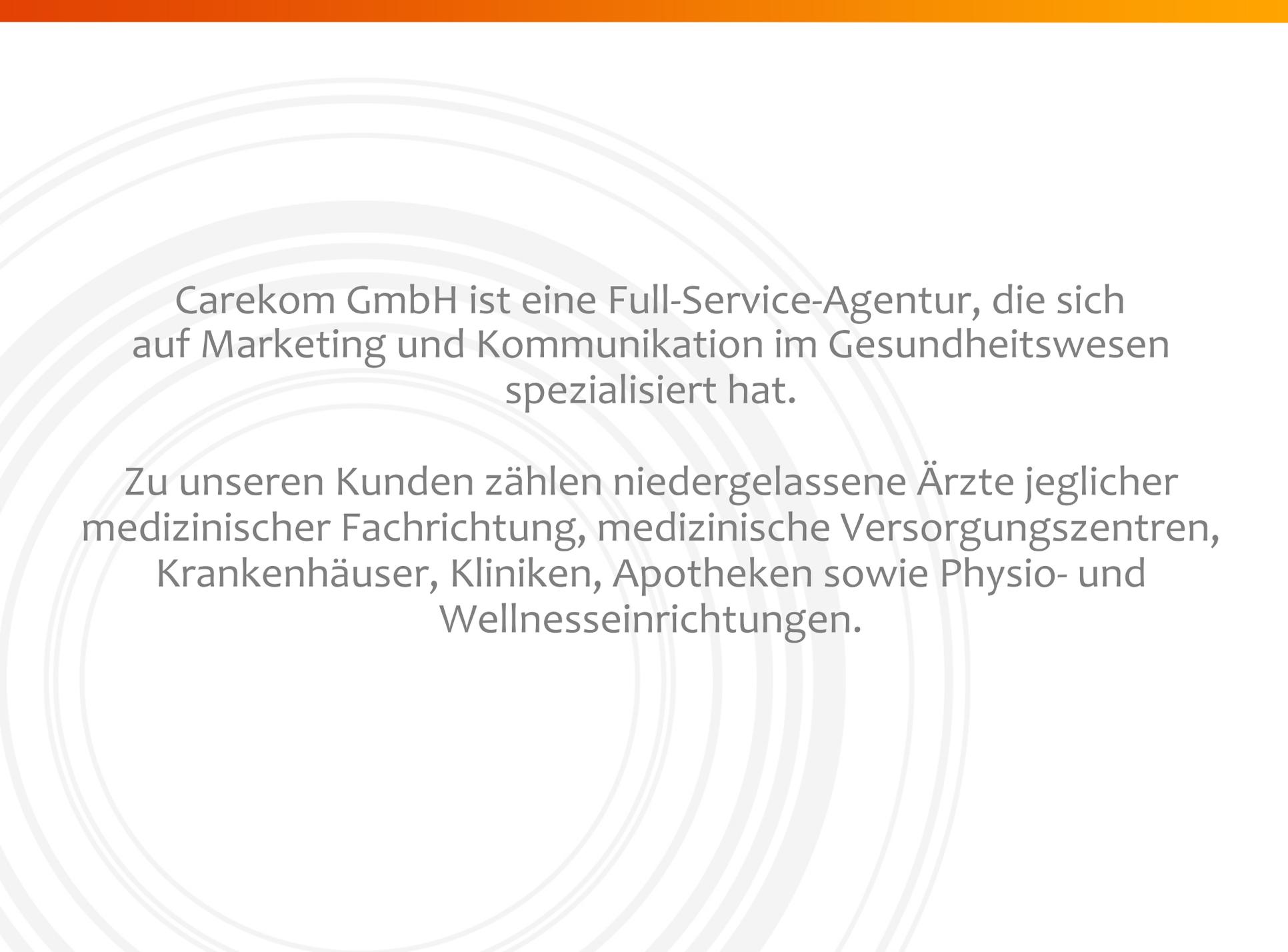




BEWERTUNGSPORTALE – FLUCH ODER SEGEN? Umgang mit Social Media in der Arztpraxis

*„Wie schafft es eine Arztpraxis heute
professionell zu kommunizieren,
effizient zu agieren und nachhaltig
erfolgreich zu sein?“*

*... und das alles neben dem
eigentlichen Beruf???*

The background features a series of concentric, light gray circles that create a subtle, circular pattern across the slide. The circles are centered and overlap, with varying line thicknesses, giving a sense of depth and movement.

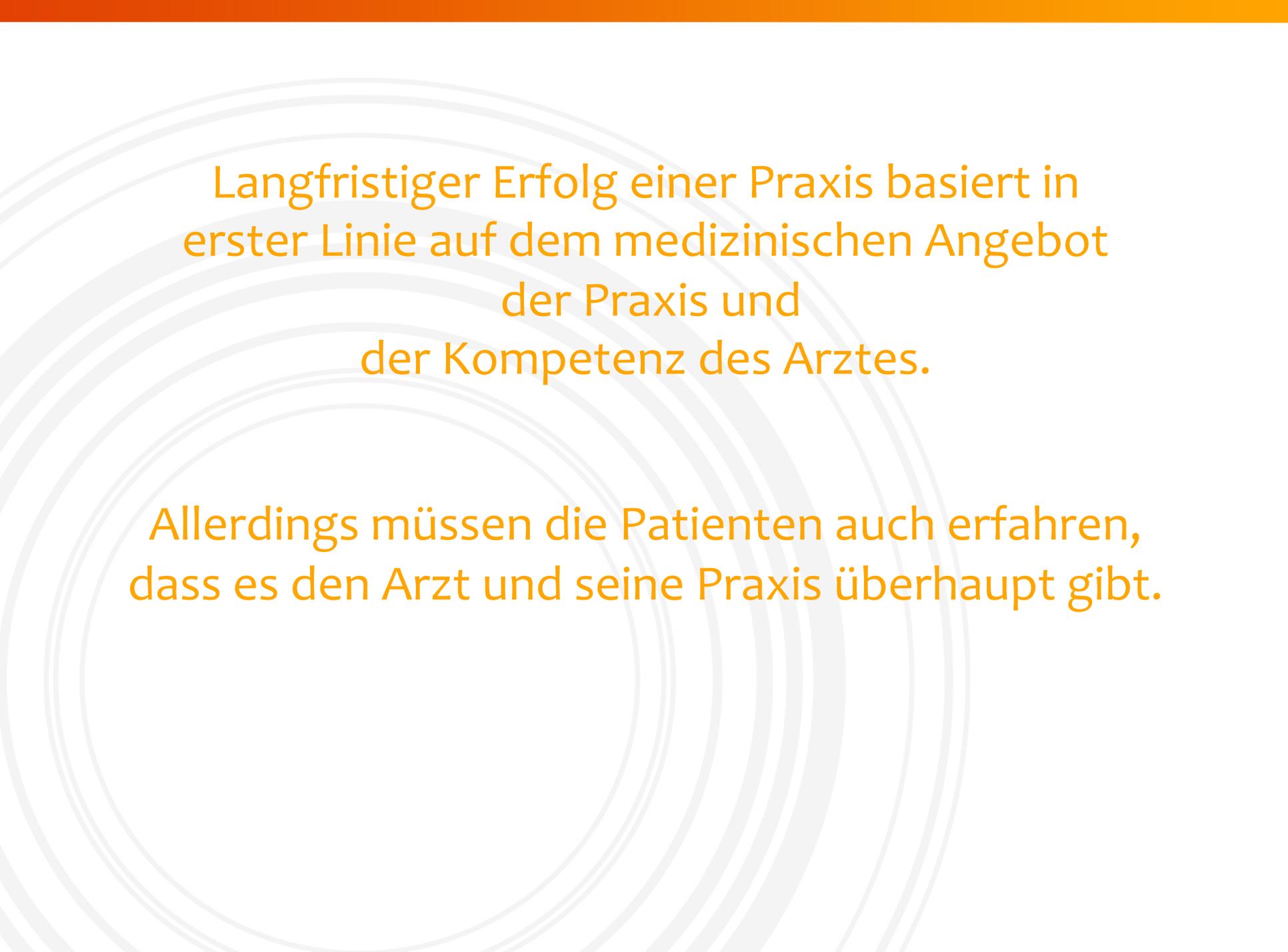
Carekom GmbH ist eine Full-Service-Agentur, die sich auf Marketing und Kommunikation im Gesundheitswesen spezialisiert hat.

