

Wie Sie Ihre Online Kommunikationsstrategie verbessern können!



straumanngroup

Kapitel 1: Ein Selfie-Video als Marketingmaßnahme



straumanngroup

Willkommen in Kapitel 1

In der Vergangenheit haben sich Zahnärzte auf ihren Ruf und auf Empfehlungen zufriedener Patienten verlassen, um ihre Praxis auf- und auszubauen.

Nun sind wir allerdings im Jahr 2020 angekommen. Ein großer Teil unserer Patienten sowie auch potentieller Kunden sind auf den sozialen Medien aktiv, weshalb wir uns diesem Wandel entsprechend anpassen sollten. Patienten können mithilfe verschiedener Plattformen durch Blogging, bezahlte soziale Anzeigen oder auch durch Videomarketing angesprochen werden.

Social Media muss nicht gleich teuer oder kompliziert sein. Eine effektive und einfache Möglichkeit, Patienten einzubinden, ist ein Selfie-Video. Dieses Format bietet eine persönliche Note, durch die ein vertrauter Kontakt zu Stande kommt.



Es ist Zeit für ein Selfie !

In diesem Kapitel finden Sie eine Auswahl von Erkenntnissen und Empfehlungen für die Produktion von qualitativ hochwertigen Selfie-Videos, um eine gelungene Patientenkommunikation zu sichern.

Der Inhalt dieser Präsentation basiert auf den Beiträgen vom Präsentations- und Kommunikationscoach Silvia B. Pitz, <https://www.pitz-coaching.de/>, sowie auf internen Quellen und Erfahrungen.

Testimonial 60SEC Video mit Silvia Pitz



Vor einer Kamera sprechen

Eine neue Herausforderung



Sie sind es vielleicht gewohnt, mit Ihren Patienten zu sprechen, Vorträge oder Präsentationen zu halten. Vor der Kamera zu sprechen ist allerdings etwas anderes. Hier gibt es kein Publikum. Meistens drehen Sie alleine oder ggf. mit einer weiteren Person das Selfie-Video.

Keine Reaktion trägt dazu bei, Sie anzuheizen oder Ihnen zu helfen, gegebenenfalls anders zu reagieren.

Oftmals spricht der Vortragende in dieser Situation nicht laut genug oder zeigt wenig Begeisterung und Körpersprache. Dies ist nicht hilfreich! Denn gerade in solchen Situationen, in denen das Publikum nicht physisch anwesend ist, brauchen wir die richtige Energie und den richtigen Ausdruck.

Allgemeine Empfehlungen

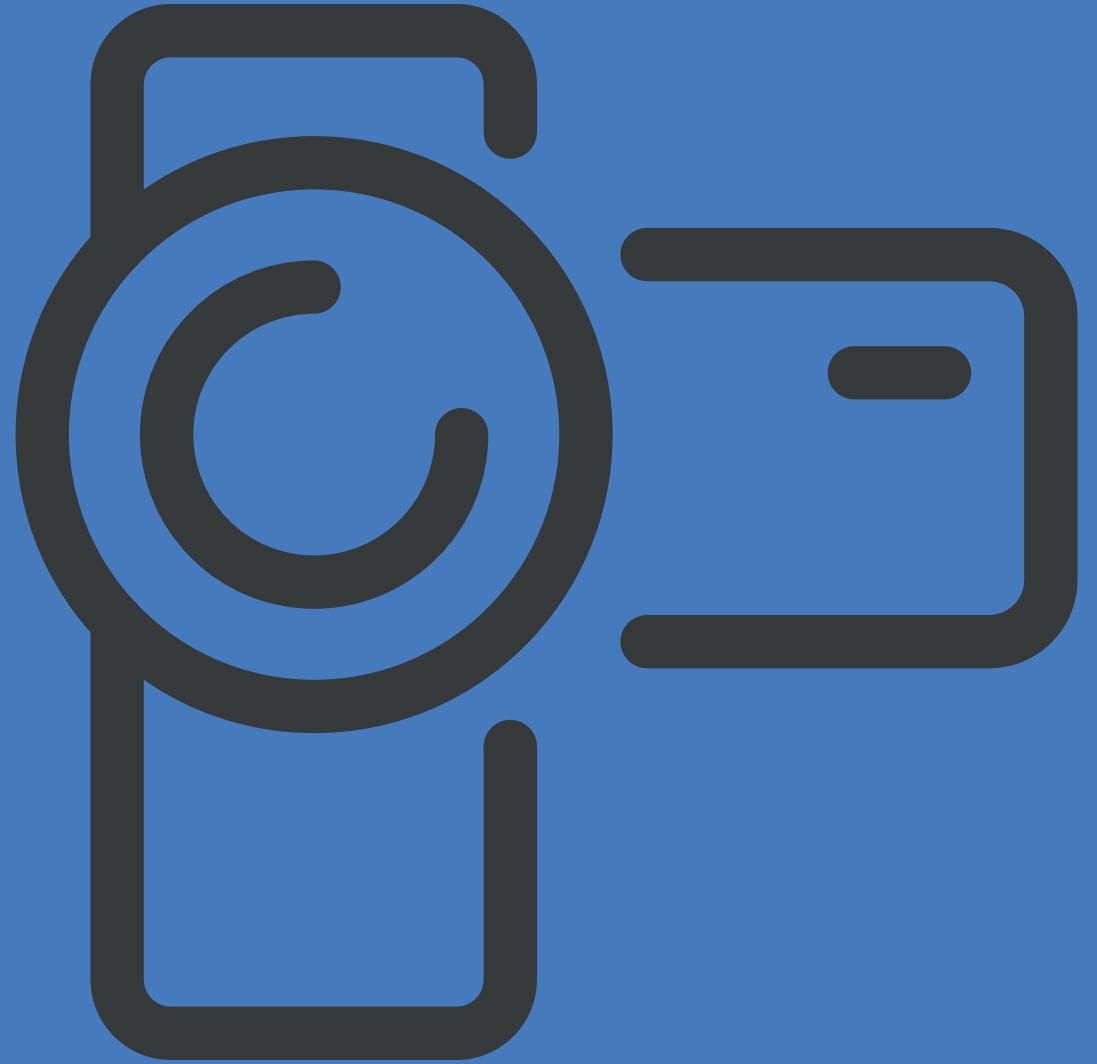
Wichtige Dinge, die gewährleistet werden sollten:

- Gute Lichtverhältnisse und geeigneter Hintergrund
- Gute Tonqualität
- Gute Position vor der Kamera: Leicht schräge Körperhaltung
- Lange Pausen für eine nachträgliche Bearbeitung
- Verwenden Sie für eine bessere Einbeziehung des Publikums und mehr Abwechslung Schaustücke, sofern es gerade angebracht ist.
- Spielen Sie mit der Kamera. Schauen Sie immer direkt in die Kamera, genau so, als ob Ihr Publikum hier wäre.



