

NEUE PATIENTEN, MEHR ERFOLG, MEHR UMSATZ

# 8 unschlagbare Tipps für Ihr Marketing als Heilpraktiker

## TIPP 1

# Nutzen Sie Portale und Patientenbewertungen.

Suchen Ihre Patienten online nach einem Heilpraktiker, gibt es eine große Auswahl. Portale helfen, sich einen Überblick zu verschaffen und die Bewertungen von anderen Patienten zu lesen. Sind diese gut, schafft das Vertrauen.

Tragen Sie sich in die wichtigsten Portale ein, um auch gefunden zu werden. Im nächsten Schritt bitten Sie zufriedene Patienten, eine Bewertung abzugeben.



„Im Netz sind einige gute Bewertungen unserer Praxis zu finden. Dadurch haben wir regen Zulauf von Menschen, die online nach einer passenden Praxis für sich suchen und sich dabei an Bewertungen orientieren z.B. auf [www.kennstdueinen.de](http://www.kennstdueinen.de).“

ALEXANDER MALLOK, HEILPRAKTIKER

„Viele kommen über das Arztbewertungsportal Jameda. Da bin ich unter den Top 5 in München gelistet.“

EVA KUPPER, HEILPRAKTIKERIN



## Welche Portale sollten Sie nutzen?

Googlen Sie „heilpraktiker + [ihre stadt]“ (oder natürlich osteopath etc.). Welche Portale erscheinen als erste Suchergebnisse? Schauen Sie sich dann genauer an, welche Ihnen vertrauenswürdig erscheinen, welche Kosten auf Sie zukommen und in welchen Portalen auch Ihre Konkurrenz gelistet ist.

### Mögliche Portale

- [Jameda.de](http://Jameda.de): zertifiziertes Portal für Ärzte, ab 59 €/Monat
- [Werkenntdenbesten.de](http://Werkenntdenbesten.de): zertifiziertes Portal für alle Branchen, ab 29 €/Monat
- [Kennstdueinen.de](http://Kennstdueinen.de): Portal der WinLocal GmbH für alle Branchen, ab 600 €/Jahr
- [Stadtportale](http://Stadtportale) wie z.B. [berlin.de](http://berlin.de), [hamburg.de](http://hamburg.de), [muenchen.de](http://muenchen.de): Preise unterschiedlich

## Welche Daten geben Sie an?

- Unbedingt angeben sollten Sie: **Name, Adresse, Kontaktdaten** und ein **Foto**
- Sinnvoll sind: **Sprechzeiten, Leistungsspektrum, Schwerpunkte** und **Website**
- Bei einigen Portalen können Sie einen „Button zum Portal“ auf Ihrer eigenen Website einbinden - er verlinkt zu den Bewertungen.

## Wie erhalten Sie Bewertungen?

- Bitten Sie zufriedene Patienten persönlich, eine Bewertung abzugeben.
- Legen Sie im Wartezimmer Kärtchen mit Link und einer Bewertungsbitte aus.
- Verlinken Sie von Ihrer Website und Ihrem Newsletter auf das Portal.

## Wie gehen Sie mit kritischen Bewertungen um?

- Bleiben Sie entspannt. Keine durchgehenden Bestnoten zu haben ist menschlich.
- Stellen Sie sich dem Kommentar. Antworten Sie offen, mit Verständnis und bieten Sie ein klärendes Gespräch an. So wirken Sie souverän und nehmen den Wind aus den Segeln.
- Ist die Bewertung rechtlich unzulässig, können Sie sich an das Portal wenden.

**Vorsicht:** Sind Sie Mitglied in einem Heilpraktiker-Verband, lesen Sie vorher welche Regelungen der Berufsordnung für die Eintragung in Verzeichnisse gelten.

Mit viel Gespür wurde mein schmerzender Rücken erfolgreich behandelt. Vielen Dank!  
Würde ich jedem weiter empfehlen.



1,0

## TIPP 2

# Zufriedene Patienten sind Gold wert.

In der Heilpraktiker-Branche hat die persönliche Weiterempfehlung noch einen hohen Stellenwert. Gerade, wenn Ihre Patienten einen Rat von Bekannten und Freunden erhalten.