Zu unseren Kunden zählen niedergelassene Ärzte jeglicher medizinischer Fachrichtung, medizinische Versorgungszentren, Krankenhäuser, Kliniken, Apotheken sowie Physio- und Wellnesseinrichtungen.

zum Referenten:



- Studium zum Referenten für Marketing und Unternehmenskommunikation in Köln
- mehrere Jahre Leiter Marketing & PR in einer der größten Augenkliniken Deutschlands
- Gründer der Carekom GmbH
- 25 Jahre praktische Erfahrung in Gesundheitskommunikation, Werbung, Journalismus, Film & TV, etc.

The background features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the slide. The text is overlaid on this pattern.

Langfristiger Erfolg einer Praxis basiert in erster Linie auf dem medizinischen Angebot der Praxis und der Kompetenz des Arztes.

Allerdings müssen die Patienten auch erfahren, dass es den Arzt und seine Praxis überhaupt gibt.

Um den Bekanntheitsgrad einer Praxis zu steigern, stehen verschiedene Mittel zur Verfügung. Dabei beinhaltet die Corporate Identity die drei Säulen der eigenen Persönlichkeit:



CORPORATE (CD)
DESIGN

Unternehmensscheinungsbild

+



CORPORATE (CC)
COMMUNICATION

Unternehmenskommunikation

+



CORPORATE (CB)
BEHAVIOUR

Unternehmensverhalten

=



CORPORATE (CI)
IDENTITY

Unternehmenspersönlichkeit

Corporate Design:

Die optische Darstellung der Praxis

- Logo
- Ausstattung (Visitenkarten, Rezepte, Formulare, etc.)
- Praxiseinrichtung
- Kleidung der Mitarbeiter
- Internetseite

Corporate Communication:

Die Kommunikation nach innen und außen mit Patienten und Mitarbeitern:



Die eigene Facebook-Seite:

Eine Empfehlung mit persönlichem Charakter, wie sie bei Facebook durch das Klicken des „Gefällt mir“-Buttons ausgesprochen werden kann, hat eine deutlich höhere Authentizität als eine von Ihnen gesteuerte Werbebotschaft.

Gerade für Arztpraxen ist Facebook eine hervorragende Möglichkeit, das Vertrauen von Patienten ausgesprochen zu bekommen. Außerdem pflegen Sie das Image des zuverlässigen und fortschrittlichen Mediziners.

Corporate Communication:

Die Kommunikation nach innen und außen mit Patienten und Mitarbeitern:

- Soziale Netzwerke
- Praxisfilm auf der eigenen Internetseite

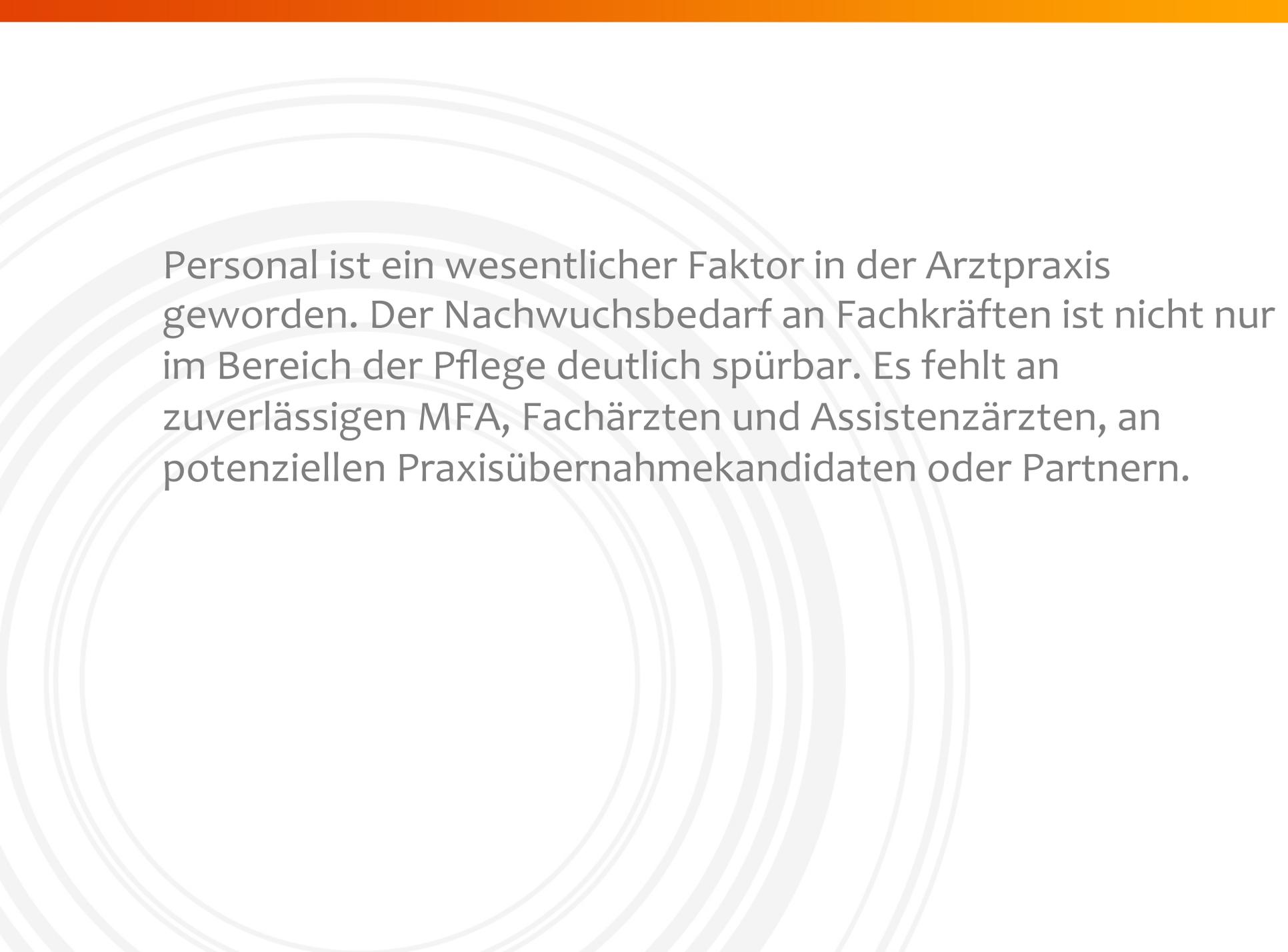
Der Praxisfilm...

- dient der besseren Visualisierung
- ist zeitgemäß und kommuniziert effektiv
- vermittelt mehr Informationen als Text
- nimmt die Hemmschwelle vor dem Arztbesuch
- vermittelt das Gefühl des Vertrauten und Bekannten
- verbessert das Ranking meiner Website durch YouTube
- hilft, meine Praxis richtig zu positionieren