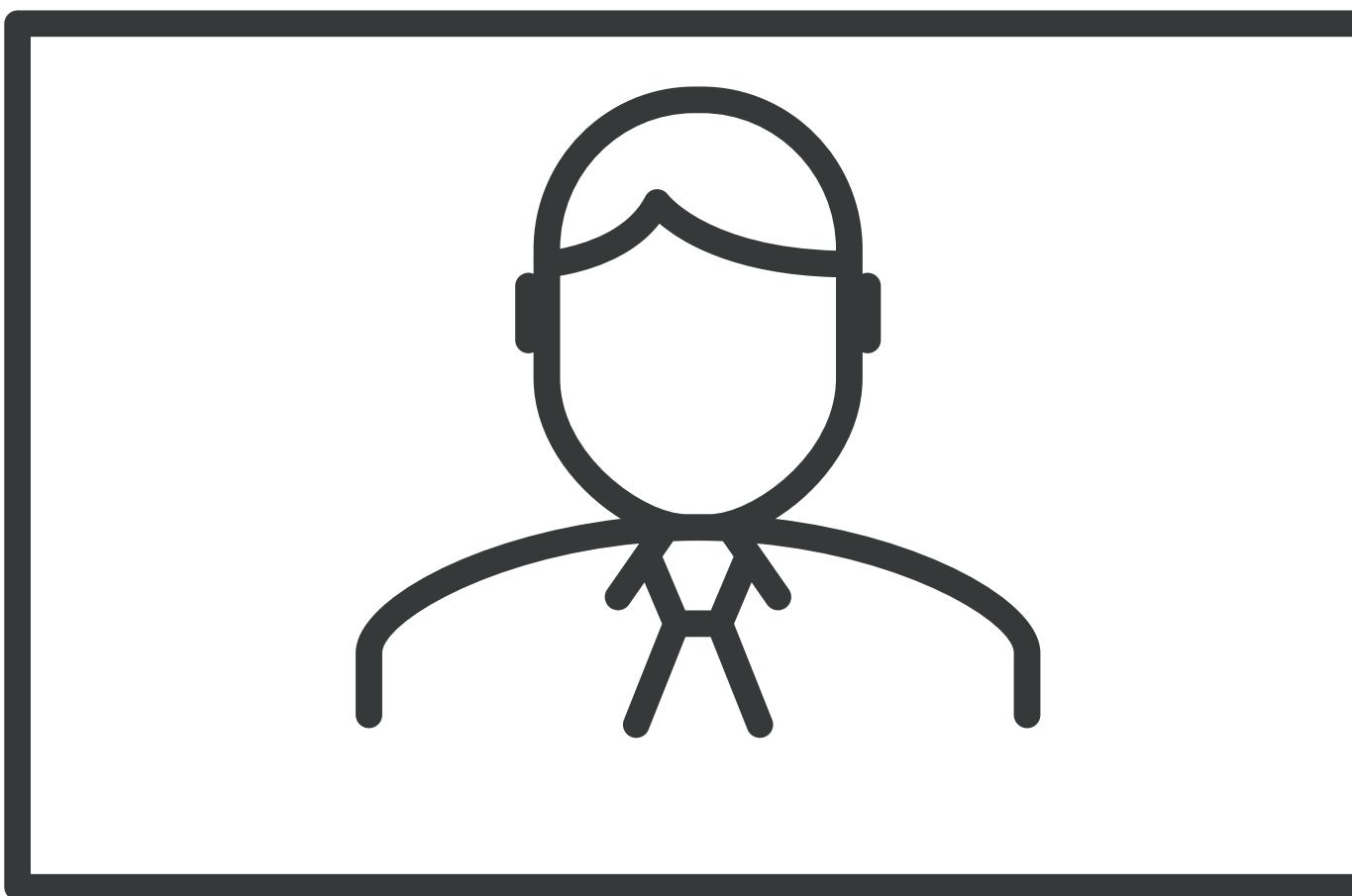
Die richtige Kulisse für Dreharbeiten

1. Drehen Sie in einem **hellen Raum** und stellen Sie sich in eine **Lichtquelle**
 - Sie können hierfür ein Fenster vor Ihnen nutzen, welches Licht spendet.
 - Bei einem bewölkten Tag, schalten Sie das Licht ein.
 - **NIEMALS** ein Licht hinter Ihnen positionieren!
 - Filmen im Freien wird **NICHT** empfohlen!
2. Benutzen Sie einen neutralen Hintergrund.
3. Wählen Sie für die Dreharbeiten einen ruhigen Ort.



Kamera Einstellung

1. Positionieren Sie Ihre Kamera, Telefon, Tablett usw. **horizontal** vor Ihnen und sichern Sie es auf einer **stabilen Oberfläche**.
2. Positionieren Sie sich in der **Mitte** des Rahmens. Kamera sollte auf Augenhöhe sein und der Rahmen sollte Kopf und Schultern einschließen. Wenn Sie die Position gefunden haben, machen Sie eine Markierung auf dem Boden, damit Sie wissen, wo Sie Ihren Stuhl positionieren müssen.





Audio-Einstellungen

1. Wenn Sie ein semiprofessionelles oder externes Mikrofon besitzen, **testen** Sie es vor dem Filmen!
2. Falls Sie einen **Teleprompter** besitzen, sollten Sie zuvor damit geübt haben. Bringen Sie die Kamera nicht zu nahe heran, sonst können Sie die Augenbewegungen sehen.
3. Stellen Sie sicher, dass Sie das Mikrofon des Geräts nicht verdecken!



Filmen

1. Versuchen Sie während der Dreharbeiten **so ruhig wie möglich** zu sitzen, mit dem Körper in einer leicht diagonalen Position. Sie können natürlich Ihre Hände bewegen, wenn es nötig ist. Achten Sie dann bitte darauf, dass die Hände Ihr Gesicht nicht schneiden.
2. Vergewissern Sie sich, dass Sie **laut und deutlich** sprechen.
3. **Sprachmelodie:** Stellen Sie sicher, dass Sie keine monotone Sprachmelodie haben. Das kann schnell langweilig werden.
4. Machen Sie vor und nach jeder Aussage **kurze Pausen**. Das hilft bei der späteren Bearbeitung des Videos.
5. Bleiben Sie am **Ende der Aufnahme** ein paar Sekunden in der gleichen Position und schauen Sie in die Kamera, ohne sich zu bewegen (nicht drücken, um die Aufnahme zu stoppen, zum Telefon greifen oder anderes).



Inhalt

Informative Videoclips in sozialen Medien müssen **kurz und auf den Punkt gebracht** sein. Das ist nicht immer einfach. Denken Sie über das **Ziel Ihrer Botschaft** und über die Empfänger sowie auch über den **Absender** der Nachricht nach.

- Strukturieren Sie das, was Sie sagen möchten im Voraus.
- Dazu können Sie eine Vorlage verwenden, siehe Beispiel auf der folgenden Seite.

Beispiel einer Vorlage für eine Inhaltsstruktur

Appell (Handlungsaufforderung)

Verwenden Sie jeden Tag Zahnseide!

Argumentieren in drei Schritten:

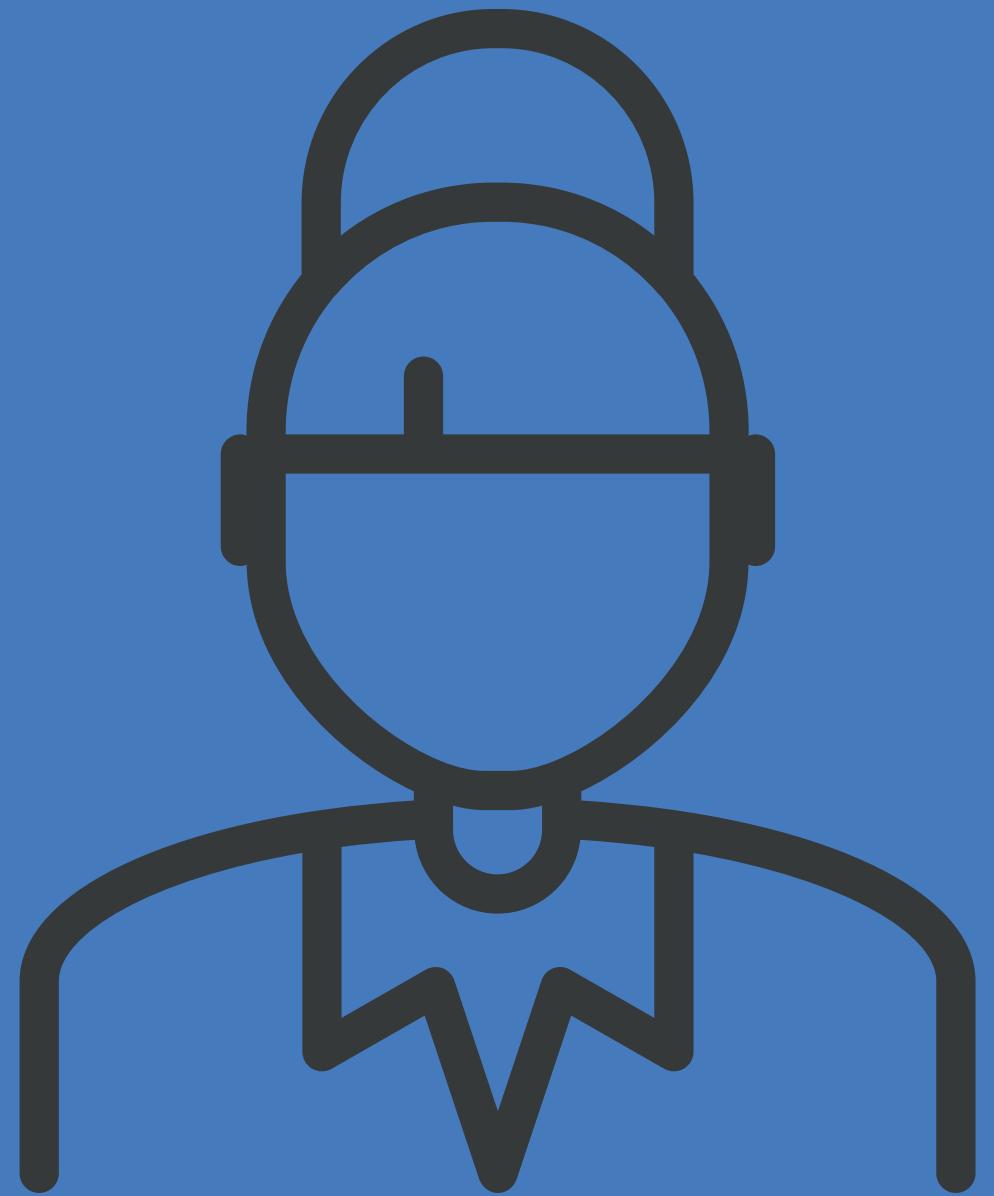
1. Argument: Es verhindert die Entstehung von Karies.