Um das zu bekräftigen, hat Heilpraktiker Simon Gilljohann einen besonderen Vorschlag, der seiner Erfahrung nach gut funktioniert:



„Will beispielsweise ein Patient meine Behandlung ausprobieren und merkt nach 2-3 Sitzungen, dass die Schmerzen weg sind, kann ich folgendes tun. Ich gebe ihm 3 Flyer und 5 Visitenkarten mit und bitte ihn: Tu mir doch den Gefallen und verteile die Visitenkarten an Leute, die ähnliche Beschwerden haben.“

Oder: Schreibt man als Heilpraktiker, meist am Anfang, die Rechnungen noch selbst, kann ich jedem Brief eine Visitenkarte oder einen Miniflyer mit Informationen beilegen. Die Leute werden ange-regt, selbst darüber zu sprechen. Voraussetzung ist natürlich, dass man gut ist, in dem, was man tut.“

SIMON GILLJOHANN, HEILPRAKTIKER



[ZUM ARTIKEL](#)

SO ERSTELLEN SIE EINEN FLYER FÜR HEILPRAKTIKER

## TIPP 3

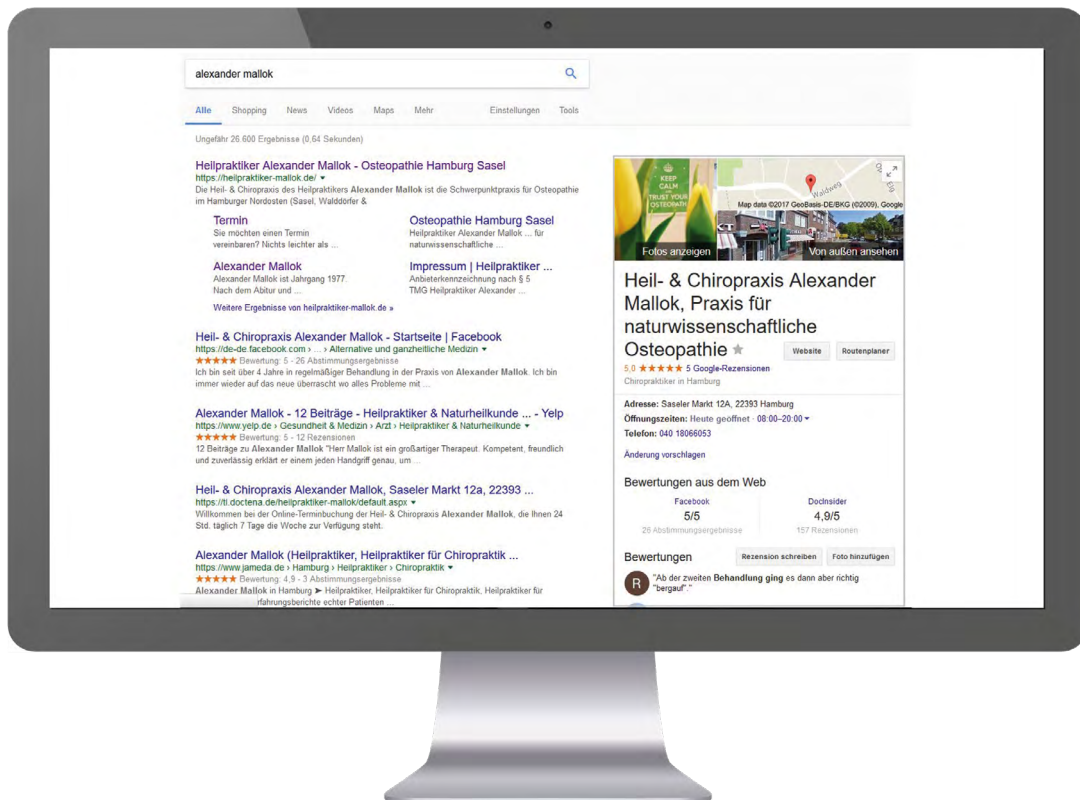
# Tragen Sie sich in Google My Business ein.

