

Winfried Wengenroth

Marketing mit Erfolg

Erfolgreiches Praxismarketing
für Zahnärzte

Das ultimative Handbuch
für Ihre Zahnarztpraxis

Band 1

Ebozon

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage Juli 2019

Copyright © 2019 by Ebozon Verlag
ein Unternehmen der CONDURIS UG (haftungsbeschränkt)

www.ebozon-verlag.com

Alle Rechte vorbehalten.

Covergestaltung: Julian Knigge
ONMA Online Marketing GmbH, Hannover
Layout/Satz/Konvertierung: Ebozon Verlag

ISBN 978-3-95963-588-2 (PDF)

ISBN 978-3-95963-586-8 (ePUB)

ISBN 978-3-95963-587-5 (Mobipocket)

ISBN der Printausgabe 978-3-95963-589-9

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors/Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Veröffentlichung, Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Unbefugte Nutzungen, wie etwa Vervielfältigung, Verbreitung, Speicherung oder Übertragung, können zivil- oder strafrechtlich verfolgt werden.

Winfried Wengenroth

Marketing mit Erfolg

Erfolgreiches Praxismarketing
für Zahnärzte

Das ultimative Handbuch
für Ihre Zahnarztpraxis

Ebozon Verlag

Inhalt

1. Vorwort.....	9
2. Autor Winfried Wengenroth.....	10
3. Einstieg.....	11
4. Marketing Basics.....	19
5. Webdesign.....	31
6. Webservices.....	38
7. Programmierung.....	43
8. Content.....	58
9. Auffindbarkeit.....	71
10. Bekanntheit.....	115
11. Ausblick.....	121
12. Schlusswort.....	127
13. Quellenverzeichnis.....	128
14. Bewertungen von zufriedenen Zahnärzten.....	129

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	9
2. Autor Winfried Wengenroth	10
3. Einstieg	11
3.1 Markt Zahnärzte BRD.....	11
3.1.1 Noch nie gab es so viele Zahnarztpraxen in Deutschland.....	11
3.1.2 Noch nie gab es so viele Zahnärztinnen.....	13
3.1.3 Noch nie gab es so viele Zahnärzthelfer.....	14
3.1.4 Noch nie war die Situation rund um die zahnmedizinischen Berufe derart komplex.....	15
3.1.5 Noch nie war der Wettbewerb so groß.....	15
3.2 Erfolgsprojekte.....	16
3.3 Staatliche Unterstützung.....	18
4. Marketing Basics	19
4.1 Vision.....	20
4.2 Strategie.....	21
4.3 Marke.....	22
4.4 Domain.....	24
4.5 Planung.....	27
4.6 Werbeeffizienz.....	28
4.7 Fokus.....	29
4.8 Mindset.....	30
5. Webdesign	31
5.1 Corporate.....	32
5.2 Identity.....	33
5.3 Usability.....	34
5.4 Fotografie.....	35
5.5 Videos.....	36
6. Webservices	38
6.1 Hosting.....	38

6.2 DSGVO.....	39
6.3 Backup.....	40
6.4 E-Mail.....	41
6.5 Kosten Webservice.....	42
7. Programmierung.....	43
7.1 CMS.....	44
7.2 WordPress.....	44
7.3 Updates.....	46
7.4 Pagespeed.....	47
7.5 Online Termine.....	49
7.6 Online Anamnesebogen.....	52
7.7 App.....	53
7.8 Google AMP.....	54
8. Content.....	58
8.1 Keywords.....	58
8.2 Qualität.....	60
8.3 Texte.....	62
8.4 Storytelling.....	63
8.5 Blogging.....	68
9. Auffindbarkeit.....	71
9.1 AdWords.....	72
9.2 Affiliate Marketing.....	77
9.3 Suchmaschinenoptimierung.....	79
9.3.1 Usability.....	82
9.3.2 Content.....	84
9.3.3 Programmierung.....	87
9.3.4 Bekanntheit.....	89
9.3.5 Backlinks.....	90
9.3.6 Reputation.....	92
9.3.7 Trust und Authority.....	93
9.4 Ranking Value.....	93