2. Gegenargumente widerlegen:
Es ist zeitraubend.
- Sie müssen sowieso Zeit für das Zahneputzen aufwenden - diese wenigen zusätzlichen Minuten machen einen großen Unterschied für Ihre Mundgesundheit!

3. Argument:
Sie werden sich über eine bessere Mundgesundheit freuen.

Fazit

Deshalb jeden Abend Zahnseide benutzen!



Anwendung

- Wir empfehlen, während der Dreharbeiten ein **paar Mal** zu **üben** und sich die Aufnahmen anzusehen, um eventuelle Anpassungen vorzunehmen. Feedback von jemand anderem kann sehr wertvoll sein.
- Wenn Sie einen Text verwenden, **proben** Sie im Voraus, um auf interessante und aktivierende Weise zu lesen. Nicht erprobtes Lesen klingt oft langweilig!

Und zuletzt... Haben Sie Spaß beim Filmen!



Kapitel 2: Eine effektive Kommunikation für Ihr Selfie-Video



straumanngroup

Willkommen im Kapitel 2

Social Media Marketing ist der ultimative Weg, um mit Ihren Patienten zu kommunizieren, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen.

Im vorherigen Kapitel haben Sie alles gelernt, was Sie brauchen, um ein Selfie-Video zu drehen.

Nachdem Sie alle Tools kennengelernt haben, wird es Zeit sich auf die Botschaft zu konzentrieren.

Als Zahnarzt stellen Sie nicht nur eine Behandlung bereit, sondern sorgen für Gesundheit, Komfort, Vertrauen und vor allem für positive Erfahrungen.

Deshalb erfahren Sie in diesem Kapitel eine Reihe an Tipps und Anregungen, wie Sie effektiv kommunizieren und die richtige Botschaft mit den richtigen Worten vermitteln können.



Allgemeines

In diesen Zeiten der Unsicherheit ist es wichtig, eine klare Botschaft zu vermitteln, damit sich Patienten sicher fühlen können:

- Ihre Klinik ist ein sicherer Ort.
- Als Zahnarzt sind Sie es gewohnt, in einer sauberen Umgebung mit hohen Hygienestandards zu arbeiten. In diesen Zeiten setzen Sie noch stärker auf hygienische Arbeitsbedingungen.
- Sie haben neue Vorsichtsmaßnahmen getroffen, z.B. Wartezimmer, Behandlungsräume, Protokolle usw.
- Ihr Team ist geschult und verfügt über die Fähigkeiten, mit dieser Situation umzugehen.
- Sie sind über die staatlichen Vorschriften vollständig informiert und werden stets auf dem Laufenden gehalten.

Ein Skript-Beispiel

Ich freue mich, Ihnen mitteilen zu können, dass wir unsere Klinik wiedereröffnen werden. Zweifellos ist es unsere oberste Priorität, Sie und unser gesamtes Personal zu schützen. Gleichzeitig wollen wir weiterhin die Behandlungen anbieten, die Sie benötigen. Um die Sicherheit zu gewährleisten, beobachten wir die Situation sehr sorgfältig, sodass wir die Richtlinien der lokalen und internationalen Gesundheitsbehörden befolgen und auf folgender Grundlage umsetzen:

- Umsetzung z.B. durch Verwendung von persönlicher Schutzausrüstung für das Personal oder durch Verbot von Begleitpersonen in der Praxis

Wir werden Sie anrufen, um neue Termine zu vereinbaren und Fragen zu beantworten. Für neue Termine oder zusätzliche Fragen rufen Sie uns bitte an oder senden Sie eine E-Mail an _____. Zu Ihrer Sicherheit bitten wir Sie, nicht vor vorheriger Anmeldung in der Klinik vorbeizukommen. Kontaktieren Sie uns per _____ Telefon, E-Mail etc. Detailliertere Anweisungen darüber, was Sie in der Klinik erwarten, finden Sie ebenfalls auf _____ z.B. Webseite. Wir werden Ihnen diese in jedem Fall per _____ z.B. Telefon, E-Mail usw. zusenden, sobald Ihr Termin vereinbart ist.

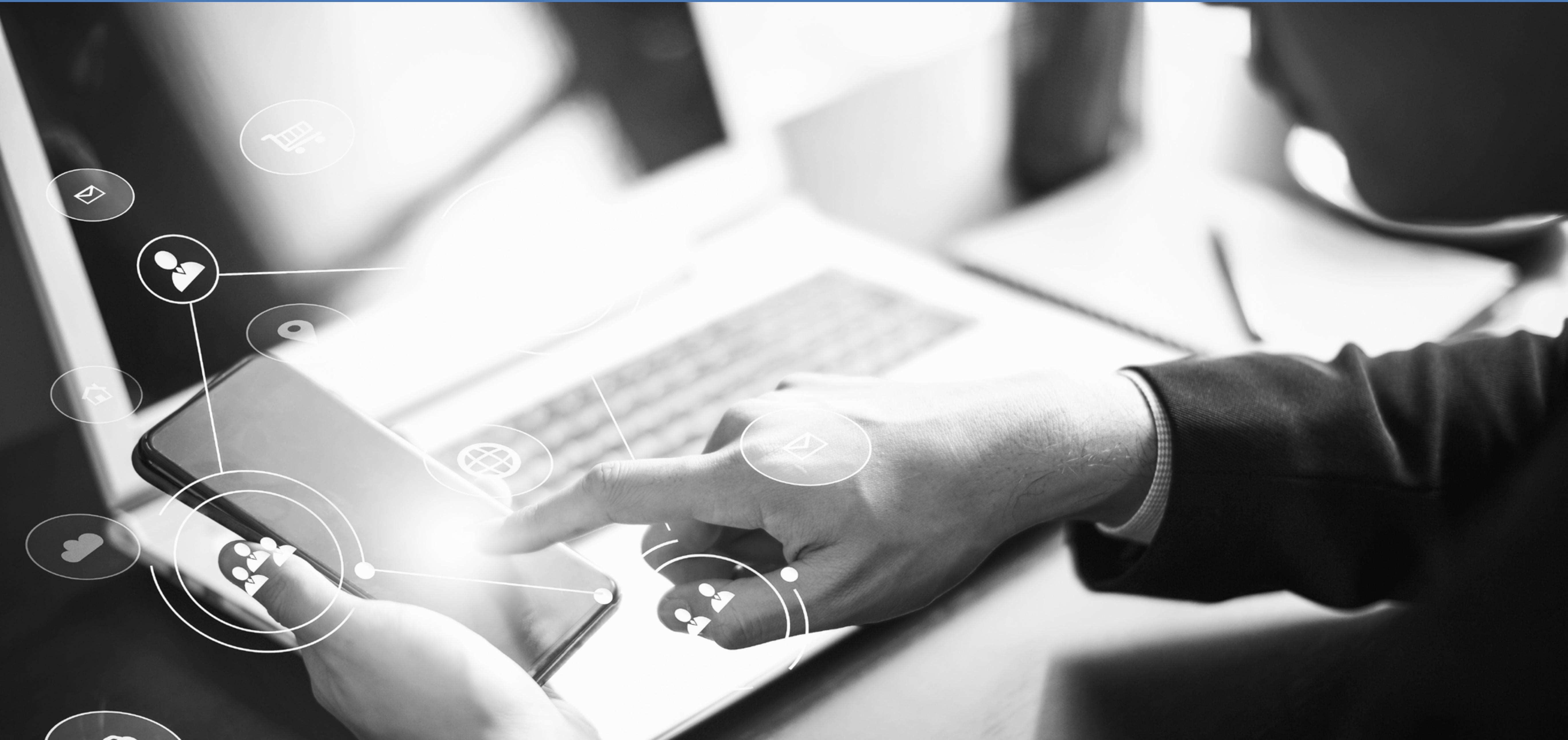
Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen. Auch wenn wir eine Maske tragen und Ihnen nicht die Hand geben dürfen, freuen wir uns wie immer, Sie zu sehen.



