

CHECKLISTE! INSTAGRAM FÜR DIE ZAHNARTZPRAXIS

HINWEISE ZUR CHECKLISTE

Um in der heutigen, digitalen Welt mithalten zu können, präsentieren sich auch immer mehr Zahnarztpraxen auf Social Media-Kanälen. Sehr beliebt, gerade bei der jüngeren Generation ist die Plattform **Instagram**.

Mit dieser kurzen **Checkliste** haben wir - das Dental Studio inallermunde – gemeinsam mit Instagram Coachin Luna Dickmann einen kleinen Leitfaden für die Zahnarztpraxis erstellt, um Instagram wirklich sinnvoll und zeitverantwortlich nutzen zu können, ohne dabei den Überblick zu verlieren und somit neue **Patienten*innen gewinnen** zu können.

Nehmt euch also ein bisschen eurer kostbaren Zeit, setzt euch hin und überlegt, ob ihr alle folgenden Punkte abhaken könnt.

Bitte beachte bei all deinen Instagram- Aktivitäten, dass es eine **SOCIAL-MEDIA-PLATTFORM** ist! Das heißt, deine Beiträge sollten auch "sozial" sein und nicht nur Werbung enthalten.

Das bedeutet aber auch nicht, dass du gezwungen bist ausnahmslos Zahnpflege-Tipps zu posten, schließlich sollen deine Follower*innen ja auch **DEINE PRAXIS** und **DEIN ANGEBOT** kennen lernen.

Dafür eignen sich hervorragend echte und unbearbeitete **VORHER-NACHHER-VERGLEICHE** von Patienten (*Einverständniserklärung nicht vergessen*).

Für fotogenen Zahnersatz melde dich gern einfach bei uns. Die Erstellung einer **HOCHWERTIGEN FOTODOKUMENTATION** mit attraktiven Vorher-Nachher-Vergleichen gehört selbstverständlich zum **SERVICE** von inallermunde dazu!

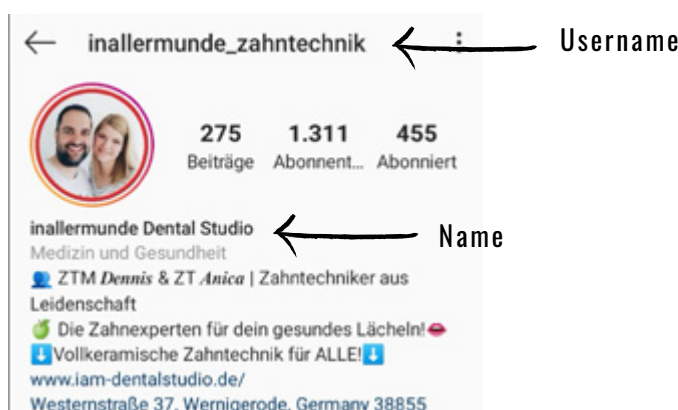
inallermunde
DENTAL STUDIO



CHECKLISTE! INSTAGRAM FÜR DIE ZAHNARTZPRAXIS

ZIELE Um Instagram überhaupt erst mal sinnvoll nutzen zu können, solltest du dir einen Moment Zeit nehmen und dich fragen, was du mit deinem Profil eigentlich erreichen möchtest. Willst du neue Patienten*innen gewinnen oder doch nur netzwerken? Erst, wenn du dir darüber im Klaren bist, werden es auch deine Profilbesucher sein.

INSTAGRAM SEO Dein Name und Username sind die einzigen Orte auf Instagram, wo du auffindbare Keywords setzen kannst. Überlege dir also, wonach dein*e Wunschpatient*in sucht, wenn er*sie dich finden will.



CALL TO ACTION („Handlungsaufforderung“) an das Ende deiner Profilbeschreibung setzen. Beispiel: „Jetzt auf Link klicken“, „Jetzt Blogartikel lesen“, „Jetzt gratis & schnell Online-Termin buchen“



Statistiken zeigen, dass mehr User*innen z.B. Links klicken, wenn vor dem Link "Jetzt anklicken" steht.

FEED Der Feed, also deine Bilder, die du auf Instagram postest, sollten zum einen inhaltlich passen, also dem*der Patienten*in am besten Mehrwert zum Thema Zahnmedizin bieten und zum anderen optisch aufeinander abgestimmt werden. Dazu ist es hilfreich immer den gleichen Filter zu verwenden, oder mit Hilfe von Canva Grafiken zu erstellen, die deine Praxis-Schrift und deine Praxis-Farben wieder aufgreifen.

