

SEO für Ärzte: 43% der Patienten erreichen Praxiswebsite über Online-Suchanfragen

Suchmaschinenoptimierung für Mediziner: *Der OnlineMarketingBerater* betreut Kliniken, Fachärzte und Praxen für ästhetische Dermatologie

Auch Ärzte benötigen Online-Marketing und Suchmaschinenoptimierung um sich im lokalen und überregionalen Wettbewerb behaupten zu können. Der OnlineMarketingBerater entwickelt SEO-Lösungen für Fachärzte und Kliniken bundesweit – das Ziel: erstklassige Positionen bei umsatzentscheidenden Suchbegriffen.

Immer mehr Patienten nutzen Suchmaschinen, um sich online über ärztliche Leistungen, Symptome und Erkrankungen zu informieren. Diesen Trend belegte die von Google mitinitiierte Studie „The Digital Journey to Wellness: Hospital Selection“ bereits 2012. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Rund 77% der Patienten mit Internetzugang setzen derzeit eine Suchmaschine ein, bevor sie einen Arzttermin vereinbaren – und 43% der Zugriffe auf Praxis- und Klinikwebsites resultieren aus Suchanfragen in Diensten wie Google, Bing oder Yahoo.

Damit ist klar: Online-Marketing und vor allem SEO sind längst auch für Fachärzte, Heilpraktiker und Kliniken unverzichtbar geworden, um für Patienten und Kunden im Internet „auffindbar“ zu sein und die Praxis wirtschaftlich betreiben zu können. Doch worauf kommt es heutzutage wirklich an, um in Suchmaschinen wie Google präsent zu sein und bleibende Wettbewerbsvorteile in der digitalen Sphäre zu erreichen?

Der erste Schritt im Medizin-Marketing ist eine gründliche Suchbegriffsanalyse, die erfasst, welche Keywords das eigene Leistungsspektrum bzw. den Leistungsschwerpunkt widerspiegeln, wie oft diese Begriffe in Google monatlich abgefragt werden und wie stark die Konkurrenzsituation pro Suchbegriff ist. Das erreichte Google-Ranking der Praxiswebsite bei bevorzugten Suchbegriffen ist der zentrale Erfolgsindikator im digitalen Marketing für Medizindienstleister. Wie die Google-Studie zeigt, lohnt sich für Ärzte vor allem die Optimierung auf Keywords, die Symptome bzw. Behandlungen beschreiben oder fachärztliche Richtungen bezeichnen. 49% der Patienten beginnen ihre Arztsuche mit entsprechenden Schlagworten, zeigt die Google-Studie. Im medizinischen Bereich relevante Suchbegriffe enthalten in fast allen Fällen auch einen Standortwunsch – eine einschlägige Keywordkombination könnte zum Beispiel lauten: „*Faltenunterspritzung Berlin*“. Das Team von *Der OnlineMarketingBerater* analysiert daher im Vorfeld einer SEO-Kampagne eingehend chancenreiche, weil patientenseitig häufig genutzte Keywords, die zum spezifischen Leistungsprofil der Praxis passen und damit für die Patientenneuakquise relevant sind. Die gemeinsam mit dem Kunden erarbeiteten Keywords bilden im zweiten Schritt die Grundlage der Onsite- sowie Offsiteaktivitäten, d. h. die Schaffung keywordrelevanten Contents, die Überarbeitung von Struktur und Navigation sowie der themenrelevante Backlinkaufbau. Insbesondere die systematische Steigerung der Linkpopularität erweist sich

mittelfristig als der entscheidendere Wettbewerbsvorteil für Ärzte und Kliniken, die ihre Website in Google erstklassig platzieren wollen. Bei der Optimierung trägt *Der OnlineMarketingBerater* außerdem den Erfordernissen der aktuellen und zu erwartenden Google-Updates Rechnung; die erreichten Platzierungen in den Suchergebnisseiten lassen sich daher auch ohne das Risiko einer „Google-Penalty“ langfristig verteidigen.

Der OnlineMarketingBerater betreut bundesweit zahlreiche Kliniken und Fachärzte im Bereich Suchmaschinenoptimierung. Referenzen sowie exemplarische Ergebnisse können per Mail oder telefonisch angefordert werden.

Weitere Informationen zum Thema SEO für Ärzte: <http://online-marketing-berater.com/unser-angebot/suchmaschinenoptimierung-seo/>

Der OnlineMarketingBerater

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

Der OnlineMarketingBerater betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

Der OnlineMarketingBerater
Peter Zahn

Mozart-Center
Berliner Platz 12
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: presse@online-marketing-berater.com
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>