9.5 Linkaufbau.....	96
9.5.1 Interne Verlinkung.....	96
9.5.2 Branchenverzeichnisse.....	97
9.5.3 Foren.....	98
9.5.4 Blogkommentare.....	99
9.5.5 Webkataloge.....	100
9.5.6 Verzeichnisse.....	101
9.5.7 Presseportale.....	102
9.5.8 Analyseportale.....	104
9.5.9 Frage- und Antwortportale.....	105
9.5.10 Wikis und Wikipedia.....	105
9.5.11 Gewinnspielportale.....	107
9.5.12 Jobportale.....	108
9.5.13 Partnerwebseiten.....	108
9.5.14 Testberichte.....	109
9.5.15 Online Shop.....	110
9.5.16 Bewertungen und Feedback.....	110
9.5.17 Öffentlichkeitsarbeit.....	110
9.5.18 Quiz.....	112
9.5.19 Digitale Giveaways.....	113
9.5.20 Weitere Möglichkeiten zum Linkbuilding.....	113
10. Bekanntheit.....	115
10.1 Social Media.....	115
10.2 Reputation.....	118
10.3 Bewertungen.....	119
11. Ausblick.....	121
11.1 Recruiting.....	121
11.2 Online Tools.....	122
11.3 Automation.....	123
11.4 Partner.....	124
11.5 Wachstum.....	126
12. Schlusswort.....	127

13. Quellenverzeichnis.....	128
14. Bewertungen von zufriedenen Zahnärzten.....	129
Dr. Inga Boehncke.....	129
Dr. Sebastian Egert.....	129
Dr. Nahas.....	130
Petra Hartmann.....	131
Dr. Lorenz Kuhlmann.....	132
Thomas Otten.....	132
Thilo Graneis.....	133
Stefanie Hosse.....	133
Dr. Eberhard Frisch.....	134

1. Vorwort

Im Namen meiner Agentur, der ONMA Online Marketing GmbH, und auch als Einzelperson habe ich in meiner bisherigen Berufslaufbahn bereits über 500 Zahnärzte persönlich kennenlernen dürfen. Dabei konnte ich für die Kunden, die ich beraten habe, die verschiedensten Effekte erzielen.

Dieses Kompendium soll nun interessierten Zahnärzten einen Überblick darüber verschaffen, wie sie auf komfortable Weise mit Hilfe von Online Marketing überproportional viele neue Patienten gewinnen können.

Meine Agentur und ich konnten diese Methoden auf der Basis unserer jahrelangen Erfahrung erstellen und immer weiterentwickeln. Ich freue mich, nun etwas von meinem Wissen und meiner Expertise an Sie und Ihr Team weitergeben zu können.

Allerdings bin ich überzeugt davon, dass jeder Zahnarzt hauptsächlich Arzt ist. Als solcher wollen Sie den Menschen helfen und streben nicht die ultimative Gewinnmaximierung an.

Die Taktiken, die Sie in diesem Leitfaden für Praxismarketing lernen werden, werden Sie genau dabei unterstützen: Sie werden es Ihnen ermöglichen, mehr Zeit auf mehr Patienten zu verwenden – auf eine ganz einfache und effektive Weise.

2. Autor Winfried Wengenroth



Winfried Wengenroth ist Geschäftsführer der ONMA Online Marketing GmbH und konnte gemeinsam mit seiner Agentur bereits über 12 Millionen Top Platzierungen bei Google erreichen. Die Grundlage für sein breites Wissen über zeitgemäßes Online Marketing konnte er zwischen 2003 und 2007 während seines Studiums der Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Giessen-Friedberg erlangen. Von unschätzbarem Wert sind jedoch vor allem seine praktischen Erfahrungen, die er unter anderem in großen Unternehmen wie Unilever, Ferrero und der H.J. Heinz gewinnen konnte.

Nach über 1.000 Erfolgsprojekten kann Winfried Wengenroth auf zahlreiche Erfahrungswerte im Online Marketing für eine Vielzahl an Branchen zurückgreifen. 2019 gibt er diese Erfahrungen in seiner fünf Bände umfassenden Buchserie „Marketing mit Erfolg“ an Online Marketing Interessierte aus fünf verschiedenen Branchen weiter.