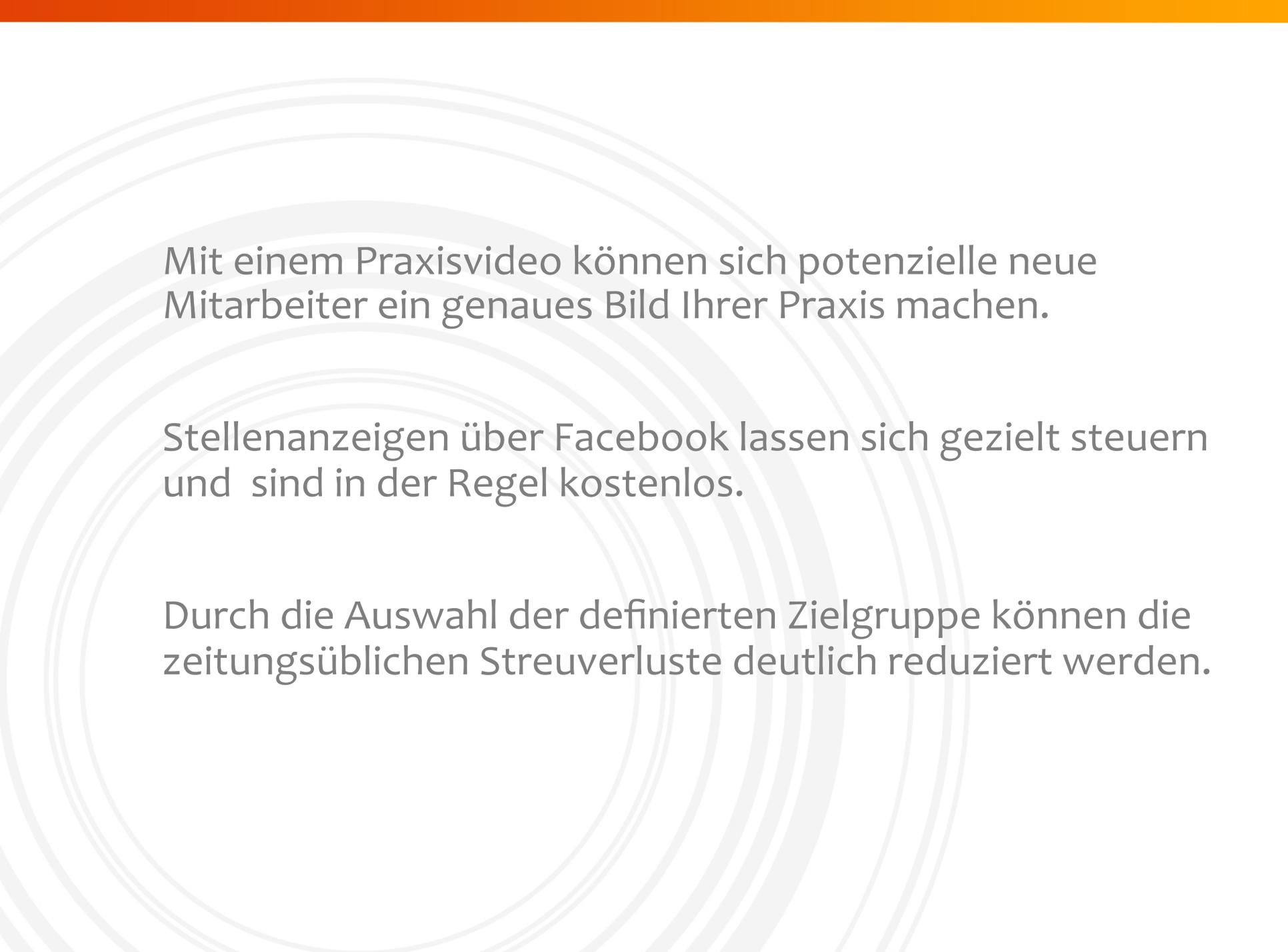
Corporate Communication:

Die Sozialen Medien und bewegte Bilder dienen nicht nur der Umsatzsteigerung der Praxis, sondern können noch viel mehr:

Employer Branding



Personal ist ein wesentlicher Faktor in der Arztpraxis geworden. Der Nachwuchsbedarf an Fachkräften ist nicht nur im Bereich der Pflege deutlich spürbar. Es fehlt an zuverlässigen MFA, Fachärzten und Assistenzärzten, an potenziellen Praxisübernahmekandidaten oder Partnern.

The background of the slide features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the page. The circles vary in opacity and size, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is clean and modern.

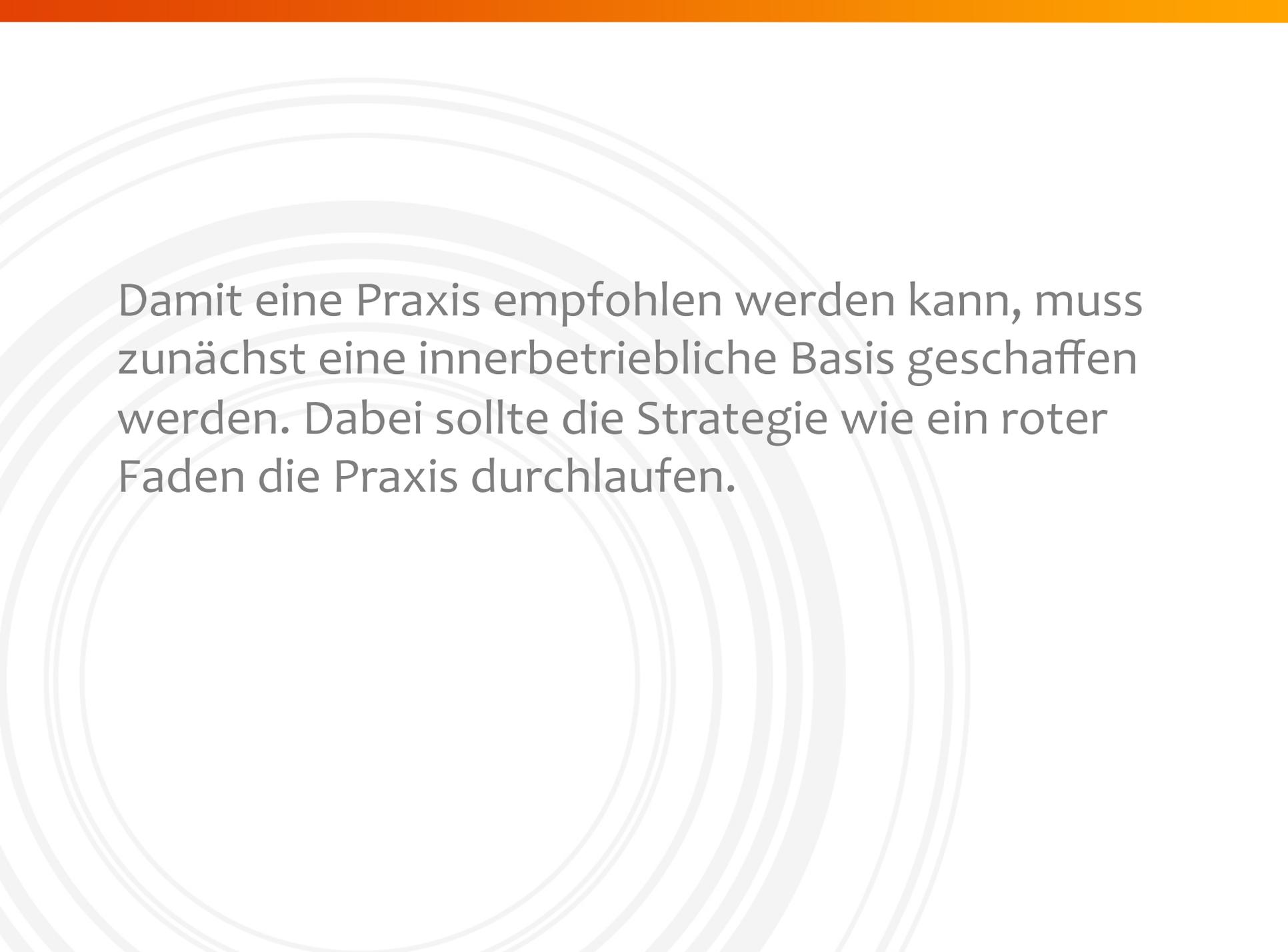
Mit einem Praxisvideo können sich potenzielle neue Mitarbeiter ein genaues Bild Ihrer Praxis machen.

Stellenanzeigen über Facebook lassen sich gezielt steuern und sind in der Regel kostenlos.