Tipps für Sie

- Gestalten Sie das Video mit einem persönlichen Touch.
- Vielleicht möchten Sie einige Bilder/Filmaufnahmen Ihrer Praxis und der neuen Maßnahmen, die Sie getroffen haben, miteinbeziehen, z.B. mehr Desinfektionsmittel, ein angepasstes Wartezimmer, Hinweisschilder, Personal mit Schutzausrüstung etc.
- Erwägen Sie es, einen Patienten in das Video zu integrieren, der den Prozess vom Eingang in die Praxis bis zum Zeitpunkt der Behandlung durchführt. Auf diese Weise können sich Patienten einen Zahnarztbesuch besser vorstellen und haben so eine klare Vorstellung davon, was sie erwartet, z.B. Patient kommt allein, mit Maske, desinfiziert die Hände, geht zur Rezeption, wo es eine Trennscheibe zwischen Rezeption und Patient gibt usw.
- Sie können Ihr Video auf der Homepage Ihrer Praxis und in sozialen Medien veröffentlichen.
- Wenn Sie in Ihrer Praxis einen Fernseher/Bildschirme haben, können Sie es auch dort abspielen, evtl. mit Untertitel.

Kapitel 3: Von Fachkollegen inspiriert: Tipps und bewährte Verfahren zur Optimierung Ihres digitalen Marketings



Willkommen im Kapitel 3

Wie alle anderen auch, haben Ihre Patienten in diesen unsichereren Zeiten viele Fragen. Ihre Online-Plattformen dienen als großartiges Tool, um mit Ihren Patienten in Kontakt zu bleiben, neue Vorgehensweisen zu kommunizieren und was noch wichtiger ist, Ihnen Ruhe zu vermitteln.

Sie können die relevantesten Informationen in benutzerfreundlichen, dynamischen und didaktischen Formaten auf Ihrer Webseite oder auf Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook oder YouTube austauschen.

In den vorhergehenden Kapiteln haben Sie gelernt, wie man ein Video aufnimmt, und Sie haben einige Ideen gesammelt, was Sie sagen sollten, um effektiv zu kommunizieren.

Jetzt ist es an der Zeit, einen Blick auf verschiedenste Inspirationen zu werfen:

Um die neue Herausforderung optimal zu meistern, haben wir für Sie eine Reihe an Best-Practice-Beispielen gesammelt und einige Tipps und Ideen für Ihre Online- und digitalen Marketingaktivitäten ausgewählt.

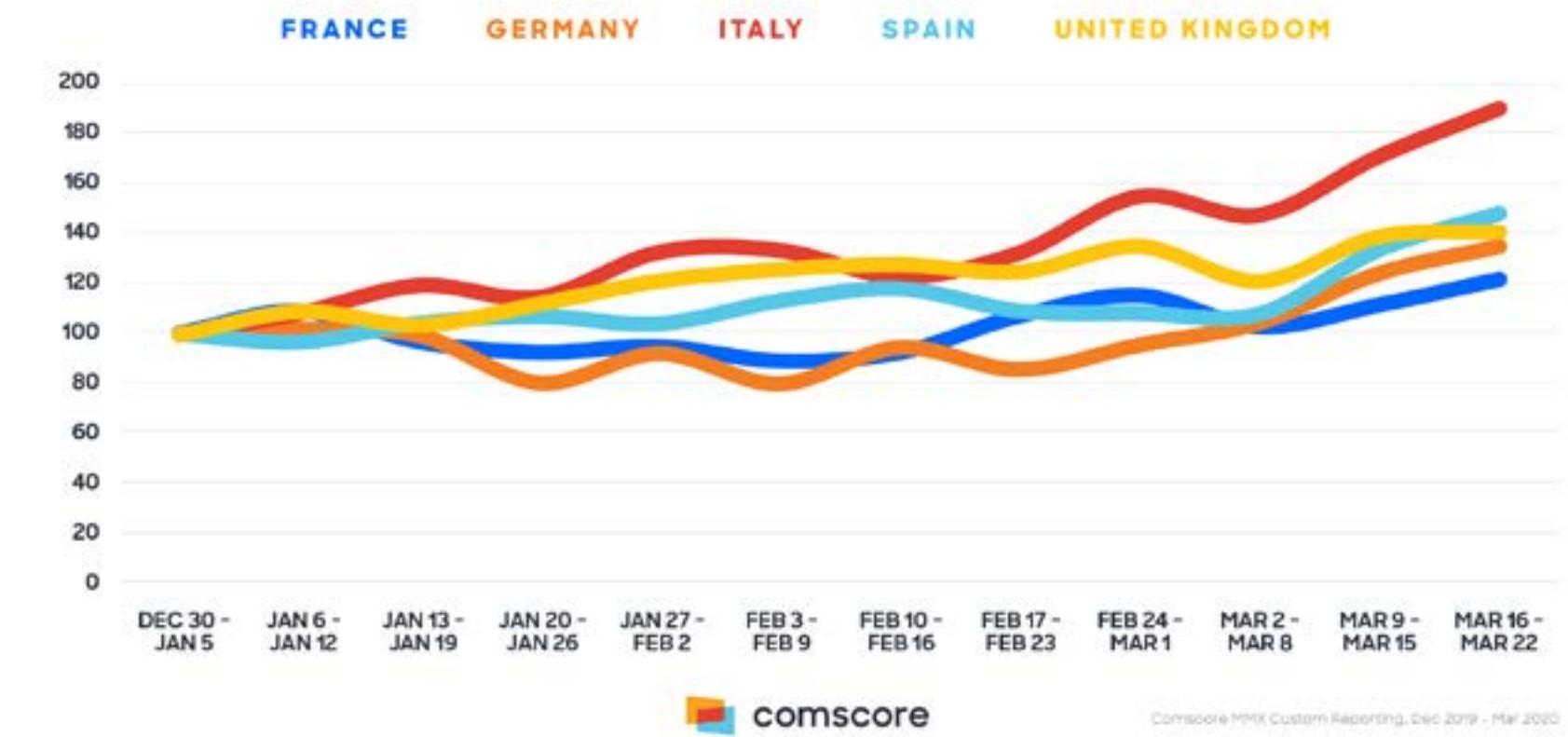
Die Inhalte für dieses Kapitel basieren auf internem Know-how und Fachwissen, dem Periospot-Blog, dem Comscore-Blog und dem Moz-Blog.

