

Besseres Management

Marketing: Der Internetauftritt als Aushängeschild

Um für eine wachsende Gruppe von Kunden sichtbar zu sein, braucht ein Pflegedienst eine aussagefähige Internetseite. Denn für viele Menschen hat das Telefonbuch als Informationsquelle heute schon und zukünftig erst recht ausgedient.

Ausgangssituation:

Seit rund zwei Jahren lässt sich in vielen Bereichen eine zunehmende Nutzung des Internets beobachten. Die Ursache dürfte vor allem im nun großflächig verfügbaren Breitbandangebot (DSL) sowie in den angebotenen Pauschaltarifen (Flatrates) liegen. Das Internet hat sicherlich in vielen Haushalten das gute alte Telefonbuch abgelöst. Umso bedeutender wird die Frage, wie ein Pflegedienst im Internet zu finden ist, sei es in Datenbanken, in Übersichten der Städte und Gemeinden oder auch über einen eigenen Internetauftritt.

Lösung:

Testen Sie selbst, wie man Ihren Pflegedienst und den des Wettbewerbers im Internet findet. Ein wesentlicher Zugang sind die Seiten der Städte und Gemeinden mit den dort meist vorhandenen Verzeichnissen der Anbieter in den Bereichen Gesundheit, Gesundheitswesen oder Soziales. Überprüfen Sie regelmäßig, ob Ihr Pflegedienst dort verzeichnet ist und die Daten vollständig und sachlich richtig sind.

Die Relevanz von allgemeinen Datenbankangeboten (die lediglich die Adresse und Telefonnummer der Dienste abbilden) ist schwer abzuschätzen. Zumal das Angebot immer vielfältiger wird und auch die Kranken- und Pflegekassen hier zunehmend mitagieren (siehe BKK-Projekt „Paula“ oder „AOK-Pflegenavigator“). Auch die gemeinnützigen und privaten Verbände bieten immer mehr Mitgliedsdatenbanken an, wie zuletzt auch der Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste (bpa). Aus Sicht des wenig informierten Interessenten dürften

die lokalen Angebote der Städte und Gemeinden aber der erste und einfachste Zugang sein.

Die Frage, ob ein Pflegedienst heute eine eigene Internetseite braucht, stellt sich daher so nicht mehr, denn ohne Internetauftritt wird er für eine zunehmend große Gruppe von Interessenten nicht sichtbar sein. Gerade die heutige Kindergeneration und natürlich erst recht die Enkelgeneration nutzt das Internet so selbstverständlich wie wir früher das Telefonbuch. Damit ist zugleich kritisch zu hinterfragen, ob die Investition für die große Anzeige im Telefonbuch noch Sinn macht.

Da der Internetauftritt für viele Interessenten der erste Kontakt zum Pflegedienst ist, ist die optische und inhaltliche Gestaltung der Seite wichtig. Das Gesicht der Seite sollte dem allgemeinen Erscheinungsbild des Dienstes entsprechen (Corporate Identity). Dabei sollte die Startseite gut ‚aufgeräumt‘ sein und alle wichtigen Verweise (Links) auf die weiteren Inhalte enthalten. Auch sollte sie, neben rechtlich notwendigen Angaben (Impressum), mindestens die Fragen beantworten: Wer sind wir? Was bieten wir? Wie sind wir zu erreichen?

Gute Seiten bieten weitere Informationen wie Leistungs- und vor allem Preisübersichten. Auf vielen Seiten finden sich auch Ausführungen über die Pflegeversicherung, Pflegestufen etc., wobei diese leider nicht immer sachgerecht formuliert sind. Einfacher und oft sachlich hilfreicher sind hier Links zu allgemeinen Informationsseiten, auf denen (beispielsweise) die Pflegeversicherung erklärt wird (z. B. von Pflegekassen, KDA o. Ä.).

Der Autor
dieses Beitrags:



Andreas Heiber,
Inhaber des auf die Beratung ambulanter Pflegedienste spezialisierten Unternehmens System & Praxis, www.syspra.de

► Info

Ein ausführlicher Beitrag des Autors zum Thema Marketing und Internetauftritt ambulanter Pflegedienste erscheint in **HÄUSLICHE PFLEGE 8_2007.**