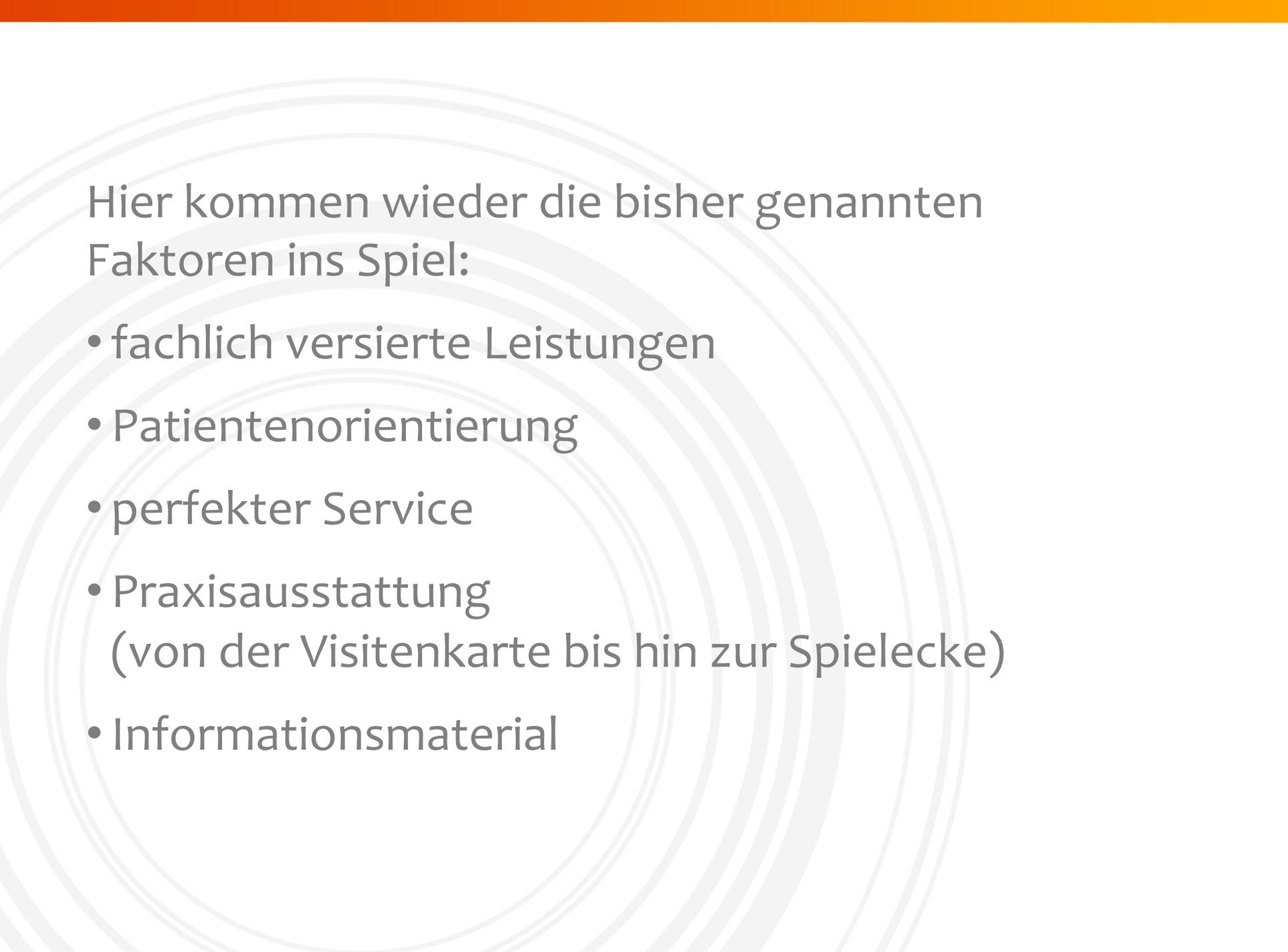
Durch die Auswahl der definierten Zielgruppe können die zeitungsblichen Streuverluste deutlich reduziert werden.

The image features a white background with a series of concentric, light gray circles on the left side, creating a ripple effect. At the top, there is a solid orange horizontal bar. The main text is centered and reads "Empfehlungsmarketing" in a bold, yellow, sans-serif font with a slight drop shadow.

Empfehlungsmarketing



Damit eine Praxis empfohlen werden kann, muss zunächst eine innerbetriebliche Basis geschaffen werden. Dabei sollte die Strategie wie ein roter Faden die Praxis durchlaufen.

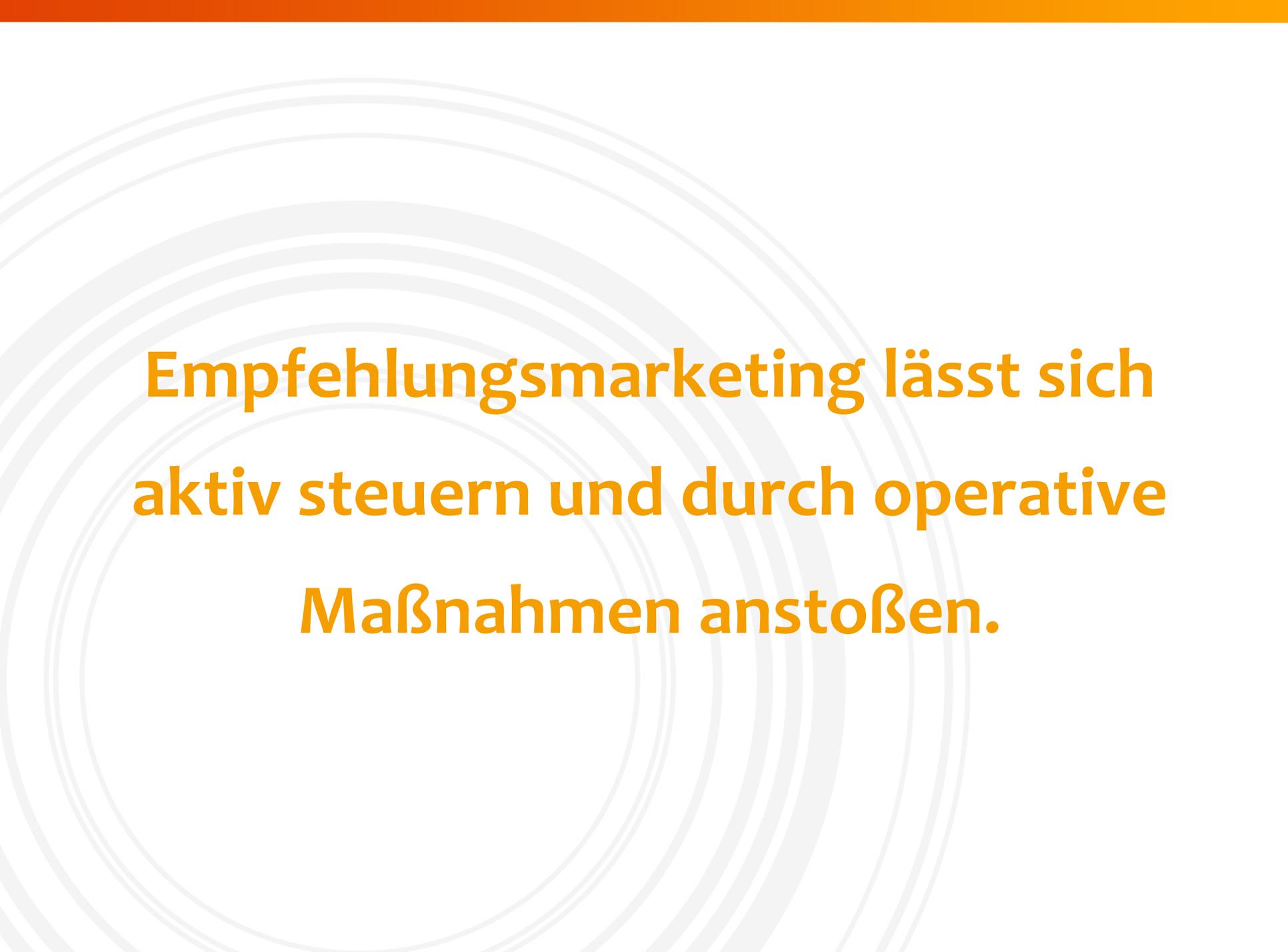
The background features a series of concentric, light gray circles that create a subtle, circular pattern across the slide. The circles are centered and overlap, with the largest one being the most prominent.

