

Chance Praxis

Das Fachmagazin für junge Zahnmediziner

Praxismarketing ist mehr als nur „bunte Bildchen“

Carina Eckertz · Mittwoch den 23. Januar 2013



Carsten Schlüter hat die Entwicklung des Medizinmarktes in den vergangenen Jahren oft mitgestalten können. Foto: M:Consult

Am Anfang jeder Existenzgründung steht die Frage nach einem geeigneten Unternehmenskonzept. Gerade junge Zahnarzt-Unternehmer investieren hierbei häufig viel Zeit und Energie in die Wahl der fachlichen Spezialisierung oder in die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten und Mitarbeitern. Viele sehen Marketing in dieser Planungsphase als verzichtbaren Luxus an. Das ist fatal. Denn ein durchdachtes Marketingkonzept ist weitaus mehr als „bunte Bildchen“.

Marketingkonzept

Um sich am Markt zu positionieren, sollten Existenzgründer ihre besonderen Merkmale deutlich herausarbeiten und diese durch eine professionelle Außendarstellung hervorheben. Hierzu können Sie sich eine Reihe von Fragen stellen, wie zum Beispiel: Wo liegen meine Stärken? Wo liegen die individuellen Stärken des Teams? Hinter welchen Behandlungskonzepten kann ich uneingeschränkt stehen? In welchem Marktumfeld bewege ich mich? Oder auch: Wie können Patienten auf mich und meine Leistungen aufmerksam werden? Antworten auf diese Fragen bringen Existenzgründer dem Ziel, eine wirtschaftlich erfolgreiche Praxis zu gründen, viel näher. Doch nicht nur das: Nur mittels klarer Positionierung können Patienten sich für oder gegen eine Praxis entscheiden. Und im Gegenzug bekommen Zahnärzte auf diesem Weg nicht nur ausreichend Patienten, sondern vor allem die „richtigen“. Wichtig ist nur, dass Existenzgründer diese Fragen vor ihrer Niederlassung schlüssig beantworten.

Marketingmaßnahmen

Sie brauchen nicht jeden Patienten. Sie brauchen die richtigen Patienten. Mit einer klaren Positionierung und einem professionellem Praxismarketing sprechen Sie genau die Patienten an, die zu Ihnen passen. Entwickeln Sie gemeinsam mit Experten der Branche Ihre individuelle Marketingstrategie und setzen Sie gezielte Maßnahmen zur Neukundengewinnung, Bekanntheitssteigerung und Patientenselektion ein.



Ihre Zahnarztpraxis wird zur Marke

Der erste Schritt ist die Wahl des Praxisnamens. Dazu ist es wichtig, Ihre Ziele zu kennen. Wollen Sie eine Einzel-, Gemeinschaftspraxis oder überörtliche Ausübungsgemeinschaft gründen? Diese grundlegende Frage entscheidet auch über den Namen Ihres Unternehmens. Dieser sollte unverwechselbar, einprägsam und klar sein. Als Basis für Ihr Corporate Design dient ein aussagekräftiges Logo, um eine hochwertig hergestellte Geschäftsausstattung zu entwickeln. Eine moderne Internetpräsentation mit emotionalen Fotos aus Ihrer Praxis ist unverzichtbar für eine professionelle Wahrnehmung bei potenziellen Neupatienten, aber auch für bestehende Patienten.

Praxismarketing bedeutet, dass Sie ein klares Unternehmensziel haben. Foto: M:Consult



Mit Themen-Flyern können Sie die finden können. Dank Smartphone, iPad & speziellen Fachgebiete bewerben. Foto:Co. hat sich das Mediennutzungsverhalten in den letzten Jahren grundlegend verändert. Wer eine Empfehlung erhält,

Empfehlungsmarketing

Ein beliebter Satz Ihrer langjährig niedergelassenen Kollegen lautet: „Ich brauche kein Praxismarketing – meine Patienten kommen alle auf Empfehlung.“ Tatsächlich ist es doch so, dass die Patienten eine Praxis – ohne einheitlichen medienübergreifenden Außenauftritt – auch ausschließlich über Empfehlung

möchte sich gern sein eigenes Bild machen, und das geschieht heute am besten online. Oder würden Sie ein Hotel einzig und allein aufgrund einer Empfehlung buchen? Wahrscheinlich nicht. Vielmehr erkundigt man sich ausführlich über das Empfohlene und entscheidet sich dann für das Hotel, den Arzt, das Geschäft, wenn die Empfehlung und die Außendarstellung zusammenpassen.

Patientenkommunikation

Wie oft kommunizieren Sie mit Ihren Patienten? Wenn sie gerade zufällig einen Termin bei Ihnen haben? Oder planen Sie das wichtigste Werkzeug Ihrer Kundenbindung bewusst? Das sollten Sie aber. Ihre Patientenkommunikation sollte regelmäßig und gesteuert stattfinden und die einzelnen Medien aufeinander abgestimmt werden. So können Sie mit Themen-Flyern die speziellen Fachgebiete Ihrer Praxis bewerben. Eine Praxiszeitung, die regelmäßig erscheint und kostengünstig per Post oder E-Mail an Patienten versandt wird, informiert ausführlich über Neues aus der Zahnmedizin und vor allem aus Ihrer Praxis. Doch auch Social Media spielt eine immer größere Rolle, dazu zählen neben Facebook auch die Arztbewertungsportale. Bei der Wahl des Arztes kommen viele Faktoren zusammen. Letztlich entscheidet der Patient nach seinem persönlichen Empfinden und wird eine professionelle Außendarstellung immer mit fachlicher Kompetenz in Verbindung bringen.



Patientenkommunikation sollte regelmäßig und gesteuert stattfinden. Foto: M:Consult

Fazit

Praxismarketing hat nichts mit Werbung zu tun. Vielmehr bedeutet es, dass Sie ein klares Unternehmensziel haben, dass Sie genauso professionell kommunizieren wie Sie hochwertig behandeln. Geben Sie Ihren bestehenden und potenziellen Patienten die bestmögliche Orientierung, damit Sie Ihr Unternehmen Zahnarztpraxis mit großer Freude und wirtschaftlichem Erfolg führen können.

Carsten Schlüter, Mülheim

Kurz-Info:

1994 als Medi Consult gegründet, war M:Consult die erste deutsche Werbeagentur für Ärzte und Zahnärzte. Als Pionier des Praxismarketings hat Carsten Schlüter die Entwicklung des Medizinmarkts in den vergangenen Jahren nicht nur miterleben, sondern oft auch aktiv mitgestalten können. Das verschafft der Agentur einen einzigartigen Erfahrungsschatz und ungemein profunde Marktkenntnis. Dinge, die Carsten Schlüter und sein Team mit Leidenschaft für den Erfolg ihrer Kunden einsetzen. Seminare, Referenzen und mehr unter www.m-consult.de.

Dieser Beitrag wurde publiziert am Mittwoch den 23. Januar 2013 um 13:29
in der Kategorie: [Aktuelles](#), [Praxisführung](#), [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.