Google My Business ist das Branchenbuch von Google. Tragen Sie Ihre Praxis hier ein, sind Ihre Daten in der größten Suchmaschine präsent: Ihre Praxis wird in der Google-Suche angezeigt, aber auch auf Google Maps und Google +.

## Welche Vorteile hat das?

Ihre Praxis wird bei der passenden Sucheingabe (z.B. „heilpraxis anke vollmer“) neben den anderen Suchergebnissen hervorgehoben. Ihre Patienten sehen sofort Ihre Kontaktdaten, Fotos und Adresse.

Suchen Patienten nach einem Heilpraktiker in einer Stadt, werden meist die besten drei Einträge auf Google Maps in der Vorschau gezeigt. Es lohnt sich definitiv, dabei zu sein.



GOOGLE MY BUSINESS ERGEBNIS FÜR HEILPRAKTIKER ALEXANDER MALLOK  
© ISTOCK/ET-ARTWORKS

## Worauf sollten Sie achten?

- **Testen Sie zunächst, ob Sie schon einen Google Brancheneintrag haben**, indem Sie sich selbst googlen. Sind Sie zum Beispiel in den Gelben Seiten gelistet, übernimmt Google automatisch die Daten. Diesen Eintrag können Sie dann aber übernehmen und selbst verwalten.
- **Mit einem Google-Konto melden Sie sich einmalig kostenlos an** und können Ihre Daten gesammelt verwalten. Geben Sie Ihre Adresse und Kontaktdaten an, sowie Ihre Website und Sprechzeiten. Das ist, was Ihre Patienten zuerst wissen wollen. Laden Sie auch Fotos hoch.
- **Sie müssen Ihre Praxis „beweisen“**: Google sendet Ihnen im Normalfall eine Postkarte mit einem Code zu, den Sie eintragen müssen, um Administrator Ihres Eintrags zu werden.
- **Es kann sein, dass es nach dem Brancheneintrag einige Zeit dauert**, bis Sie in den Suchergebnissen angezeigt werden. Generell gilt: Je mehr ein Profil gepflegt und aktualisiert wird, desto wahrscheinlicher wird es als gesonderter Treffer hervorgehoben.
- **Ihr Unternehmen kann Bewertungen (Sterne) erhalten**. Diese können Sie über Ihren Login verwalten. Eine gute Anzahl an Sternen wirkt sehr vertrauenswürdig. Auch hier können Sie Ihre Patienten um eine Bewertung bitten.



### MEHR IM ARTIKEL

WAS BEACHTEN BEIM GOOGLE-MY-BUSINESS-EINTRAG?



### ZUR ANLEITUNG

HIER GEHT ES ZU GOOGLE - UM DIREKT ZU STARTEN

## TIPP 4

# Ihre Website ist Ihre Visitenkarte.

Immer mehr Patienten kommen über das Internet. Aber auch nach einer persönlichen Empfehlung ist meist der nächste Schritt den Heilpraktiker zu googeln. So oder so, Ihre Website ist der erste Eindruck – und der sollte passen.

### Checkliste: Deckt Ihre Website diese Punkte ab?

- **Das „Startbild“ Ihrer Website ist sehr ansprechend:** Name und Logo sind gut erkennbar, alle wichtigen Menüpunkte sind zu sehen, ein Foto lädt zum Bleiben ein. Empfohlen ist außerdem ein ansprechender Willkommenstext.
- **Ihre Website beantwortet Ihren (potentiellen) Patienten alle wichtigen Fragen** z.B. welche Therapien Sie anbieten, bei welchen Leiden Sie helfen können, wie eine Behandlung bei Ihnen abläuft und wann Ihre Sprechzeiten sind.
- **Ihre Patienten können Sie kennen lernen:** Ihre Patienten müssen Sie sympathisch und authentisch finden. Berichten Sie über sich, Ihre Qualifikationen, Ihren Werdegang, Ihre Mitarbeiter und Ihre Praxis – unbedingt mit Fotos.
- **Ihre Patienten können leicht einen Termin buchen:** Ihre Kontaktdaten sind auf jeder Seite präsent. Eine extra Kontaktseite erleichtert Ihren Patienten, sich mit Ihnen in Verbindung zu setzen.
- **Ihre Website hat unterstützende Bilder:** Mit Bildern erreichen Sie die Gefühle Ihrer Patienten und vermitteln Glaubwürdigkeit. Und sie bleiben besser im Kopf.
- **Ihre Website sieht auf dem Handy gut aus und ist gut lesbar:** Viele informieren sich heute über Smartphone oder Tablet, hier muss der erste Eindruck stimmen.
- **Expertentipp: Ihre Website bietet weitere hilfreiche Informationen** zum Beispiel als Blog. Damit gewinnen Sie das Vertrauen Ihrer Patienten und stärken Ihre Expertise. Regelmäßige Artikel informieren z.B. über Pollen-Allergien oder Fußreflexzonen – je nachdem, was Ihre Patienten interessiert und Sie authentisch beantworten können. Auch Ihre Google-Position wird positiv beeinflusst.