Hier kommen wieder die bisher genannten Faktoren ins Spiel:

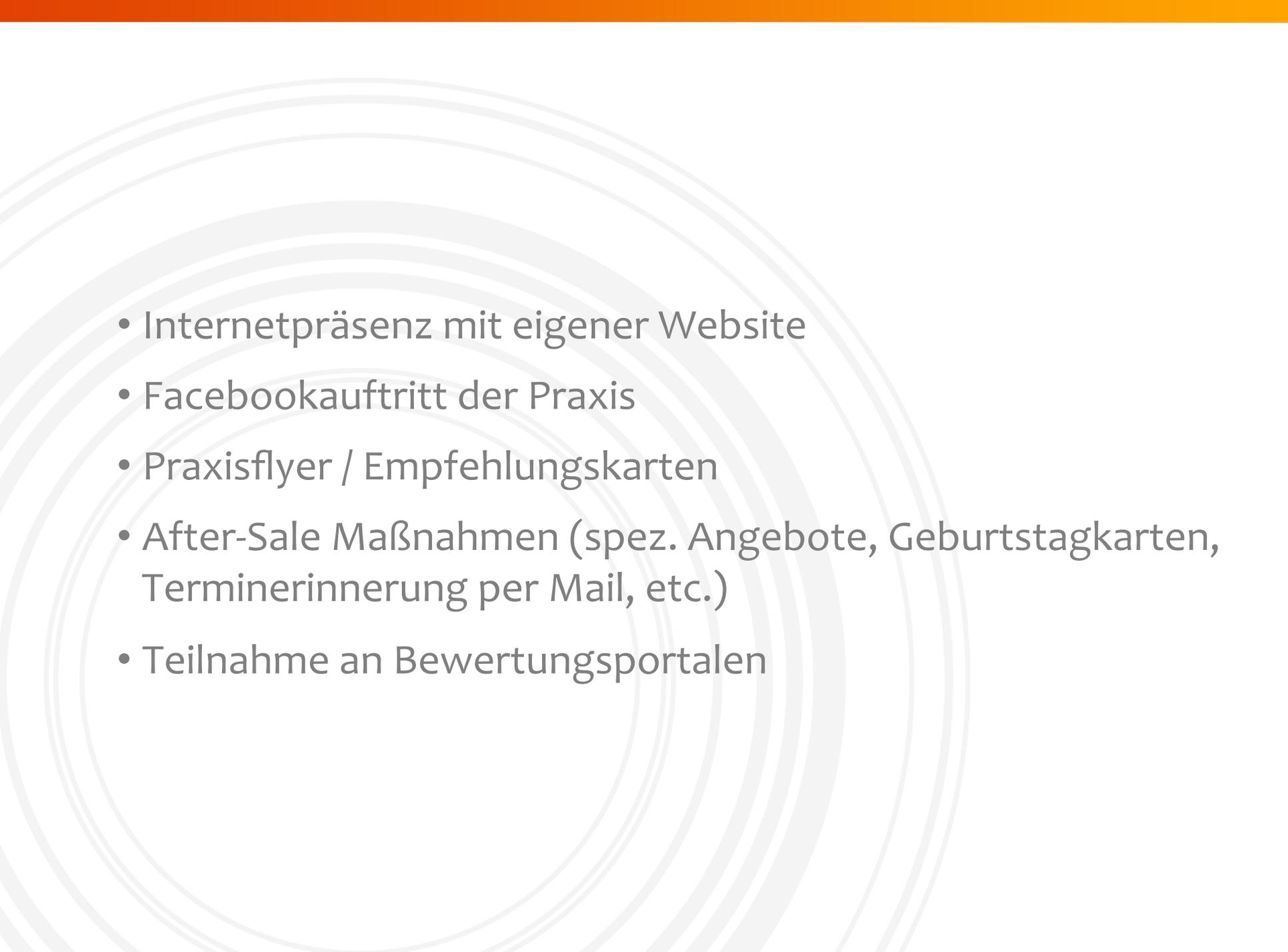
- fachlich versierte Leistungen
- Patientenorientierung
- perfekter Service
- Praxisausstattung
(von der Visitenkarte bis hin zur Spielecke)
- Informationsmaterial

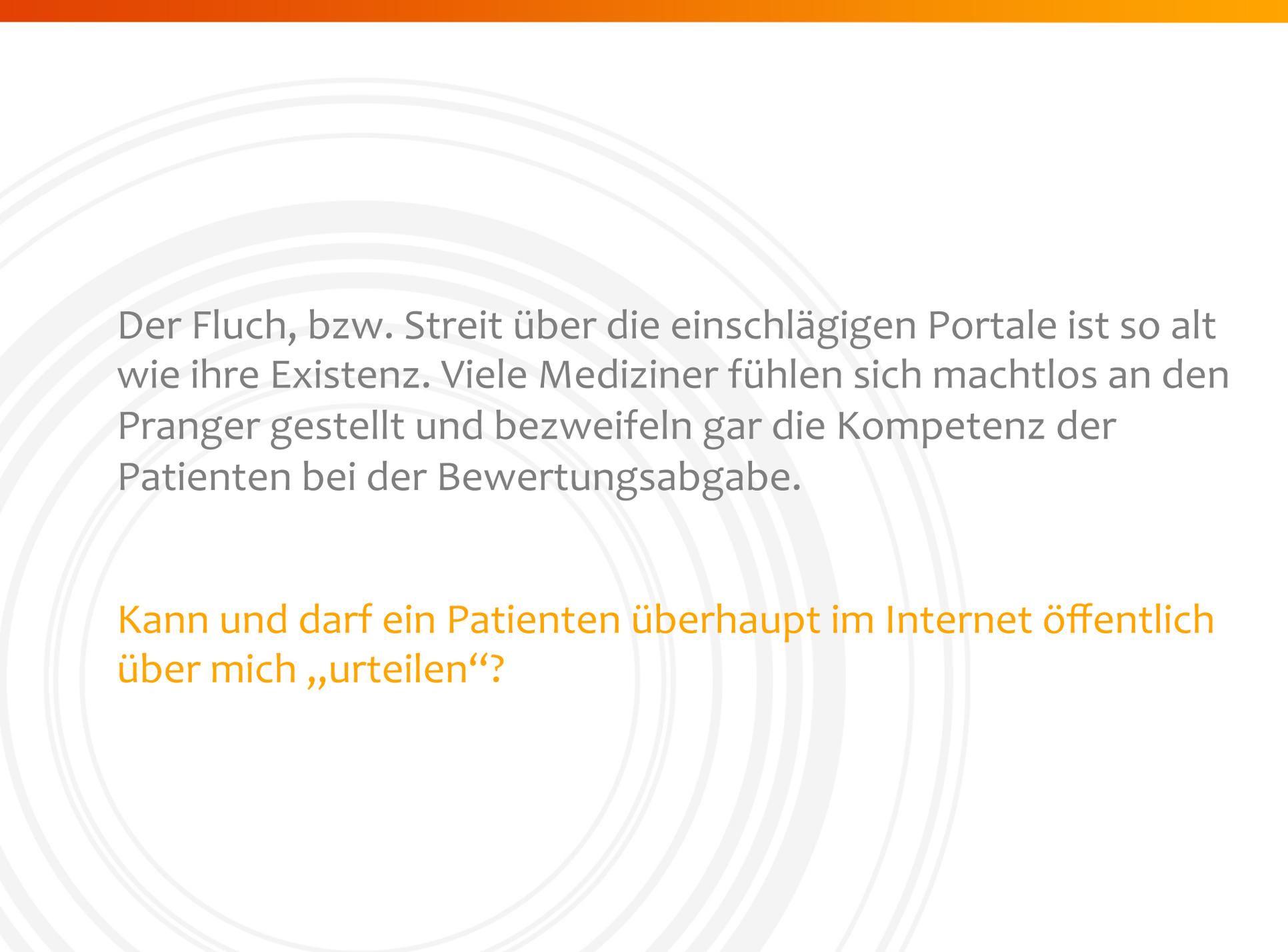
The image features a white background with a series of concentric, light gray circles on the left side, creating a ripple effect. At the top, there is a solid orange horizontal bar. The main text is centered and reads:

**Empfehlungsmarketing braucht
Sympathie und Vertrauen.**



**Empfehlungsmarketing lässt sich
aktiv steuern und durch operative
Maßnahmen anstoßen.**

- 
- The background of the slide features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the page. The circles vary in opacity and thickness, creating a subtle, modern aesthetic.
- Internetpräsenz mit eigener Website
 - Facebookauftritt der Praxis
 - Praxisflyer / Empfehlungskarten
 - After-Sale Maßnahmen (spez. Angebote, Geburtstagkarten, Terminerinnerung per Mail, etc.)
 - Teilnahme an Bewertungsportalen

The background of the slide features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the page. The top of the slide has a solid orange horizontal bar.

Der Fluch, bzw. Streit über die einschlägigen Portale ist so alt wie ihre Existenz. Viele Mediziner fühlen sich machtlos an den Pranger gestellt und bezweifeln gar die Kompetenz der Patienten bei der Bewertungsabgabe.

Kann und darf ein Patienten überhaupt im Internet öffentlich über mich „urteilen“?

Wie gehe ich mit Bewertungsportalen um?

