

Social Media im Gesundheitswesen

☰ 26.04.2011 09:16 Uhr

Bei 2/3 der deutschen Unternehmen soll Social Media im Geschäftsjahr 2011 einen wichtigen Bestandteil des eigenen Marketingmixes ausmachen. Doch nur in den wenigsten Betrieben bestehen konkrete Ansätze oder Know-how, um eine Social Media-Strategie im Sinne der eigenen Unternehmensphilosophie vernünftig zu realisieren. Für owl.business-on zeigt der XING-Marketing-Experte Markus Gehlken jede Woche, wie Freiberufler, Selbständige und Unternehmen sich erfolgreich über Social Media-Portale und Dienste darstellen und vermarkten. Thema Nr. 15 in dieser Woche: Social Media im Gesundheitswesen



jameda.de: Ein Beispiel für Gesundheits-Bewertungsportale

Trotz der geltenden Wettbewerbsbeschränkungen im Gesundheitssektor suchen viele Ärzte nach alternativen Wegen, zusätzliche Patienten zu gewinnen. Vor allem die Gewinnung von finanzkräftigen Personen steht dabei im Vordergrund, um hier mit den IGeL-Leistungen kostenpflichtige Zusatzdienste vermarkten zu können.

Besser gefunden werden durch Einträge in Bewertungsportalen

Social Media bietet hier sehr gute Ansätze für zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten in der Gesundheitsbranche. Während es früher für eine Eigenpräsentation oftmals nur die Fachartikel in Printmedien für Ärzte und Gesundheitsdienstleister gab, sind heute dank zahlreicher Gesundheits- und Bewertungsportale neue Präsentationsoptionen für Ärzte und Gesundheitsdienstleister vorhanden.

In den bekanntesten Gesundheitsportalen tragen nicht nur die positiven Bewertungen zufriedener Patienten mit zum Ansehen des Arztes bei - auch im Google-Ranking stehen die gut bewerteten Ärzte und Gesundheitsdienstleister durch hohe Zugriffsraten auf Social Media-Portalen an vorderen Positionen. Grund genug für viele Spezialisten, hier ihre Aktivitäten zu verstärken. Einige empfehlenswerte Portale für Gesundheitsdienstleister sind:

- www.xing.com (zahlreiche Gruppen zum Thema Gesundheit)
- www.jameda.de (630.00 Unique Visitors im Monat)
- www.imedo.de (510.000 Unique Visitors im Monat)

ZUGEHÖRIGE ARTIKEL:

- » Warum ich auf XING bin

www.doccheck.com (Mit mehr als 768.473 registrierten Nutzern ist DocCheck das mitgliederstärkste Portal für medizinische Fachberufe in Europa)

– eindeutige Angaben helfen
» Online-PR – eine hervorragende Ergänzung zum XING-Marketing

Eine gute Vorbereitung sichert die eigene Vermarktung

Die notwendigen Schritte hier sind:

- a.) Analysieren Sie die Social Media-Landschaft
- b.) Wählen Sie die passenden Portale aus
- c.) Entwickeln Sie ein Rezensionsmanagement für die Aussagen und Testimonials der von Ihnen / Ihrer Praxis behandelten Patienten
- d.) Steigern Sie durch gezielte Online-PR-Aktivitäten Ihre Präsenz in der Öffentlichkeit von Monat zu Monat. Als erfreulicher Nebeneffekt wird sich hierbei auch Ihr Suchmaschinen-Ranking verbessern.

Der 16. Teil dieser Serie nächste Woche beschäftigt sich mit dem Thema „Social Media für Hotel und Gastronomie“.

business-on.de Ostwestfalen-Lippe - Wirtschaft und Business aus der Region Ostwestfalen-Lippe.
2011 © WörterSee Public Relations. Alle Rechte vorbehalten.