Inhalt

- In diesen Zeiten kam es zu einer signifikanten Zunahme an Besuchen auf Gesundheitsinformationsseiten.
- Die Daten zeigen, dass 15% der Bevölkerung eine Zahnarztphobie haben. Potentielle Patienten mit einer solchen Voraussetzung sollten Sicherheit und Vertrauen vermittelt bekommen. Das stellt eine große Herausforderung für Ärzte dar, besonders in diesen Zeiten.
- Deshalb ist es wichtig, Online-Tools und Möglichkeiten zur Förderung der Patientenkommunikation zu nutzen.

Business/Finance News Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



<https://www.comscore.com/Insights/Blog/Coronavirus-pandemic-and-online-behavioural-shifts-March-30-update>

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>



Allgemeine Richtlinien

- Prüfen Sie, was andere Fachleute tun und stellen Sie sicher, dass Sie sich von anderen abheben können.
- Es ist wichtig, nützliche und wertvolle Inhalte für Patienten zu schaffen, die ihr Vertrauen wecken.
- Diese Inhalte gibt es in den verschiedensten Formaten:
 - Artikel
 - Klinische Endpunkte, z.B. Vorher/Nachher
 - Infografiken
 - Checklisten
 - Pädagogische Videos

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>

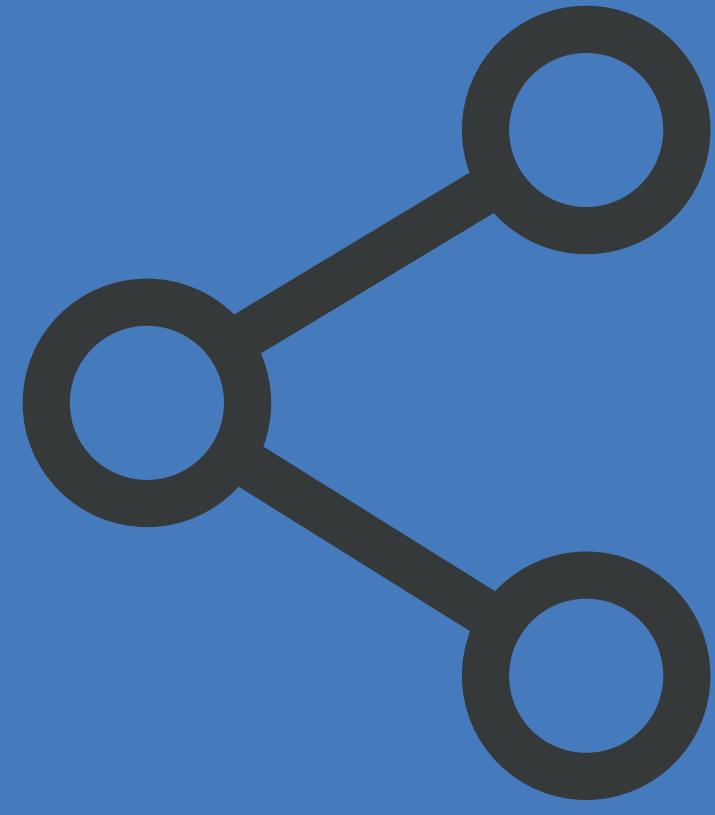


Aktualisieren Sie Ihre Webseite

Hier finden Sie eine kurze Checkliste mit Vorschlägen, wie Sie so schnell wie möglich Ihre Website aktualisieren:

- Platzieren Sie auf allen Seiten der Webseite einen **Banner** mit Schlüsselinformationen wie “Wir sind wieder für Sie da”. Auf Seite 30 finden Sie einige Tipps zu den dafür entsprechenden Tools.
- Geben Sie möglichst **vollständige Informationen** darüber, wie Ihre Praxis auf COVID-19 reagiert hat.
- Stellen Sie sicher, dass die **Öffnungszeiten** überall auf Ihrer Webseite korrekt sind, einschließlich der Home-page, der Kontaktseite und der Landing Pages.
- Wenn Sie einen **Blog** haben, nutzen Sie ihn, um Ihr Publikum auf dem Laufenden zu halten.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite **gut sichtbare Links zu allen sozialen Medienplattformen** enthält, die Sie zur Bereitstellung aktualisierter Informationen nutzen.

<https://moz.com/blog/operating-during-covid19-tips-for-local-businesses>



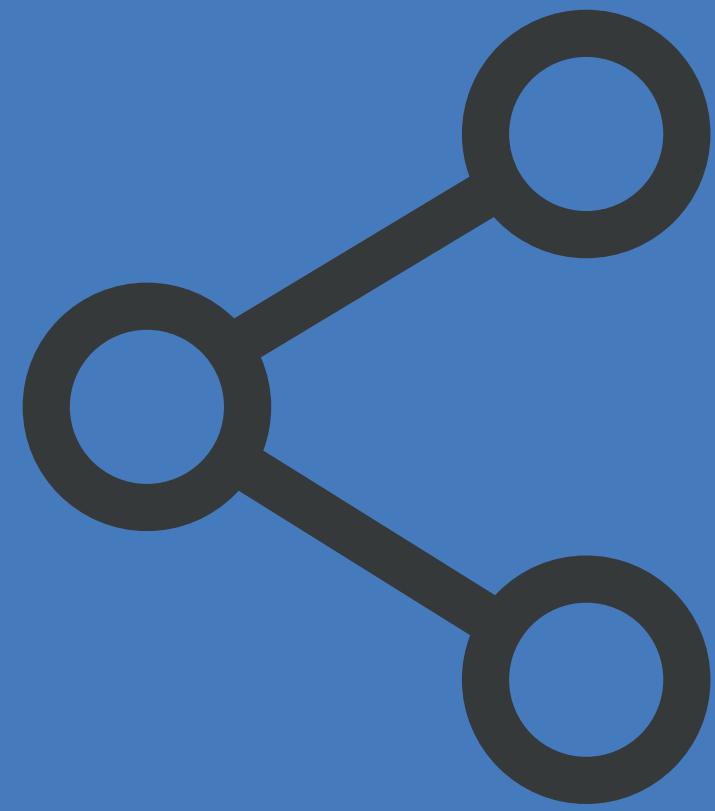
Social Media (1)

“Make it clear what you’re doing, and mention it EVERYWHERE. The companies that are being successful with this are telling people non-stop how they can still support them. Additionally, don’t be afraid to reach out to people who have supported you via social media in the past and ask them to mention what you’re doing.”

– Dana DiTomaso, Kick Point

- Egal, ob Ihre Community auf Facebook, Twitter, Instagram, YouTube oder auf einer anderen Plattform aktiv ist, es gab noch nie eine wichtigere Zeit, um die sofortige Kommunikation, die diese Seiten bieten, zu nutzen.

<https://moz.com/blog/operating-during-covid19-tips-for-local-businesses>



Social Media (2)

- **Interessenvertretung der Mitarbeiter:** Bitten Sie Ihr Personal, Informationen über Ihre Praxis weiterzugeben: Laut WeRSM vertrauen nur 15 % der Menschen Marken, aber unter besonderer Berücksichtigung dieser Tatsache vertrauen 84 % den Empfehlungen anderer Menschen. Wenn Ihr Team Inhalte teilt, werden diese eine überraschende Anzahl von Menschen erreichen!
- Ein Gleichgewicht zwischen **klinischen und sozialen Inhalten:** Unser Ziel ist es, Vertrauen und ein professionelles Profil zu schaffen. Ein gutes Beispiel für Inhalte, die es zu teilen gilt, sind Vorher-Nachher-Bilder, natürlich nur mit Zustimmung des Patienten.
- Einen Sinn für **Humor:** Zeigen Sie in sozialen Netzwerken, dass Sie kein Roboter sind und dass Sie eine menschliche Seite haben, die sich durch Ihren Sinn für Humor auszeichnet. Damit generieren Sie einen großen Pluspunkt. Denken Sie aber bitte daran, hochqualitative Bilder zu verwenden.