4-SEKUNDEN-TEST Lass jemanden 4 Sekunden auf dein Profil gucken, der*die dich und deine Praxis nicht kennt. Frage die Person danach: Was zeichnet meine Praxis aus? Wenn sie dies treffend beantwortet, hast du alles richtig gemacht. Tatsächlich haben wir nicht mehr Zeit bei neuen Besucher*innen unseres Profils. Nur Sekunden entscheiden, ob sie uns folgen oder nicht.

BILDER Verwende keine Stock-Bilder, da diese immer ein gewisses Gefühl von Werbung vermitteln. Auf Instagram sind die Menschen allerdings nicht, um „beworben“ zu werden, sondern um sich inspirieren zu lassen. Verwende stattdessen Bilder aus deiner Praxis, die dich und dein Team bei der Arbeit zeigen. Das baut Vertrauen auf und gibt deinen Followern*innen das Gefühl, dich schon zu kennen.

CHECKLISTE! INSTAGRAM FÜR DIE ZAHNARTZPRAXIS

CAPTION Schreibe eine Bildunterschrift. Diese sollte sich in mehrere Absätze gliedern, da es dem*der Leser*in leichter fällt kurze Texte zu lesen, als einen Textbrocken. Benutze eine (bestenfalls provokante) Überschrift und fordere deine Follower*innen dazu auf ihren Senf dazu zu geben. Dazu eignen sich passende Fragen, um möglichst viele Interaktionen zu erhalten.

BENUTZE #HASHTAGS Diese Hashtags sollten zu deinem Beitrag und vor allem deinem Bild passen. Tipp: Nutze keine Hashtags über 80.000 Beiträgen. Dies überprüfst du, indem du den Hashtag in die Suche („Lupe“) eingibst. Es ist sehr schwer, als kleiner Account, in einem Hashtag, der bereits millionenfach verwendet wird, aufzufallen. In den kleinen ist es einfacher. Nutze Nischen-Hashtags.

ANTWORTE AUF KOMMENTARE JEDES Kommentar auf Instagram sollte beantwortet werden, denn dadurch kannst du noch einmal deine Expertise beweisen. Tipp: Antworte mit einer Frage! Du erhöhst dadurch die Bindung zu deinen Follower*innen und hast so die Chance auf doppelt so viele Kommentare und das ist sehr gut für deine Interaktion. Interaktion bestimmt deine Relevanz auf Instagram.

NUTZE DEN ALGORITHMUS Der Algorithmus ist eine Art künstliche Intelligenz von Instagram, der dabei hilft, deinen Wunschklienten (m/w/d) ausgespielt zu werden. Interessant für den Algo sind dabei Profile, auf denen die Nutzer möglichst lange verweilen. Erstelle also am besten Galerien, Videos und spannende Captions und Sorge somit dafür, dass deine Follower*innen möglichst lange bei deinen Beiträgen hängen bleiben.

HILF DEM ALGORITHMUS Um dem Algorithmus Anhaltspunkte zu geben, in welche Branche er dich stecken soll, ist es hilfreich möglichst vielen Branchenkollegen (m/w/d) und Branchenhashtags zu folgen. Ganz nebenbei wirst du dabei ein tolles Netzwerk, voll mit wohlgesonnenen Kollegen*innen, aufbauen können.

NUTZE DEINE INSTA-ZEIT SINNVOLL Um Instagram ein Zeichen zu geben, dass du aktiv bist, solltest du nicht nur Beiträge posten, sondern auch selbst bei anderen Accounts aktiv werden. Das zeigt dem Algorithmus, dass du ein Mensch bist und nicht nur Werbung machen willst. Verwende dafür ein Schema, um deine Zeit sinnvoll zu nutzen!

Ein Beispiel: 12 Minuten Instagram-Routine von @luna.dickmann

- Morgens 6 Minuten um Privat-Nachrichten & Kommentare zu beantworten
- Außerdem 2 Minuten für Story, d.h. erzähle deinen Followern*innen was dich heute für Patienten erwarten! Zeige deine Arbeitsweisen!
- Mittags 4 Minuten um Bilder auf branchenähnlichen Accounts zu kommentieren, um somit neue Follower*innen auf dich aufmerksam zu machen

WANN SOLL ICH POSTEN? Diese Frage beantwortest du dir selbst in deinen Insights. Du kannst unter „Zielgruppe“ sehen, an welchen Tagen sowie Uhrzeiten deine Community am aktivsten ist.

FERTIG!