

## Praxismarketing – DREIfache Kompetenz EINdeutig kommuniziert

*Die goDentis-Partnerzahnarztpraxis Dr. Förster-Marenbach & Dr. Marenbach und Kollegen setzt auf eine umfassende Betreuung unter einem Dach. Das Konzept basiert auf einer Praxis für die reguläre Zahnheilkunde sowie den Untermarken smilestars für die Kinderzahnheilkunde und smilestars ortho für die Kieferorthopädie. Im Rahmen eines Facelifts des Onlinemarketings wurde das dreifach starke Praxiskonzept in den zurückliegenden Monaten hinsichtlich seiner Zielgruppenadressierung überarbeitet.*



Im Jahr 2003 gegründet, hat sich die Praxis Dr. Förster-Marenbach & Dr. Marenbach und Kollegen als feste Größe in Köln etabliert. Im Jahr 2006 wurde die Praxis um eine Prophylaxeabteilung sowie ein zahntechnisches Meisterlabor ergänzt, im Jahr 2012 kam die Kinderzahnarztpraxis in neuen Räumlichkeiten hinzu und im Jahr 2012 die kieferorthopädische Abteilung in weiteren

Etagen. Von Klein bis Groß, von Jung bis Alt kommen dabei alle Patienten in den Genuss eines breiten Leistungsspektrums unter einem Dach und eine damit verbundene komfortable Behandlung für die ganze Familie.

Entscheidend für den dauerhaften Marketingerfolg bei einer etablierten Praxis ist besonders die Kontinuität. Stetig besteht

die Herausforderung darin, Bestands- und Neupatienten aufmerksamkeitsstark zu adressieren, die Praxis sichtbar zu machen und diese Sichtbarkeit aufrechtzuerhalten. Um eine spezifischere Außendarstellung und Wahrnehmung der drei Kompetenzbereiche zu erhalten, entschieden sich Dr. Daniel Förster-Marenbach und seine Frau Dr. Maike Anna Marenbach

deshalb für ein Facelift des Bestandsmarketings, begleitet durch m2c | medical concepts & consulting.

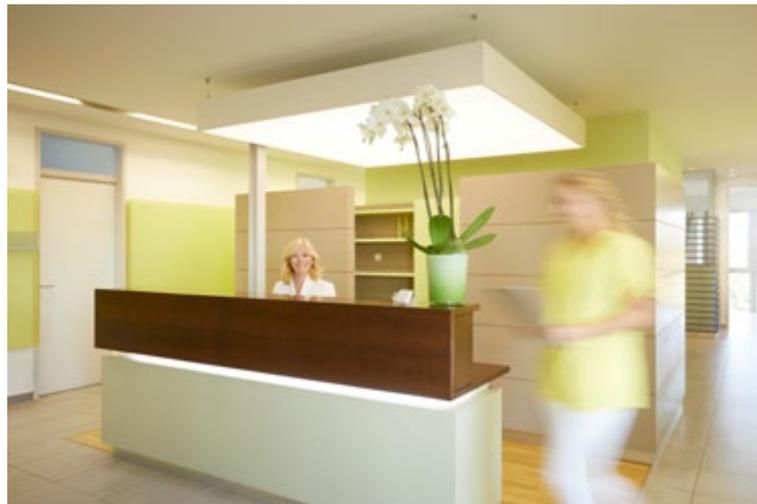
### **Fokusprojekt Praxiswebsite — digitale Patientenansprache**

Im ersten Schritt ging es dabei um die Verbesserung der Onlinereputation. Hierzu wurde auf einen Relaunch der Praxiswebsite gesetzt und nach der Devise gearbeitet: „Es muss nicht immer alles neu sein.“ Die Integration der bereits bestehenden Corporate Identity stand ganz klar im Fokus sowie die Nutzung von Bestandstexten der bisherigen Websites. Diese wurden neu strukturiert und partiell überarbeitet. Das war erforderlich, um zum einen dem Google-Bedürfnis von Content (Inhalt) sowie den relevanten Google-Keywords nachzukommen. Zum anderen, um die Seite inhaltlich für die Leser attraktiver zu gestalten.

Gestalterisch wurde auf eine zeitgemäße Optik gesetzt, um die neue Website ästhetischer sowie nutzerfreundlicher werden zu lassen. Die Modernität der neuen Seite zeichnet sich dabei besonders durch ihre Purheit und reduzierte Einbindung grafischer Gestaltungselemente aus. Für den Transport von Emotionalität entschieden sich die Dres. Förster-Marenbach für ein professionelles Praxisfotoshooting. Wurde auf der alten Website mit gekauftem, universellem Bildmaterial gearbeitet, stand für die Zahnärzte fest, dass es beim Facelift individuelle Bilder sein sollen. Schließlich ist die Qualität der Bilder maßgeblich entscheidend für das Image, was beim Betrachter der Seite über die Praxis entsteht und der Patient informiert sich heute umfassend digital vor seinem

ersten Praxisbesuch. Je besser eine Person sich beim Betrachten der Bilder vorstellen kann, sich selbst genau in dieser Situation in der Praxis zu befinden, desto mehr Emotionalität entsteht. Die erste Bindung eines neuen

gleich. Im nächsten Schritt wird es um die Ergreifung weiterer Onlinemaßnahmen gehen, für die die neue Website die Vernetzungsgrundlage bilden. Ein strategisches Google-Marketing, ein Facebookaccount



Patienten zur Praxis, und dies noch vor dem tatsächlichen Kennenlernen.

### **Online überzeugen — der Weg zur Onlinereputation**

Als Resultat ist eine Praxiswebsite entstanden, die gleichermaßen optisch wie funktional überzeugt und sich ganz klar von den Wettbewerber-Websites unterscheidet. Wiedererkennung schaffen und dabei persönliche Note transportieren — dies war Leistungsanspruch und ist Arbeitsergebnis zu-

sowie weitere SocialMedia-Aktivitäten sind geplant, um sich digital bestmöglich für die Patientenansprache und -kommunikation aufzustellen.

**Autorin**  
**Nadja Alin Jung**  
**Dipl. Betriebswirtin**

**m2c |**  
**medical concepts & consulting**

**Tel.: 069.460 937 20**  
**E-Mail: info@m-2c.de**  
**www.m-2c.de**

