titel- und Profilbilder ausgewählt und alle notwendigen Pflichtangaben gemacht. Nach dem Klick auf „Fanpage jetzt veröffentlichen“ beginnt die „Jagd“ nach Fans. Dieser Artikel zeigt effektive Wege auf, wie Zahnärzte Patienten zu Fans machen.

Patienten zu Fans machen - mithilfe von Facebook. Foto: Alexander Klaus / [pixelio.de](http://pixelio.de)

### **Tipp 1: Kritische Grundmenge vor der Vermarktung**

Bevor die Fanpage - wie in den nachfolgenden Punkten aufgezeigt - öffentlich promotet wird, könnte es hilfreich sein, zunächst eine gewisse Grundmenge an Fans und Postings zu sammeln. Dies reduziert zum einen die Hemmschwelle beim Fanbeitritt und zum anderen ermöglicht es der Praxis, erste Gehversuche zu machen. Indem man zum Beispiel Praxismitarbeiter und Freunde der Praxis einlädt, Fan zu werden, können schnell 20 bis 25 Fans gesammelt werden.

### **Tipp 2: Patienten aktiv ansprechen**

Wie erfahren Patienten von der neuen Praxis-Fanpage? Eine Möglichkeit ist die direkte Ansprache der Patienten in der Praxis. Mittels Wartezimmerpostern, Praxis-Flyern oder kleinen Infokärtchen, die im Wartezimmer und am Empfang ausliegen, können Patienten über das neue Angebot auf Facebook informiert werden. Immer mehr Menschen verfügen über internetfähige Smartphones, die auch einen direkten Zugriff auf Facebook ermöglichen. So ist durchaus denkbar, dass sich Patienten im Wartezimmer zum Zeitvertreib direkt auf die Fanpage begeben und Fan werden.

### Tipp 3: Medien informieren

Auch die regionalen Medien könnten dazu beitragen, die Fanpage bekannt zu machen. Mit einer Pressemitteilung können Fanpage-Betreiber die Journalisten über ihren Auftritt bei Facebook informieren und mit etwas Glück eine redaktionelle Berichterstattung initiieren. Häufig sind es konkrete Anlässe, die die Chance für eine Berichterstattung erhöhen. Ein solcher Anlass könnte beispielsweise der offizielle Start der Fanpage (Titel: „Praxis-Müller sammelt ab sofort Fans bei Facebook“) oder auch der 250. Fan sein (Titel: „Praxis-Müller begrüßt 250. Fan auf Facebook“).

### Tipp 4: Einladendes Grundlayout

Alle Fanpages wurden am 30. März 2012 von Facebook automatisch auf die sogenannte Chronik-Darstellung umgestellt, womit sich das Grundlayout der Fanpages entscheidend verändert hat. Wesentliche Gestaltungsmerkmale sind ab sofort ein zentrales und großes Titelbild und ein kleines Profilbild. Diese beiden Elemente vermitteln Besuchern der Fanpage den ersten Eindruck und sollten daher klug gewählt und qualitativ hochwertig sein. Auf zu gering aufgelöste Bilder oder Schnappschüsse sollte man hier unbedingt verzichten.



### Tipp 5: Fans zum Mitmachen anregen

Nachhaltige Kommunikation, also das regelmäßige „Posten“ von Neuigkeiten bei Facebook, ist nicht nur wichtig, um sich bei der Fangemeinschaft immer wieder ins Gespräch zu bringen. Gerade um neue Fans zu gewinnen, ist es wichtig, den ständigen Dialog mit vorhandenen Fans anzustreben. All diese Interaktionen finden schließlich öffentlich statt und werden von Freunden der Fans automatisch

Das Grundlayout der Fanpage sollte sympathisch und einladend wirken.

über den Newsfeed oder Newsticker von Facebook mitgelesen. Auf diese Weise bringt man sich also auch bei Personen ins Gespräch, die bislang nicht zur Fangemeinschaft gehören.

Wie lassen sich Fans zum Mitmachen anregen? Indem man beispielsweise immer wieder Fragen stellt oder Umfragen startet, auf die prinzipiell jeder eine Antwort geben kann, wie zum Beispiel: „Unsere Praxis macht ab sofort für 14 Tage Ferien! Wo verbringt Ihr Euren Sommerurlaub?“ Man könnte denken, dass solche Neuigkeiten zu banal sind, als das jemand darauf eingehen würde. Aber tatsächlich sind es gerade solche lockeren Fragen, die zum Mitmachen anregen.

### **Tipp 6: Fans zum Teilen anregen**

Teilen heißt bei Facebook, dass Fans die Neuigkeit der Fanpage freiwillig und aktiv an Ihre Freunde weiterleiten. Dies lässt sich mit Neuigkeiten erreichen, die originell, lustig oder interessant sind. Fans müssen den Inhalt des Postings für so relevant halten, dass sie auch ihre Freunde darüber informieren möchten. Grundsätzlich ist dabei zu empfehlen, eher Themen als konkrete Leistungen oder Produkte zum Inhalt der Postings zu machen.