3. Einstieg

3.1 Markt Zahnärzte BRD

Beginnen wir mit einem Überblick über Ihre aktuelle Situation: Wie sieht der Markt für Zahnärzte in Deutschland im Moment aus? Es ist besonders interessant zu sehen, wie rasant der Markt und somit auch der Wettbewerb aktuell wächst. Deshalb sollten Sie als Zahnarzt sich besonders darum bemühen, immer am Puls der Zeit zu bleiben. Nur so sind Sie Ihrer stetig zunehmenden Konkurrenz immer einen Schritt voraus.

3.1.1 Noch nie gab es so viele Zahnarztpraxen in Deutschland

Diese Tabelle verschafft Ihnen einen ersten Eindruck davon, wie hart der Wettbewerb auf dem Zahnarztmarkt in deutschen Großstädten momentan ist.

Stadt	Einwohner	Praxen	Patienten pro Praxis
Nürnberg	529.407	456	1.161
Bonn	324.670	258	1.258
Düsseldorf	635.709	490	1.297
München	1.548.319	1151	1.345
Hannover	532.000	392	1.357
Hamburg	1.860.759	1.307	1.424
Dresden	553.036	370	1.495
Stuttgart	609.319	405	1.504
Bochum	371.097	246	1.509
Berlin	3.688.976	2.441	1.511

Abb. 1: Zahnärztdichte nach Städten in Deutschland, 2017¹

Die Zahnärztdichte in Deutschland ist demnach unglaublich hoch. In manchen Ballungsräumen wie zum Beispiel Nürnberg, Bonn oder Düsseldorf kommen auf eine Zahnarztpraxis nicht einmal 1.300 Einwohner. Während es im Jahr 1993 noch 47.536 Zahnärzte mit eigener Praxis gab, waren es 2016 schon 51.956 Zahnärzte, die in einer eigenen Praxis ihre Patienten behandeltenⁱⁱ. Noch nie gab es so viele Zahnärzte. Diese nächste Grafik zeigt Ihnen, wie konstant die Anzahl an Zahnärzten in Deutschland in den letzten zehn Jahren gestiegen ist.

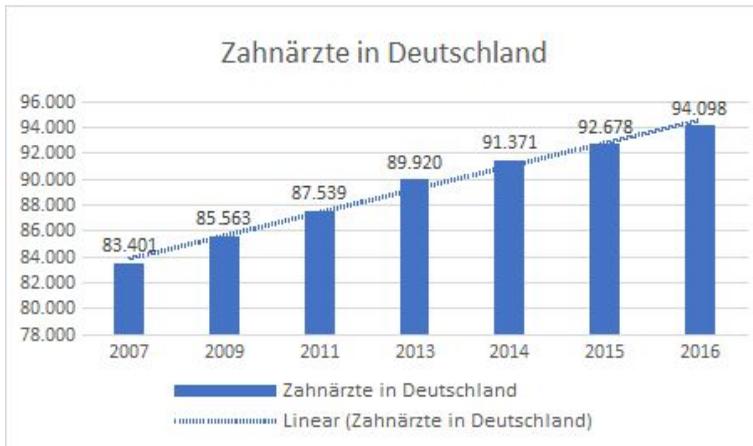


Abb. 2: Anzahl der Zahnärzte in Deutschland von 2007 bis 2016

Im Jahr 2016 gab es dieser Statistik nach insgesamt 94.098 Zahnärzteⁱⁱⁱ. Das sind ganze 10.000 Zahnärzte mehr als noch im Jahr 2007, in dem lediglich 83.401 Zahnärzte gezählt wurden.

Die Anzahl an Zahnärzten, die tatsächlich einer zahnärztlichen Tätigkeit nachgehen, schmälert diesen Vorsprung jedoch leicht. Waren im Jahr 2007 noch lediglich 17.559 Zahnärzte ohne zahnärztliche Be-

schäftigung (21%), waren es im Jahr 2016 22.172 (23,5%). Nichtsdes-
trotz ist der Zuwachs an neuen Zahnärzten enorm.