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>



Email

- Natürlich ist E-Mail eines der besten Tools, die Ihnen derzeit zur Verfügung stehen, um all Ihre Patienten über veränderte Bedingungen und Sonderangebote zu informieren.
- Kommunizieren Sie nur das, was wirklich notwendig ist. Stellen Sie die Sorgen und Bedürfnisse der Kunden an erste Stelle. Schlüpfen Sie in die Rolle des Helfers! Nutzen Sie E-Mails, zum Beispiel, um
 - ...Ihre Patienten auf Online-Terminformulare/Plattformen hinzuweisen, die eine Terminvereinbarung signifikant erleichtern
 - ...Ihren Patienten nach der Behandlung eine Mitteilung senden, wie "Ich hoffe, es geht Ihnen gut und falls Sie Probleme haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren..."

<https://moz.com/blog/operating-during-covid19-tips-for-local-businesses>



Berücksichtigen Sie die neuen Services

- Bieten Sie zahnärztliche Videoberatung an
- Fügen Sie FAQs auf Ihrer Webseite und in sozialen Medien hinzu. Hier ein paar Anregungen:
 - Sind alle Behandlungen verfügbar?
 - Was ist zu tun, wenn ich in der Klinik ankomme?
 - Bekommt man eine persönliche Schutzausrüstung?
 - Ist es sicher, sich in diesen Zeiten einer Zahnbehandlung zu unterziehen?
- Arbeiten Sie mit Fernüberwachungsoptionen wie [DenToGo](#), um mit Ihren Patienten in Kontakt zu bleiben.



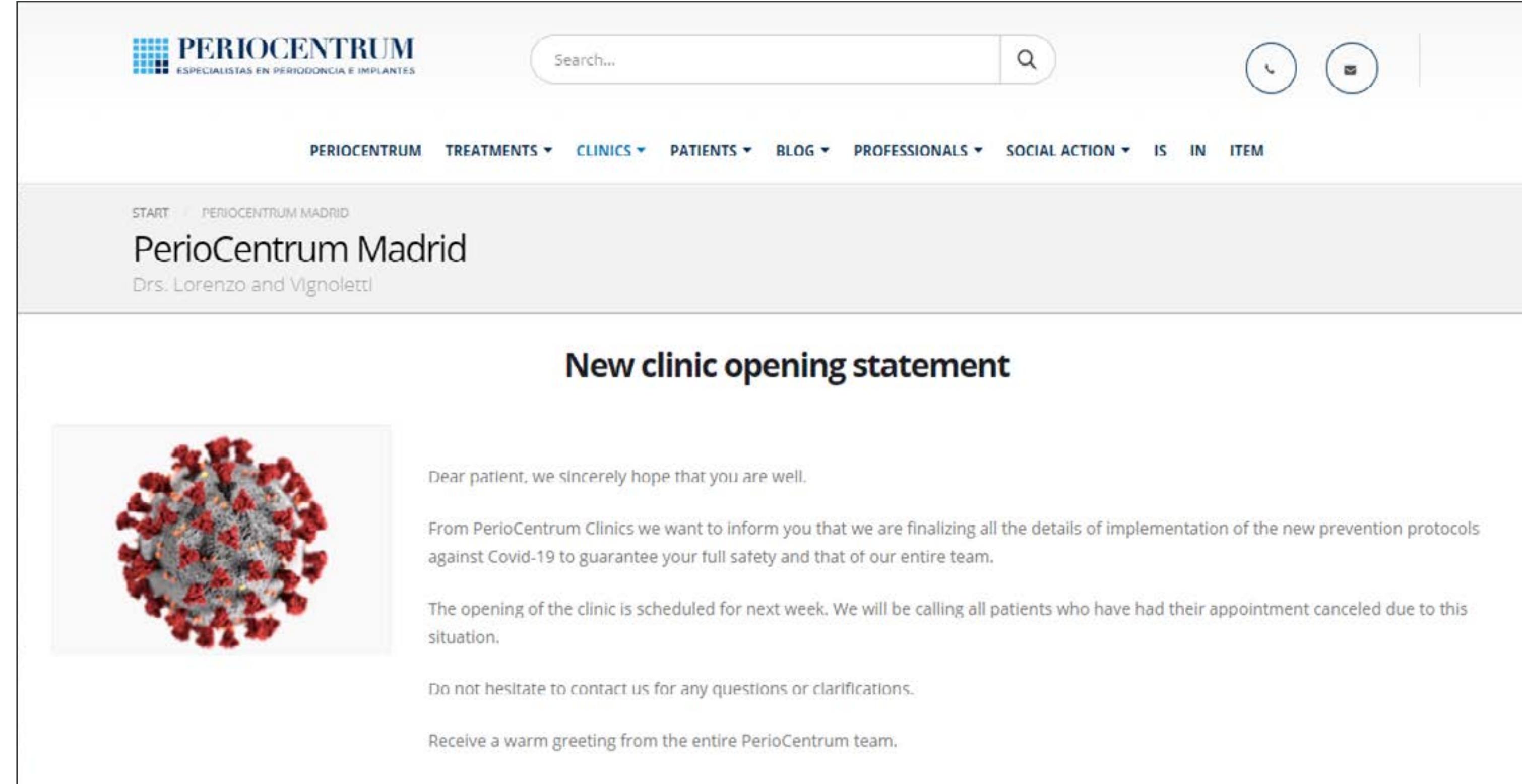
Nützliche Tools

- Aktualisieren Sie Ihren lokalen Eintrag in [Google Business](#): Sie können auch eine “Covid 19”-Aktualisierung in Ihrem Unternehmensprofil einfügen.
- Informieren Sie Ihr Publikum und erfassen Sie auch Leads, indem Sie Details hinterlassen und um einen Rückruf bitten: <http://hellobar.com/>; sleeknote.com; <https://unbounce.com/>; <https://popupmaker.com/>
- Chats/Messenger auf Ihrer Webseite, wie <https://wame.chat/en/>, Facebook Messenger, Telegram, WeChat, Kakao Talk
- Erstellung eines Social Media Plans: Es gibt viele Apps, die dabei helfen, Zeit bei der Community Verwaltung zu sparen. [Buffer](#) und [Hootsuite](#) sind hierfür optimale Anbieter.
- Es gibt auch preiswertere Optionen wie [Social Pilot](#) und [Loomly](#).
- Einen nützlichen Leitfaden zur Webkommunikation für Zahnärzte können Sie [hier](#) herunterladen.

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>

Best Practice Webseite

- Klare Botschaft auf der Homepage
- Besondere Betonung der Sicherheit und Verfügbarkeit für Notfallsituationen
- Die Mitteilung wird mit einem Dank/Positivität/Ermutigung abgeschlossen.



The screenshot shows the homepage of PerioCentrum Madrid. At the top, there is a navigation bar with the PerioCentrum logo, a search bar, and social media links. Below the header, the page title is "PerioCentrum Madrid" and the subtitle is "Drs. Lorenzo and Vignoletti". A large heading "New clinic opening statement" is prominently displayed. To the left of the text, there is an image of a COVID-19 virus. The text message reads:

Dear patient, we sincerely hope that you are well.
From PerioCentrum Clinics we want to inform you that we are finalizing all the details of implementation of the new prevention protocols against Covid-19 to guarantee your full safety and that of our entire team.
The opening of the clinic is scheduled for next week. We will be calling all patients who have had their appointment canceled due to this situation.
Do not hesitate to contact us for any questions or clarifications.
Receive a warm greeting from the entire PerioCentrum team.

<https://periocentrum.com/periocentrum-madrid/>

Best Practice Webseite



We are here for you!

Dear patients, our practice remains open for you!