### Tipp 7: Hinweis auf Praxis-Website

Facebook bietet Fanpage-Betreibern sogenannte Social Plugins, um die Praxis-Website mit der Fanpage zu verknüpfen. Bekanntestes Social Plugin ist sicher der „Gefällt mir“-Button, den man auf zahlreichen Seiten findet. Indem Besucher der Website auf diesen „Gefällt mir“-Button klicken (und gleichzeitig bei Facebook angemeldet sind), werden sie damit direkt zu Fans. Zudem wird angezeigt, ob und wenn ja wer aus dem Freundesnetzwerk bereits Fan der Fanpage ist.

Bei der Verwendung von Social Plugins ist jedoch Vorsicht geboten. So erregte eine Pressemitteilung des unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein im Sommer 2011 die Gemüter, als darauf hingewiesen wurde, dass der „Gefällt mir“-Button gegen das Telemediengesetz (TMG) sowie das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) bzw. das Landesdatenschutzgesetz Schleswig-Holstein (LDSG SH) verstoße [1]. Fanpage-Betreiber aus Schleswig-Holstein, die den „Gefällt mir“-Button dennoch weiterhin nutzen, werden Bußgelder von bis zu 50.000 Euro angedroht. Andere Bundesländer zeigen sich hier zurückhaltender und zogen bislang nicht nach.

Dennoch ist es zu empfehlen, auf diese Social Plugins komplett zu verzichten und stattdessen mit einem einfachen Facebook-Hinweis auf der Homepage (zum Beispiel Einbindung des von Facebook zur Verfügung gestellten f-Logos), den Besuchern einen Hinweis zu geben, dass die Praxis auch bei Facebook zu finden ist. Der Unterschied ist, dass mit einem solchen Bild lediglich zur Fanpage verlinkt wird, während ein „Gefällt mir“-Button zusätzliche datenschutzrelevante Informationen abrufen.

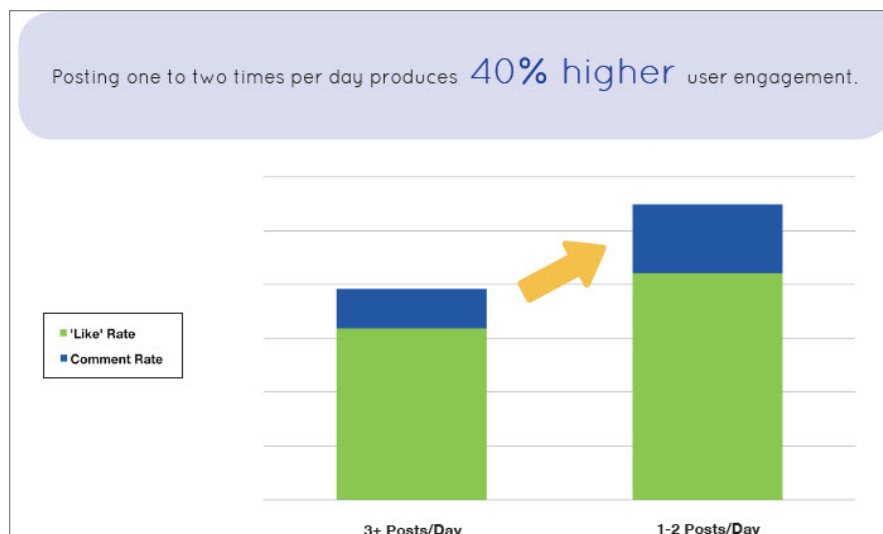


Auf Facebook sollten eher Themen als konkrete Leistungen gepostet werden.

Foto: Gerd Altmann / [pixelio.de](http://pixelio.de)

### Tipp 8: Weniger ist mehr

Viele Fanpage-Betreiber fragen sich: Wie oft sollten Neuigkeiten gepostet werden? Die vage Antwort lautet: Weniger ist mehr! Wie eine Studie aus den USA ergeben hat, lösen ein bis zwei Postings pro Tag mehr Klicks auf den „Gefällt mir“-Button aus als drei oder mehr Postings.



Mit weniger Neuigkeiten mehr Fan-Engagement erzielen (Quelle: Jeff Bullas, jeffbullas.com, USA).

Für Zahnarztpraxen sind dabei sicher ein bis zwei Postings pro Woche völlig ausreichend, um von der Fangemeinschaft wahrgenommen zu werden. Diese Häufigkeit sollte jedoch möglichst konsequent eingehalten und nicht unterschritten werden. Damit man nicht immer wieder vor der Frage steht „Welches Thema soll ich jetzt posten?“ und man unter Druck gerät, bietet es sich an, einen Themenplan zu erarbeiten, der Postings für einige Monate im Voraus bereithält.

