

## **Internetpräsenz und PR-Maßnahmen – Last oder Nutzen für die Arztpraxis?**

### **Der Internet-Auftritt – welche Vorteile bringt er der Arztpraxis?**

Eine Vielzahl von Nutzungsmöglichkeiten hat das neue Medium Internet innerhalb nur weniger Jahre geschaffen. Auch für den Arzt bzw. Zahnarzt ergeben sich mit dieser Form der Massenkommunikation neue Chancen. Beim Internetauftritt wichtig ist unbedingt die professionelle Beratung durch eine Internet-Agentur, damit die standesrechtlichen Regelungen eingehalten werden. Zum Beispiel finden Sie dafür Hinweise unter [www.fidicon.info/musterweb-fuer-mediziner.html](http://www.fidicon.info/musterweb-fuer-mediziner.html). Mit der richtigen externen Beratung, der Bekanntmachung des Internetauftritts beim bestehenden Patientenklentel sowie dem sogenannten Online-Marketing ergibt sich für den Arzt / Zahnarzt eine zusätzliche Chance vor allem für die Patienteninformation, Patientenkommunikation und – teilweise auch – für die Patientenneugewinnung.

### **Warum sind PR- und Werbemaßnahmen für eine Arztpraxis sinnvoll?**

Wodurch wird eine Arztpraxis für den Patienten zu einer solchen Praxis, die man gerne weiterempfiehlt? Und welche PR- und Werbemaßnahmen sind für eine Arztpraxis sinnvoll und umsetzbar?

### **Praxisdarstellung und Praxispositionierung**

Hinter jedem starken Praxiskonzept steht eine unverwechselbare Positionierung. Um sich in der Praxis ein entsprechendes Praxisimage aufzubauen, muss der Arzt / Zahnarzt grundsätzliche Überlegungen anstellen, die richtungsweisend für alle Aktivitäten und Maßnahmen in der Praxis sind. Die Definition und Umsetzung von so genannten Praxisleitbildern steht am Anfang einer unverwechselbaren Praxispositionierung.

### **Corporate Identity und Corporate Design – die Außendarstellung der Arztpraxis**

Vom Praxisschild beginnend bis hin zur Terminkarte für den Patienten sollte sich ein "roter Faden" im Sinne eines Corporate Design ziehen. Einheitliche Farben oder Materialien bei der Auswahl der Praxiseinrichtung, gemeinschaftliche Praxiskleidung und Namensschilder für die Mitarbeiterinnen sowie ein speziell entworfenes Logo für Briefpapier, Visiten- und Terminkarten geben Ihrer Praxis ein unverwechselbares und individuelles Erscheinungsbild.

### **Flyer und Praxisbroschüre**

Eine der sinnvollsten und besten Maßnahmen, Werbung bzw. praxisinternes Marketing zu betreiben, ist die Erstellung einer Praxisbroschüre. Wesentliches Ziel ist damit, Ihre Patienten über Ihre Praxisphilosophie sowie über Ihr Leistungsspektrum schriftlich zu informieren. So kann er nochmals in Ruhe zu Hause nachlesen, welche Leistungen für ihn speziell in Ihrer Praxis interessant sind.

### **Patienteninformationen zur Reduzierung des Beratungsaufwands**

Der Beratungsaufwand für die Patienten ist enorm gestiegen. Für viele Behandlungen besteht nicht nur die Möglichkeit, sondern auch die Pflicht, über die vorhandenen Risiken aufzuklären. Je intensiver jedoch der Arzt bzw. Zahnarzt seine Patienten berät, desto weniger Zeit verbleibt ihm für die Durchführung seiner Untersuchungen und Therapien. Nutzen Sie die schriftliche Patienteninformation für eine sachliche Werbung zugunsten der bei Ihnen angebotenen Therapien (Privat- und IGEL-Leistungen), mit klarer Angabe der Kosten.