



Marketing für Arztpraxen: Das Praxisschild als Homepage-Zugang

Von IFABS

Erstellt am 28 Mär 2014 - 06:45

Quelle: <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/03/28/marketing-fur-arztpraxen-das-...> [1]

Ablehnung mit vorgeschobenen Gründen

Die Zurückhaltung niedergelassener Ärzte gegenüber einer aktiven Nutzung des Internets und von Social Media-Instrumenten ist nach wie vor ausgeprägt. Praxisinhaber führen vor allem rechtliche Gründe und fehlende Zeit an, sich mit diesem Themenbereich nicht beschäftigen zu können.

Fallbeispiel QR-Code

Wie einfach ein erster Schritt in die Welt der neuen Medien sein kann, zeigt das abgebildete Praxisschild. Durch Integration des QR-Codes gelingt es, eine Brücke zwischen realer und virtueller Welt zu bauen. Interessierte potentielle Patienten können mittels Smartphone die (Homepage der) Praxis besuchen, Informationen zu den für sie relevanten Aspekten abrufen und / oder Kontakt aufnehmen. Der Kostenaufwand für eine derartige Maßnahme besteht lediglich in der Erstellung eines neuen Praxisschildes.

Die Praxis-Homepage muss authentisch sein

Voraussetzung für den Erfolg eines derartigen Konzeptes ist ein patientengeeigneter Internetauftritt. Hierbei kommt es weniger auf eine brillante Gestaltung an als auf seine Authentizität. Hierunter versteht man die Eignung eines Web-Auftritts, die Gegebenheiten einer Arztpraxis so realistisch abzubilden, dass Patienten – und hier in erster Linie neue Praxisbesucher – im Moment Of Truth, dem Kontakt vor Ort, keine Diskrepanzen zwischen Präsentation und Realität verspüren. Der Grad der Authentizität hat auf die Patientengewinnung und –bindung einen entscheidenden Einfluss. Wie beim Aufruf einer Homepage ist in den Praxisräumen der erste Eindruck entscheidend. Erscheint eine Arztpraxis dem Patienten authentisch, ist das für ihn ein Qualitätssignal, das die Basis für Vertrauen, Offenheit und Loyalität legt. Er erkennt, dass das „Versprechen“ aus dem Internet in der Praxis tatsächlich eingehalten wird.

Einfacher Authentizität-Check mit Bordmitteln

Die Qualität der Umsetzung dieser Voraussetzung kann durch eine einfache Homepage-Patientenzufriedenheitsanalyse überprüft und ggf. optimiert werden. Mit ihrer Hilfe gelingt es, die Gestaltungsqualität einer Seite aus Patienten-Sicht zu ermitteln (Wichtigkeits-Zufriedenheitsbewertung der wichtigsten Homepage-Gestaltungsmerkmale, ergänzt um offene Fragen), andererseits die durch die Gestaltung erreichten Schlüssel-Effekte zu bestimmen:

- Eindruck: wie positiv oder negativ wirkt die Praxis-Seite insgesamt im Vergleich zu anderen Arzt-Pages, die die Befragten kennen?
- Empfehlung: wie ausgeprägt ist die Bereitschaft, die Praxis-Präsenz an Dritte weiterzuempfehlen?
- Authentizität: in welchem Umfang stimmt der von der Homepage vermittelte Eindruck mit der Realität überein (Moment of Truth)?

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:23): <http://www.medkom24.eu/node/18932>

Links:

[1] <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/03/28/marketing-fur-arztpraxen-das-praxisschild-als-homepage-zugang/>