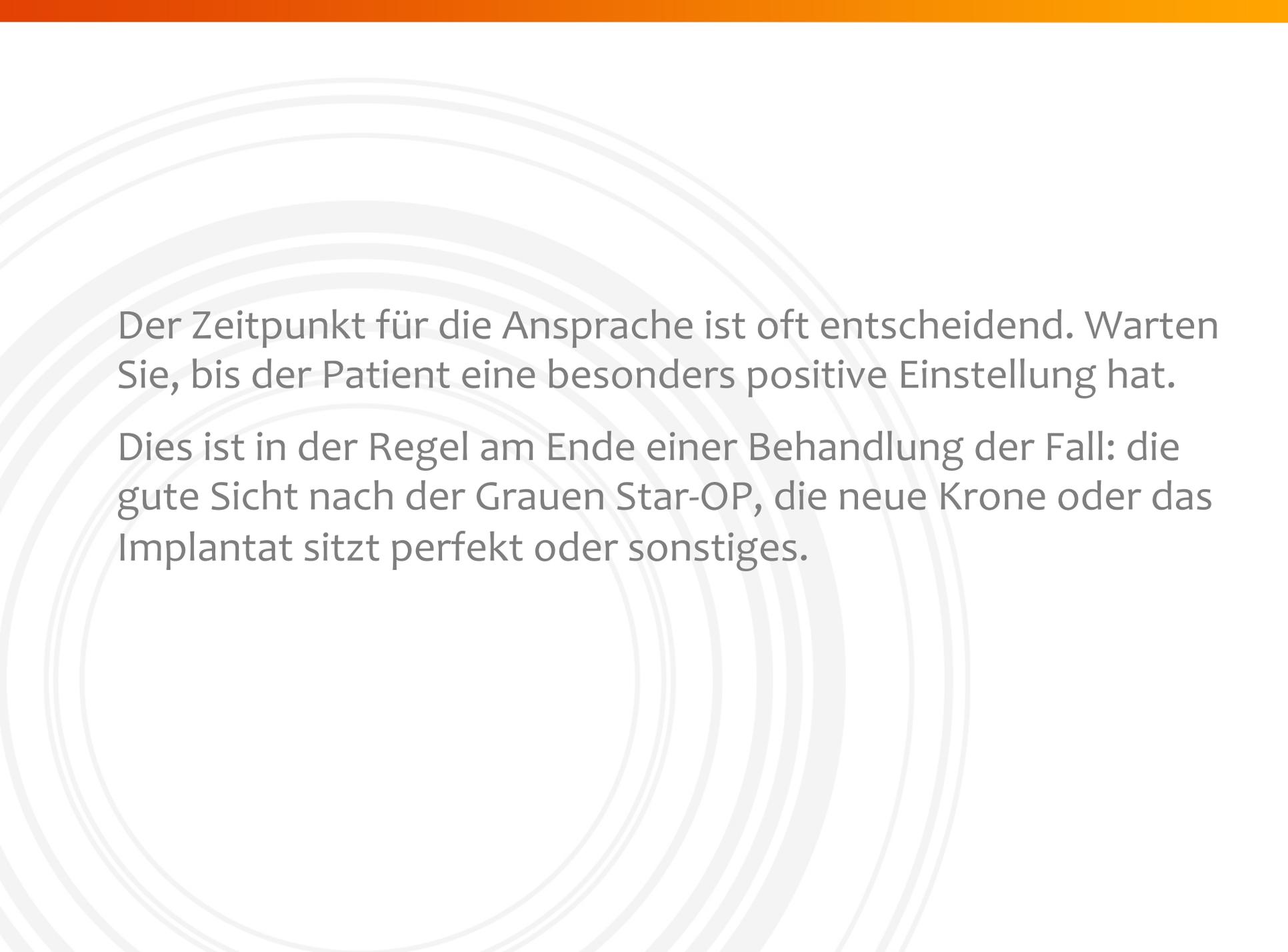
Eine eigene Homepage gehört für eine Arztpraxis, ganz gleich welcher Fachrichtung, zur Grundausstattung.

Mit der eigenen Website haben Sie als Arzt die Möglichkeit, Ihre Praxis so darzustellen, wie sie wirklich ist. Stellen Sie sich, Ihr Team und das Leistungsspektrum vor.

Sie müssen Ihre Bewertungen kennen!

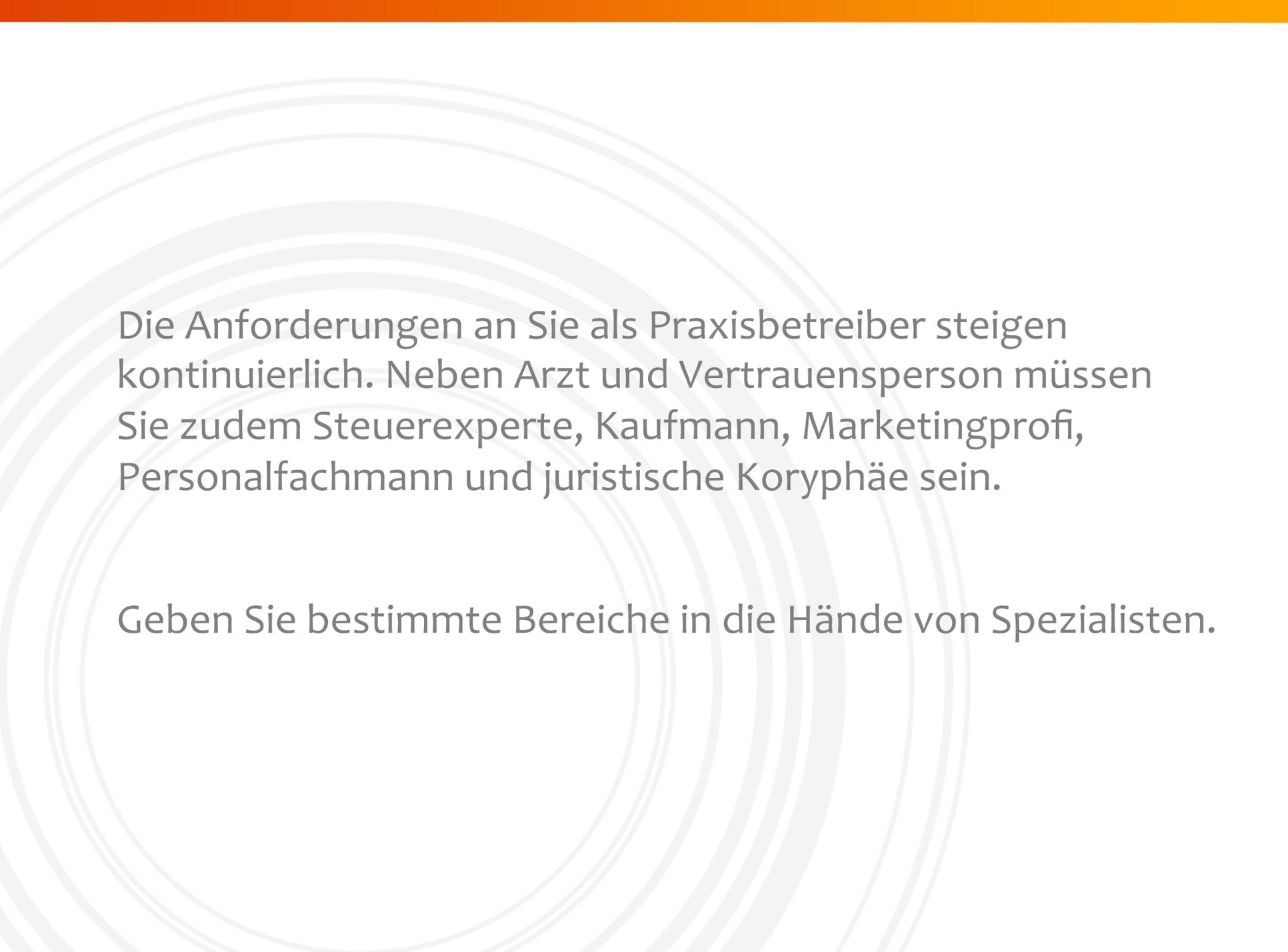
Versuchen Sie, mitzuspielen und überlassen Sie dieses lukrative Terrain nicht den anderen.