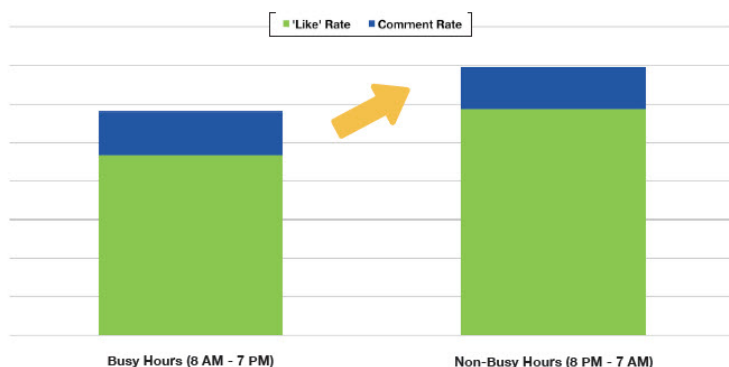
Ebenso interessant ist sicher die Frage, wann die Neuigkeiten gepostet werden sollten. Morgens? Abends? Am Wochenende oder besser unter der Woche? Wiederum eine Untersuchung aus den USA hat



ergeben, dass Mittwochs liegt die Fanaktivität um 8 Prozent über dem hinsichtlich der Wochendurchschnitt. (Quelle: Jeff Bullas, jeffbullas.com, USA).

Wochentage am Mittwoch die größte Fanaktivität zu verzeichnen ist. Was die Tageszeit angeht, sind die meisten Personen erwartungsgemäß in den Abendstunden bei Facebook anzutreffen.

Posts made between 8 PM and 7 AM receive 20% more user engagement.



Nach Feierabend tummeln sich die meisten Menschen bei Facebook. (Quelle: Jeff Bullas, jeffbullas.com, USA).

### Tipp 9: Auf Facebook werben

Wie bei Google mittels AdWords-Anzeigen, können Zahnärzte auch bei Facebook kleine Werbeanzeigen schalten. Das Besondere: Facebook ermöglicht es Werbetreibenden, die Zielgruppe exakt einzugrenzen. So kann zum Beispiel angegeben werden, dass nur Personen zwischen 30 und 55 Jahren, die aus dem Großraum München kommen und sich für „Schönheit“ interessieren, die Werbeanzeige der Praxis-Fanpage sehen sollen. Das Werbebudget legt der Zahnarzt wie bei Google AdWords selbst



fest.

### **Tipp 10: Eher „Du“ als „Sie**

Wie man seine Fans bei Facebook anspricht, ist sicher zunächst eine Frage der Patientenklientel. Grundsätzlich lässt sich jedoch feststellen, dass das weniger förmliche „Du“ eher dem Charakter eines sozialen Netzwerkes entspricht als das „Sie“. Die Ansprache mit „Du“, oder im Falle der Ansprache aller Fans (was sicher die Regel sein wird) „Ihr“ oder „Euch“, verringert die Distanz zu den Fans und regt somit stärker zur Kommunikation an.

### **Hinweis: Thema Gewinnspiele**

Gewinnspiele werden gerne als Lockmittel für neue Fans eingesetzt, zum Beispiel: „Unser 500. Fan erhält eine Bleaching-Behandlung kostenlos!“ Doch Vorsicht: Gerade bei Gewinnspielen können Fanpage-Betreiber in viele Fettnäpfchen treten. Im nächsten Artikel gehen wir ausführlich auf diese Thematik ein und zeigen auf, was erlaubt ist und was nicht.

### **Oliver Löw, Meerbusch bei Düsseldorf**

#### **Quellen:**

[1] Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein, ULD an Webseitenbetreiber:

„Facebook-Reichweitenanalyse abschalten“, Pressemitteilung vom 19. August 2011.

Abrufbar im Internet. URL: <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20110819-facebook.htm>. Stand: 02.04.2012



**Lesen Sie auch Teil 1 der kleinen Serie von Oliver Löw:** Quo vadis Facebook? - Immer mehr Zahnärzte haben Fans

Oliver Löw, Diplom-  
Informationswirt (FH) aus  
Meerbusch bei Düsseldorf  
(Foto: Löw)

Oliver Löw, Diplom Informationswirt (FH) aus Meerbusch bei Düsseldorf, ist Inhaber der Agentur

Docrelations, die Zahnärzte in PR und Marketingfragen berät.

**Veranstaltungstipp:**

Am 12. Mai und 16. Juni veranstaltet Oliver Löw in Hamburg beziehungsweise Köln die Fortbildung „Facebook: Ihre erfolgreiche Praxis-Fanpage“.

Informationen unter [www.docrelations.de](http://www.docrelations.de).

Dieser Beitrag wurde publiziert am Freitag den 13. April 2012 um 13:23 in der Kategorie: [Aktuelles](#), [Praxisgründer](#), [Praxisgründung](#), [Praxismarketing](#).  
Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.  
Du kannst ein Kommentar abgeben oder erstelle einen [Trackback](#) dieses Beitrages auf deine Webseite.