In order to avoid spreading the infection, we have adjusted our appointment system so that patient contact remains very low in the waiting areas as well as in all other areas and the recommended distance is kept. We have further intensified our already high hygiene standards according to RKI these days. All possible contact surfaces, even outside the treatment rooms, are disinfected at short intervals. Emergency dental treatments for quarantine, suspected infection or a proven infection are currently not carried out in our practice according to the guidelines of the German Dental Association . These require special equipment and should therefore be carried out in specially prepared centers.

We kindly ask you to observe the following rules when visiting our practice:

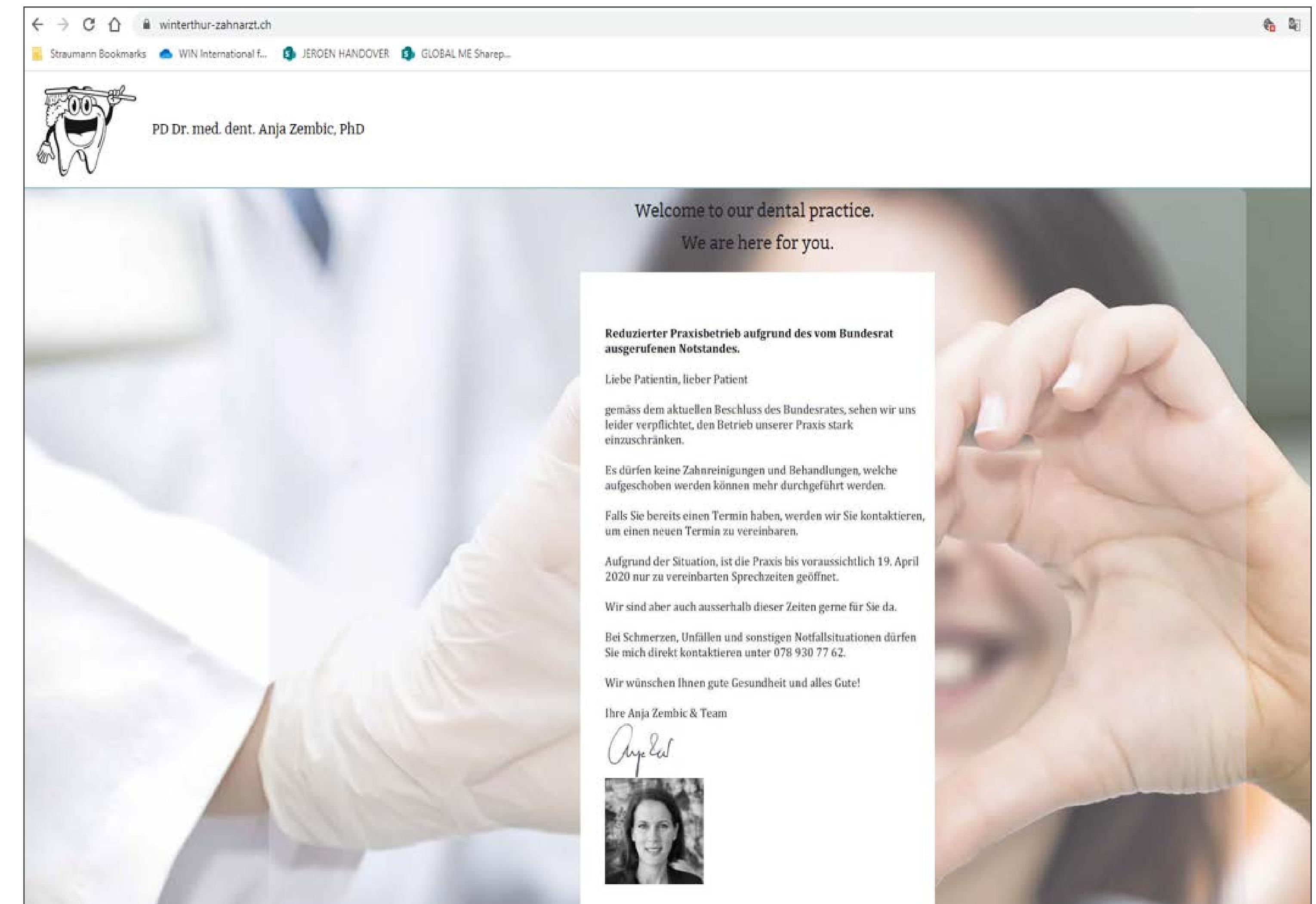
- If you have cold symptoms, please call us before your appointment.
- If you have been in a risk area in the past 14 days, please contact us by phone.
- Please refrain from Your appointments, if possible, on a companion
- Please disinfect your hands thoroughly immediately after entering the practice . Disinfectant is provided
- Please wear a face mask in practice as long as you are not being treated

- Klare Botschaft auf der Homepage
- Klare Aktionen und Indikationen für Patienten

<https://www.fachzahnarzt-praxis.de/>

Best Practice Webseite

- Klare Botschaft auf der Homepage
- Sehr persönlicher Dank, vor der Unterschrift und dem Bild positioniert
- Die Mittelung wird mit Positivität/Ermutigung abgeschlossen.



<https://www.winterthur-zahnarzt.ch/>

Best Practice Webseite



- Klare Botschaft auf der Homepage
- Links zu Social Media Plattformen
- Aufgeführte Kontakt E-Mail

<https://www.clinicahugomadeira.com/>

Best Practice Beispiele

Social Media

- Persönlicher Kontakt mithilfe eines Selfie-Videos, indem auf die Wiederöffnung der Praxis hingewiesen wird.
- Positivität

@dramarisazenha



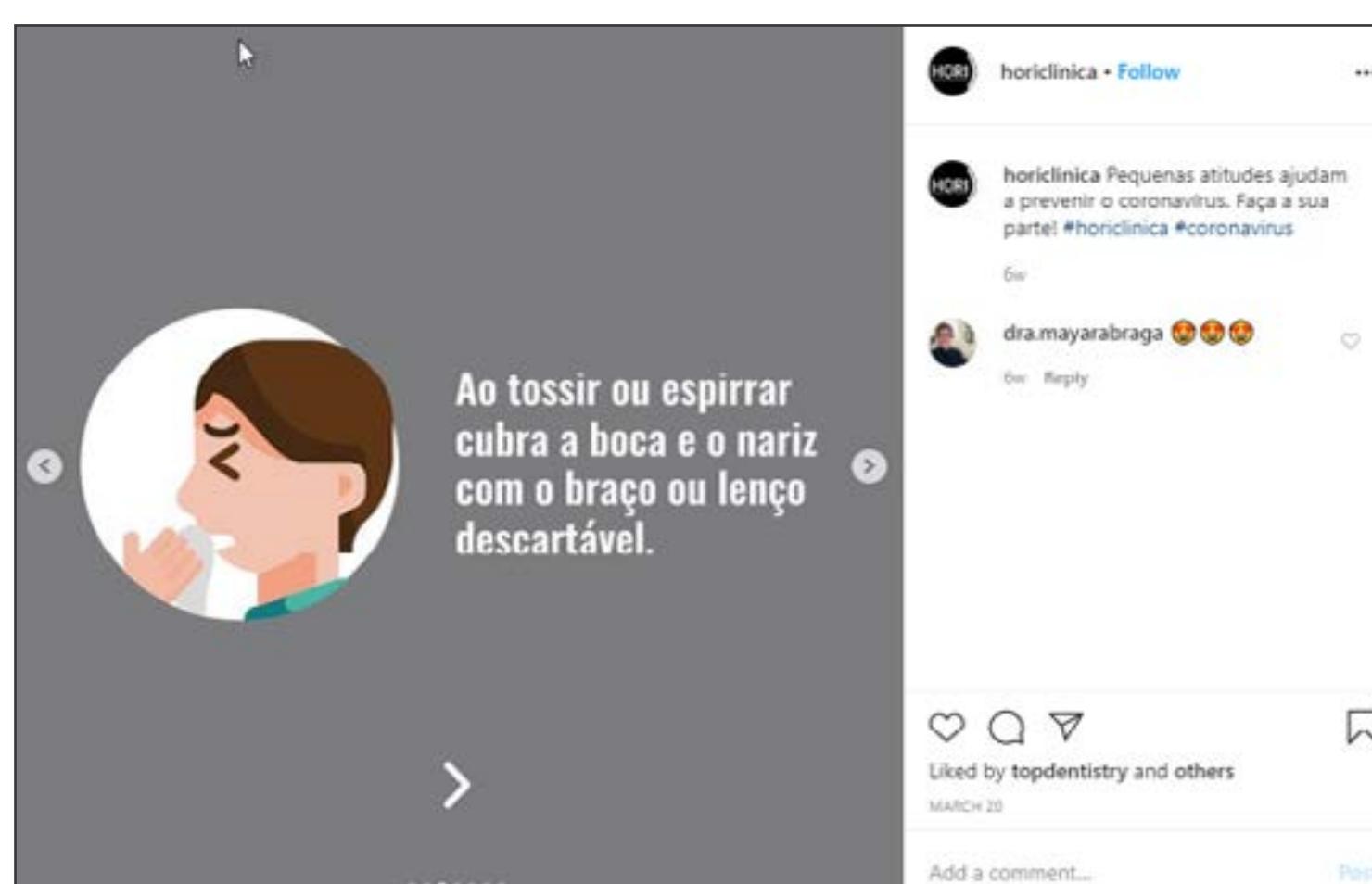
https://www.instagram.com/tv/B_2raOTnNMm/?utm_source=ig_web_copy_link (Portuguese)