ZUM ARTIKEL

IN 6 SCHRITTEN ZU EIGENEN HEILPRAKTIKER-WEBSITE

## TIPP 5

# Versenden Sie E-Mails an Ihre Patienten.

Mit E-Mails stärken Sie Ihre Kundenbindung. Dabei geht es nicht darum, Ihre Patienten möglichst lange zu „ketten“, sondern Sie zu motivieren, bei neuen Leiden wieder zu Ihnen zu kommen und Sie weiterzuempfehlen.

Überlegen Sie, welche Informationen Ihre Patienten interessieren, dann werden Ihre E-Mails auch garantiert gelesen. Sie sollten natürlich nicht zu aufdringlich sein, aber rufen Sie sich ab und zu mit spannenden Inhalten in das Gedächtnis Ihrer Patienten.

### Es gibt verschiedenste Möglichkeiten

- ein **regelmäßiger Newsletter** mit Informationen und weiterführenden Artikeln zu einem passenden Thema z.B. Gesundheit, Ernährung oder Entspannung
- eine nette Geschichte zu **Weihnachten**
- **Informationen** über Ihre neuen Therapien oder Ihren Praxisumzug

### Das sollten Sie beachten

- Um auf der rechtlich sicheren Seite zu sein, sollten Sie sich von Ihren neuen und bestehenden **Patienten bestätigen lassen**, dass Sie Ihnen E-Mails senden dürfen.
- Sie können auf Ihrer Website ein Anmeldeformular zum Newsletter anbieten. Rechtlich korrekt müssen Sie das sogenannte „**Double-Opt-int-Verfahren**“ verwenden: Das heißt, der Newsletter-Interessent trägt sich ein und muss dann noch einen Link in der Bestätigungsmail klicken.
- Jede Ihrer Newsletter-E-Mails muss **Impressum** und **Abmeldelink** enthalten.



