Chancen im Medizin-Marketing: 72% informieren sich online zu Gesundheitsthemen

Chancen im Medizin-Marketing: 72% informieren sich online zu Gesundheitsthemen

Das Internet gewinnt als Recherchemedium zu medizinischen Themen und Behandlungsangeboten weiter an Bedeutung. Diesen Trend bestätigte vor wenigen Wochen eine Umfrage des US-Marktforschungsinstituts Pew Internet Projekt unter rund 3.000 Teilnehmern. 72 Prozent der Befragten gaben laut Pew-Studie an, sich im vergangenen Jahr online über Gesundheitsthemen informiert zu haben. Interessenschwerpunkte sind der Umfrage zufolge vor allem ernsthafte krankheitsbedingte Beschwerden oder bestimmte Symptome, oft aber auch kleinere Gesundheitsprobleme. Häufig werden auch allgemeine Informationen zu medizinischen Themenfeldern im Internet recherchiert.
Welche Internetdienste nutzen die Patienten, um Antworten auf ihre Gesundheitsfragen zu erhalten? Wie sich zeigt, sind die Online-Suchmaschinen mittlerweile mit weitem Abstand das führende Medium im Internet: 77 Prozent der User starten ihre Online-Recherche bei Google, Bing oder anderen Suchmaschinen. Nur 13 Prozent nutzen spezielle Informationsangebote zu Medizinthemen; weit abgeschlagen in der Patientengunst sind Wikipedia und Social Networks mit nur 2 bzw. 1 Prozent, ermittelte Pew Internet.
Die Präferenz der Patienten für Internet-Suchmaschinen birgt erhebliche Chancen für Medizindienstleister - wenn das Thema Suchmaschinenoptimierung an zentraler Stelle in die Marketing-Strategie integriert wird. Praxen und Kliniken, die bei umsatzrelevanten Keywords dauerhaft sichtbar in Google listen, werden im Online-Wettbewerb um Patienten erfolgreich sein. Hochrelevant sind in jedem Fall Keywords, die das Leistungs- und Behandlungsspektrum der Praxis oder Klinik widerspiegeln; besonders chancenreich sind auch Kombinationen mit entsprechender lokaler Standortangabe, denn Google-User bzw. Patienten suchen in den meisten Fällen Behandlungsmöglichkeiten vor Ort. Die gründliche Keywordanalyse ist deswegen der erste Baustein im Suchmaschinenmarketing. Eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung zum Beispiel für plastische Chirurgen oder Kliniken setzt im zweiten Schritt eine keywordspezifische Onsite- und Offsite-Optimierung voraus. Dazu gehört die Steigerung der Suchbegriffsrelevanz der Klinik- und Praxis-Websites, aber auch die Optimierung von Navigation und Menüstruktur. Erfolgsfaktor Nummer 1 ist und bleibt auch im Marketing für Medizindienstleister der organische Backlinkaufbau mittels Schaltung themenrelevanter Links aus hochwertigen Quellen. Mit einer solchen ganzheitlichen SEO-Strategie sorgt Der OnlineMarketingBerater für prominente Rankings in den Suchmaschinen und schafft die Voraussetzungen für eine auch langfristig erfolgreiche Internet-Patientenakquise.
Der OnlineMarketingBerater verantwortet derzeit das Online-Marketing für mehrere spezialisierte Medizindienstleister. Den Leistungsschwerpunkt bildet der Bereich Suchmaschinenoptimierung. Informationen zu Referenzprojekten können per Mail oder telefonisch beim Team von Der OnlineMarketingBerater angefordert werden.
SEO und Medizinunternehmer - weitere Informationen: www.online-marketing-berater.com

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
 www.online-marketing-berater.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=527956" width="1" height="1">

Pressekontakt

Der OnlineMarketingBerater

97080 Würzburg

presse@online-marketing-berater.com

Firmenkontakt

Der OnlineMarketingBerater

97080 Würzburg

presse@online-marketing-berater.com

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.