Reagieren Sie auf Bewertungen, sowohl auf Lob als auch auf Kritik. Dadurch erhalten Ihre Patienten das Gefühl der Wertschätzung – „Mein Arzt ist wirklich an meiner Meinung interessiert und nimmt Stellung zu meiner geäußerten Kritik.“



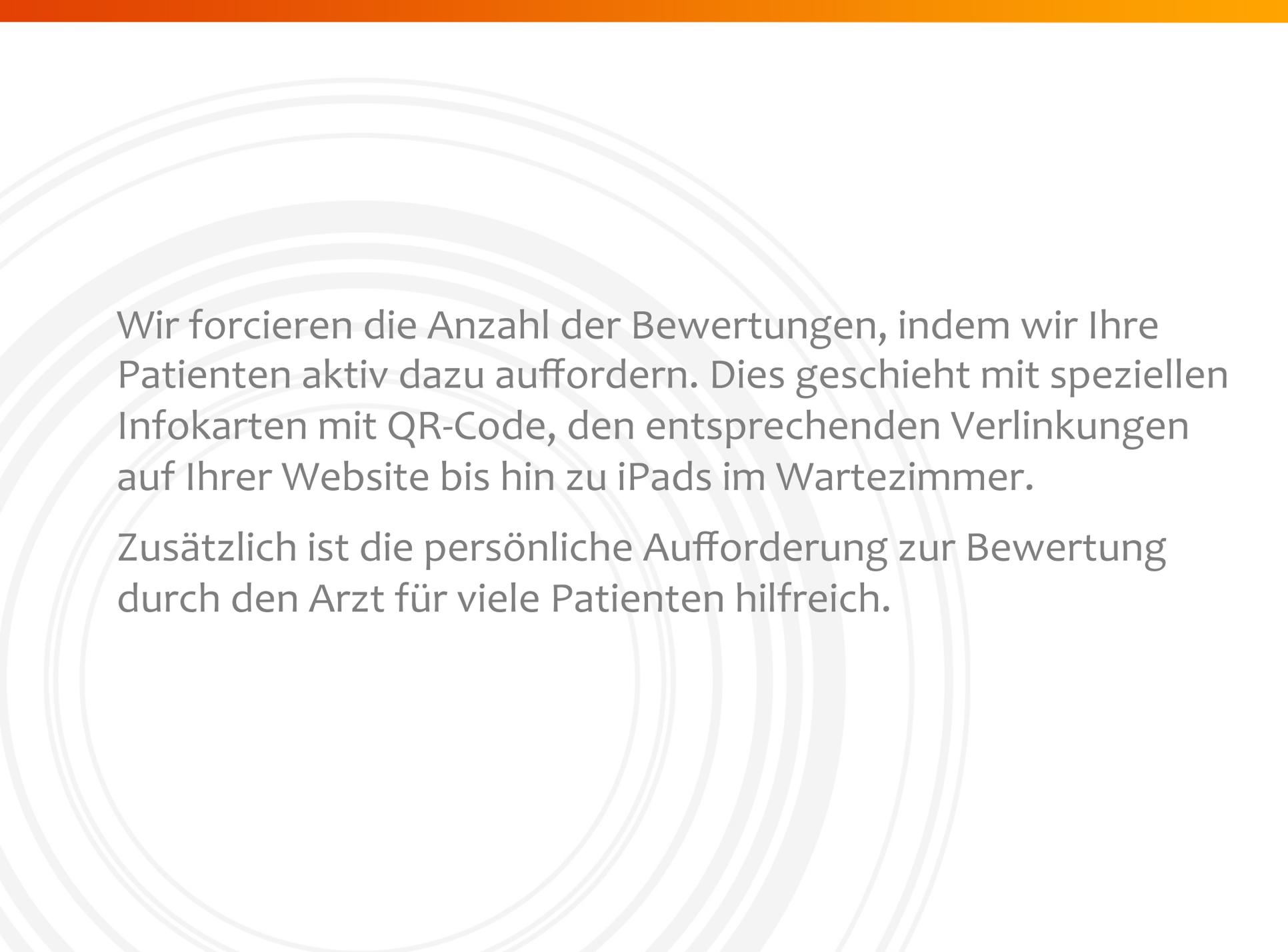
Der Zeitpunkt für die Ansprache ist oft entscheidend. Warten Sie, bis der Patient eine besonders positive Einstellung hat.

Dies ist in der Regel am Ende einer Behandlung der Fall: die gute Sicht nach der Grauen Star-OP, die neue Krone oder das Implantat sitzt perfekt oder sonstiges.



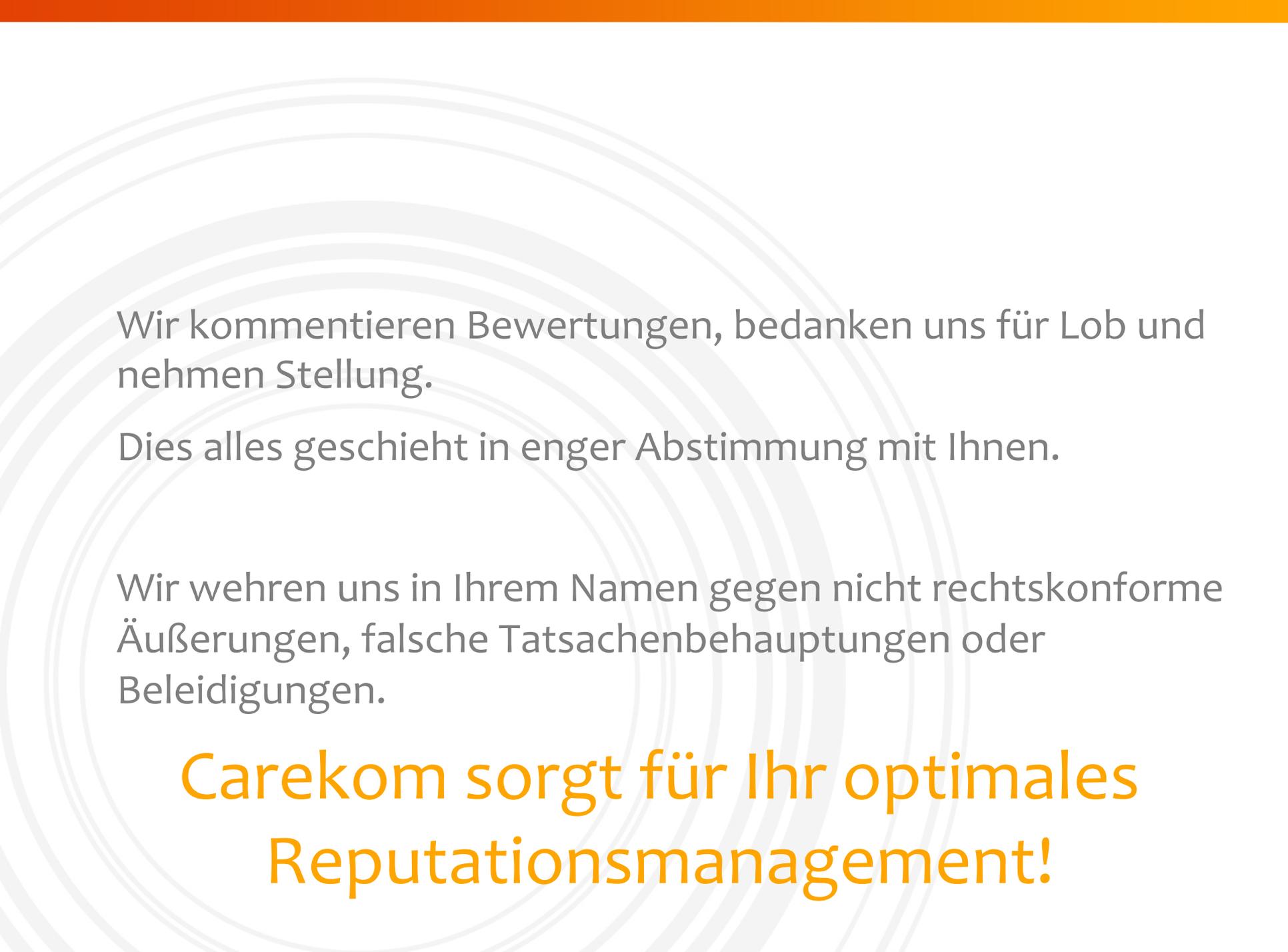
Die Anforderungen an Sie als Praxisbetreiber steigen kontinuierlich. Neben Arzt und Vertrauensperson müssen Sie zudem Steuerexperte, Kaufmann, Marketingprofi, Personalfachmann und juristische Koryphäe sein.