### ZUM ARTIKEL

NEWSLETTER ERSTELLEN ALS HEILPRAKTIKER





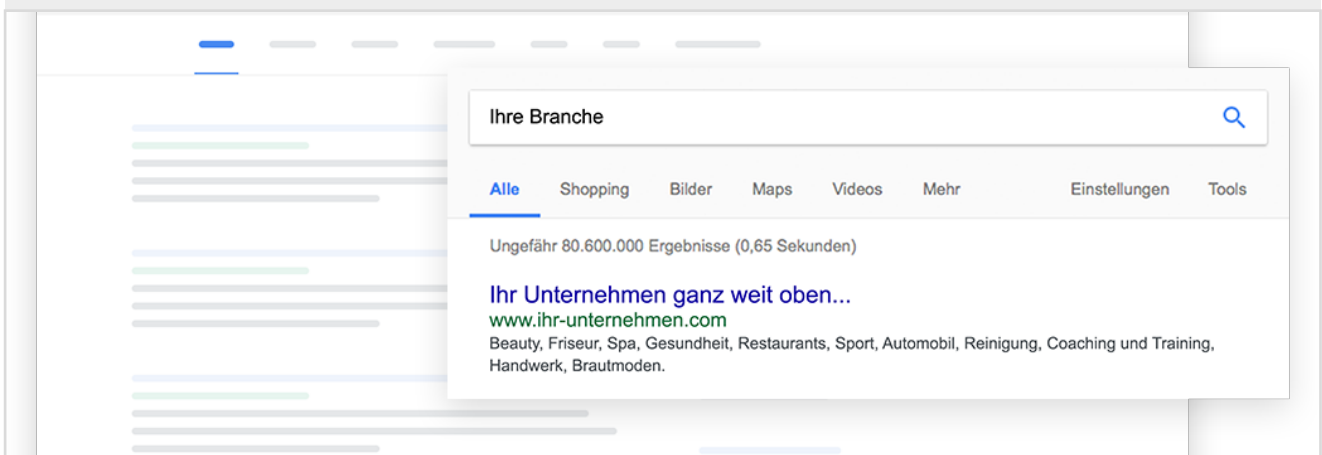
## TIPP 6

# Schalten Sie gezielte Werbeanzeigen auf Google.

„Google AdWords“ sind die Werbeanzeigen von Google. Sie erscheinen über den „normalen Suchergebnissen“: AdWords-Anzeigen sehen fast wie die anderen Suchergebnisse aus, haben aber unauffällig das Wort „Anzeige“ dabeistehen.

### Das sind die Vorteile

- **Es ist viel wahrscheinlicher, dass Personen auf Ihre Website kommen.** Denn Ihre Anzeige steht ganz oben. Darunter erscheinen zwar die „normalen“ Anzeigen, hier werden aber zuerst die für Google optimierten (SEO) Websites angezeigt – dort zu erscheinen, ist sehr aufwändig.
- **Sie zahlen nur, wenn eine Person auf Ihre Anzeige klickt.** Das heißt, quasi nur, wenn eine Person Ihre Website auch besucht. Wie hoch die Kosten sind, hängt von verschiedenen Faktoren ab – Google nutzt hierfür eine Art Versteigerungssystem. Je nachdem, wie viele andere Anzeigen zu dem Suchbegriff konkurrieren, können die Kosten etwa zwischen 20 Cent und 10 Euro pro Klick betragen. Das Budget können Sie selbst festlegen.
- **Wann, wo und wem Ihre Anzeige gezeigt werden soll, bestimmen Sie selbst.** Sind Sie Heilpraktiker in München, brauchen Sie keine Anzeige in Hamburg.



## So gehen Sie vor

- Melden Sie sich kostenlos in Google AdWords an.
- Starten Sie eine Kampagne: Legen Sie Optionen wie Zielgruppe und Budget fest.
- Entwerfen Sie in einer Anzeigengruppe eine Anzeige. Jeder Anzeigengruppe können Sie verschiedene Suchbegriffe zufügen, die Sie vorher mit dem Google Keyword-Planer ermittelt haben.
- Welche Keywords sich eignen, erfahren Sie in unserem Artikel zu den Google-AdWords-Praxistipps.

## Das ist das Ziel

Potentielle Patienten fühlen sich von Ihrer Anzeige angesprochen und klicken darauf. Schon sind sie auf Ihrer Website. Gefällt ihnen diese, nehmen sie Kontakt auf und sind bald Ihre Patienten.



### ZUM ARTIKEL

PRAXISTIPP: WERBEANZEIGEN MIT GOOGLE ADWORDS SCHALTEN



### ZUR ANLEITUNG

HIER GEHT ES ZUR AUSFÜHRLICHEN ANLEITUNG VON GOOGLE

## TIPP 7

# Nutzen Sie auch WhatsApp.

In Deutschland nutzen rund 37 Millionen Personen WhatsApp. Sie und der Empfänger können antworten, wann und wo es passt. Bei Heilpraktiker Simon Gilljohann wurde das zum Selbstläufer:



„Viele meiner Patienten schreiben über WhatsApp. Meine Handynummer steht nur auf der Visitenkarte. Ich habe das nie beworben, aber es hat sich so entwickelt. Für viele ist es leichter zu schreiben als anzurufen.“

SIMON GILLJOHANN, HEILPRAKTIKER

Auch während Ihrer Behandlungen und außerhalb Ihrer Sprechzeiten können Patienten Sie kontaktieren. Das ist einfacher als eine E-Mail zu schreiben oder aus dem vollen Bus anzurufen. Und Sie als Heilpraktiker können Ihre Behandlung in Ruhe durchführen und dann antworten. Eine Fernbehandlung über WhatsApp ist natürlich verboten.