Best Practice Beispiele

Social Media

- Klare Kommunikation der Situation
- Beiträge auch zu Hygiene- und Präventionsempfehlungen

@horiclinica

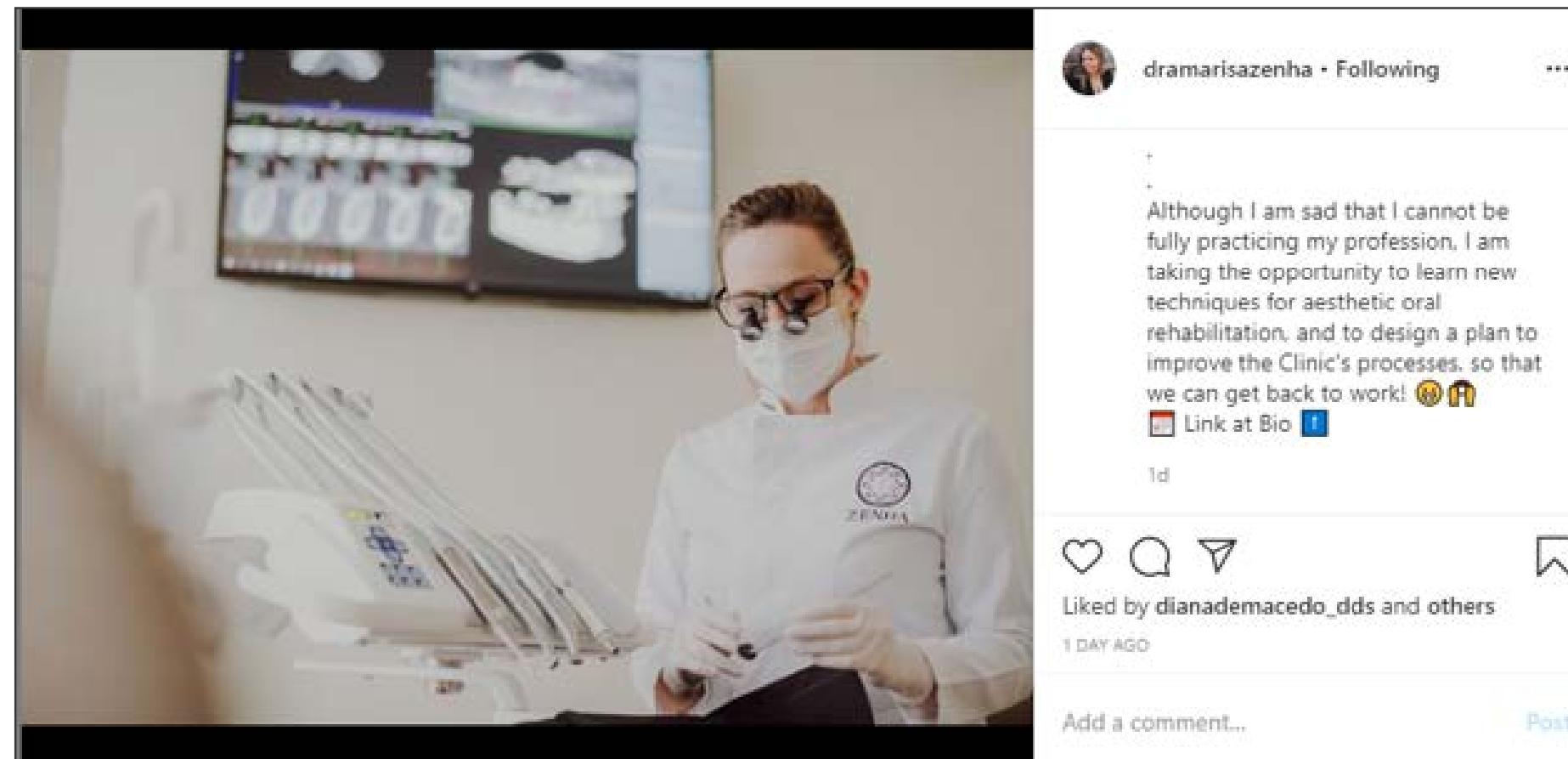


Best Practice Beispiele

Social Media

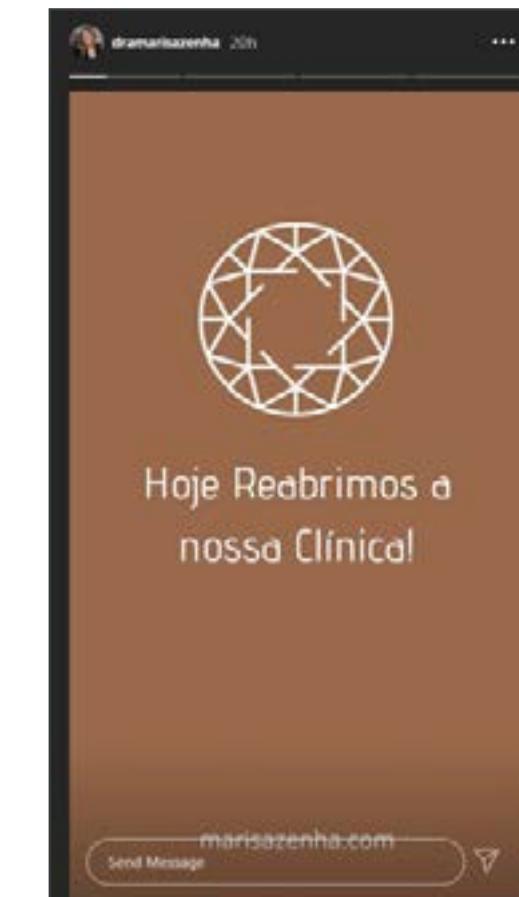
- Den Patienten zeigen, wie Sie Ihre Zeit investieren, während die Klinik geschlossen

@dramarisazenha



- Ankündigung der Eröffnungsklinik, Link zur Terminvereinbarung

@dramarisazenha



- Zeigen Sie Ihre zusätzliche persönliche Schutzausrüstung zur Beruhigung der Patienten

@clinica_hugomadeira



- Aufzeigen der neuen Technologien (UV-Licht), die sie eingeführt haben.

@topdentistry



Best Practice Beispiele

Social Media

GAOC - Gan Advanced Osseointegration Center

GAOC Dental's Patient Safety and Sanitation Protocols

- Nützlich, um Patientenerfahrungen zu zeigen.



<https://www.facebook.com/gaocdental/videos/1115786968776459/>