Geben Sie bestimmte Bereiche in die Hände von Spezialisten.



Wir forcieren die Anzahl der Bewertungen, indem wir Ihre Patienten aktiv dazu auffordern. Dies geschieht mit speziellen Infokarten mit QR-Code, den entsprechenden Verlinkungen auf Ihrer Website bis hin zu iPads im Wartezimmer.

Zusätzlich ist die persönliche Aufforderung zur Bewertung durch den Arzt für viele Patienten hilfreich.

The background features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the slide. The top of the slide has a solid orange horizontal bar.

Wir kommentieren Bewertungen, bedanken uns für Lob und nehmen Stellung.

Dies alles geschieht in enger Abstimmung mit Ihnen.

Wir wehren uns in Ihrem Namen gegen nicht rechtskonforme Äußerungen, falsche Tatsachenbehauptungen oder Beleidigungen.

**Carekom sorgt für Ihr optimales
Reputationsmanagement!**

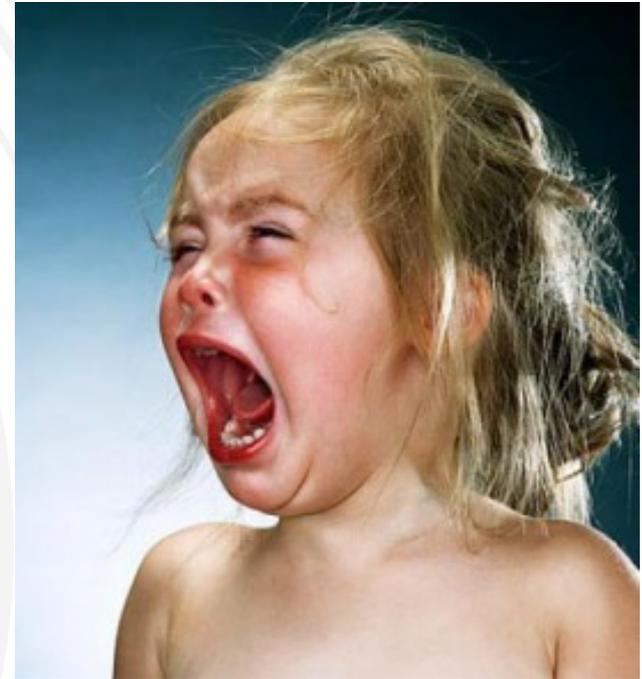
Früher: Reichweite im pers. Umfeld – ca. 10 Personen

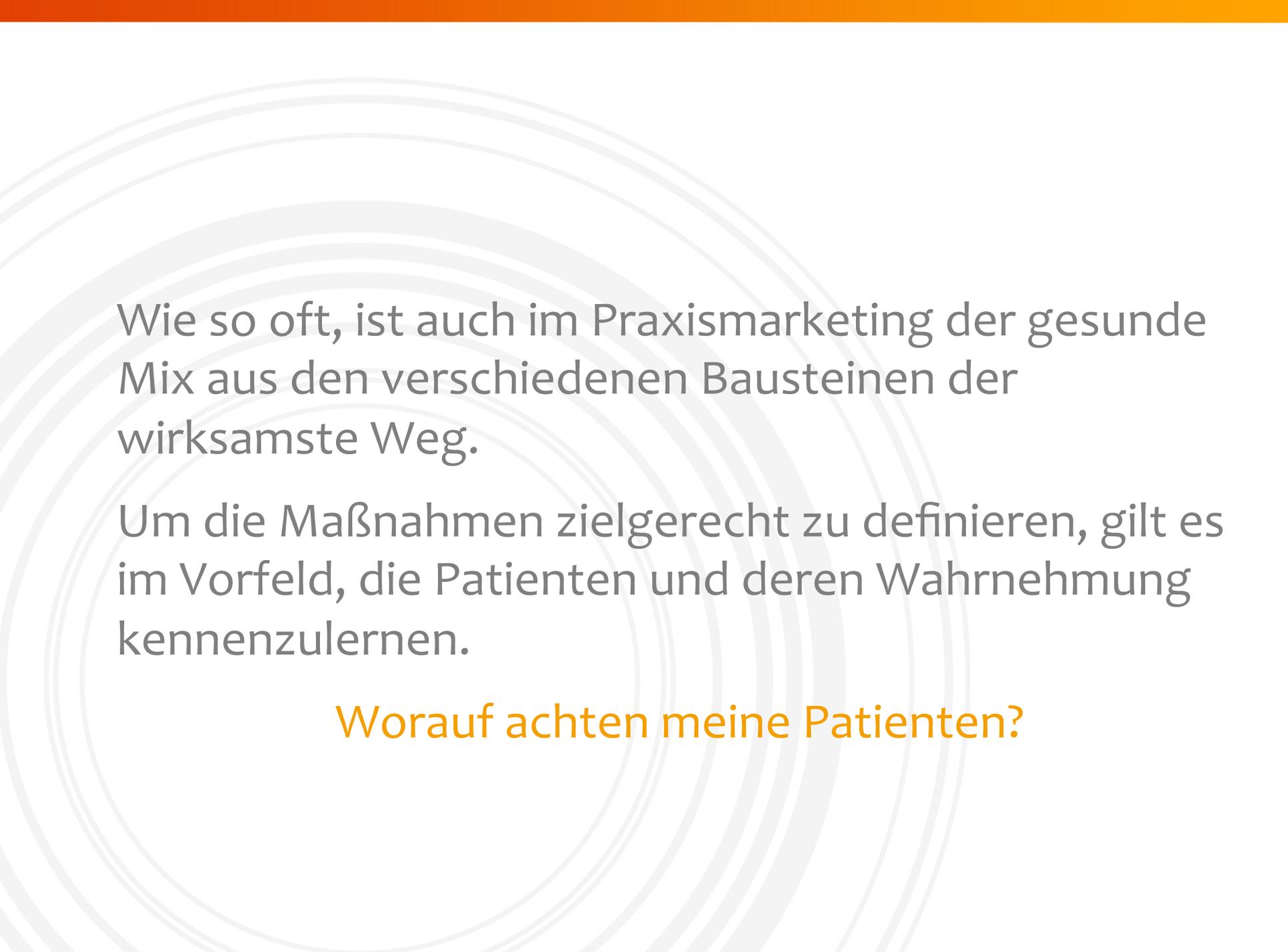
Heute: Reichweite weltweit ca. 3 Milliarden / FB allein 1 Mrd.

Patienten werden zu Multiplikatoren, denn wer selbst auf Empfehlung kommt, empfiehlt in der Regel auch weiter.

Der aktive, positive Empfehler ist die beste Marketingmaßnahme für Ihre Praxis.

Viele Maßnahmen stehen zur Wahl, doch welche ist die richtige, um meine Praxis langfristig erfolgreich zu machen?



The background features a series of concentric, light gray circles that create a ripple effect, centered on the left side of the slide. The circles vary in opacity and size, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is clean and modern, with a white background and a solid orange header bar at the top.

Wie so oft, ist auch im Praxismarketing der gesunde Mix aus den verschiedenen Bausteinen der wirksamste Weg.

Um die Maßnahmen zielgerecht zu definieren, gilt es im Vorfeld, die Patienten und deren Wahrnehmung kennenzulernen.

Worauf achten meine Patienten?

Praxismarketing ist:

- ein kontinuierlicher Prozess
- ständige Bedarfsoptimierung
- Kreativität
- die Festigung des Alleinstellungsmerkmals bei wachsender Konkurrenz
- eine fortwährende Leistungsverbesserung

Praxismarketing beinhaltet also alles das, was zur Förderung des Praxiserfolges getan werden kann.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



www.carekom.de

Venloer Str. 227 – 231

50823 Köln

Tel 0221 299 414 29

Fax 0221 299 414 28

Alle Angaben basieren auf dem derzeitigen Kenntnisstand. Änderungen bleiben vorbehalten. Die Inhalte und Ideen in diesem Dokument sind Eigentum der Carekom GmbH und ausschließlich für den Auftraggeber bestimmt. Die Nutzungsrechte liegen bis zur Auftragserteilung beim Eigentümer. Jede Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung oder Verbreitung ist nur nach vorheriger, schriftlicher Genehmigung der Carekom GmbH erlaubt.