## Achten Sie auf die Rechtsprechung

Um auf der rechtlich sicheren Seite zu sein, sollten Sie sich aber eine schriftliche Einverständniserklärung Ihrer Patienten holen. Denn wer den WhatsApp-Dienst nutzt, sendet laufend Daten aus dem Telefonbuch an WhatsApp. Eine Extra-WhatsApp-Handynummer ist also sinnvoll.

Alternativ können Sie die Vorteile der permanenten Buchung aber auch über die Online-Terminbuchung von Shore nutzen. Diese können Sie einfach in Ihre Website integrieren und sind stets auf der rechtlich sicheren Seite.



**ZUM ARTIKEL**

WERBUNG ALS HEILPRAKTIKER: WAS IST ERLAUBT?

## TIPP 8

# Bieten Sie Seminare an.

Zwischen Heilpraktiker und Patient muss die „Chemie“ stimmen. Ein Seminar eignet sich ideal für den Erstkontakt, aber auch die Patientenbindung.

### Worin sind Sie Experte?

Und was interessiert Ihre (potentiellen) Patienten? Laden Sie beispielsweise zu einem Massage-, Hypnose- oder Ernährungs-Seminar ein.

Die Teilnehmer lernen Sie und Ihre Art kennen und bekommen (wenn dem auch so ist) vermittelt, dass Sie gut in Ihrem Job sind. Das ist die perfekte Basis, um bei Beschwerden (wieder) zu Ihnen zu kommen oder Sie weiterzuempfehlen.

### Wie gehen Sie das an?

Besuchen Sie doch zunächst selbst einige Seminare, um herauszufinden, was Ihrer Meinung nach zu einem guten Seminar gehört und befragen Sie auch Ihre Patienten: Was würde sie interessieren? Welcher Zeitpunkt und welche Länge wären ideal? Was wären sie bereit zu zahlen? Wie viele Teilnehmer sollten es sein?

Anschließend sollten Sie den Termin über Facebook, Ihre Website und persönliche Kontakte bekannt machen.



**ZUM ARTIKEL**

SOCIAL MEDIA FÜR HEILPRAKTIKER: WIE SIE FACEBOOK UND CO. NUTZEN

DAS KLINGT NACH VIEL ARBEIT?

# Shore erleichtert Ihnen die Umsetzung.



**SIE SIND MIT EINEM KLICK IN ÜBER 30 VERZEICHNISSEN ZU FINDEN**  
Z.B. GOOGLE, YELP - UND VERWALTEN ALLE PORTALE AUS EINEM PROFIL



**SIE ERSTELLEN UND PFLEGEN GANZ EINFACH IHRE EIGENE WEBSITE**  
MIT EINEM SIMPLEN, VERSTÄNDLICHEN BAUKASTENSYSTEM



**SIE HABEN EINE ONLINE-TERMINBUCHUNG FÜR IHRE WEBSITE**  
UND MACHEN AUCH AUSSERHALB IHRER SPRECHZEITEN UMSATZ



**SIE SCHALTEN GANZ EINFACH GOOGLE-ADWORDS-ANZEIGEN**  
SIE WERDEN VERSTÄNDLICH DURCH DEN GESAMTEN PROZESS GEFÜHRT



**SIE VERSENDEN GANZ LEICHT EINEN ANSPRECHENDEN NEWSLETTER**  
MIT EINFACHEM BAUKASTENSYSTEM UND ZIELGRUPPEN-FILTERN



**SIE ERINNERN IHRE PATIENTEN PER SMS AN TERMINE**  
UND HABEN OHNE AUFWAND VIEL WENIGER TERMINAUSFÄLLE

So haben Sie mit einer Software bereits 5 Tipps umgesetzt.  
Erfahren Sie mehr auf [shore.com](https://shore.com).



Vielen Dank an Eva Kupper, Simon Gilljohann und Alexander Mallok.

Bildquellen Portraits: © Alexander Mallok, © Fotostudio Monika Wrbo, Unterhaching (E. Kupper), © Simon Gilljohann