

Checkliste für Zahnärzte und Zahntechniker mit den Leitfragen der GZFA

Leitfragen zur Praxis, zum Labor	Potential?	Optionen für die Homepage der Praxis, des Labors	Potential?
Ihr Standort bzw. Standorte			
Ihre wichtigsten Leistungsschwerpunkte, jetzt und in Zukunft: 1. 2. 3.		Spiegeln sich diese auf Ihrer Homepage in Form von Schlüsselbegriffen, sogenannten Keywords? Wo stehen Sie bei der entsprechenden Google-Suche (Schwerpunkt+Ort)? Sind Sie mit Ihrer Homepage auf der ersten Seite gelistet?	
Die Besonderheiten Ihrer Praxis, Ihres Labors <i>z.B. die Behandlung von Angstpatienten oder metallfreier Zahnersatz</i>		Spiegeln sich diese auf Ihrer Homepage (Keywords)? Wo stehen Sie bei der entsprechenden Google-Suche (Besonderheit+Ort)? Sind Sie mit Ihrer Homepage auf der ersten Seite gelistet?	
Führen Sie öffentliche Vorträge für Patienten durch? <i>Zu Ihren Schwerpunkten bzw. Besonderheiten?</i>		Werden diese angekündigt? <i>Auf Ihrer Homepage, auf Social Media-Kanälen, in der Lokalpresse?</i>	

Leitfragen zum Status im Internet	Potential?	Weitere Optionen	Potential?
Wie viele Patienten kommen pro Monat über das Internet?		Kennen Sie die monatlichen Zugriffsraten auf der Homepage? Werden sie dokumentiert? Besitzen Sie regionale Exklusivität im Internet?	
Schalten Sie Internetwerbung? <i>Google z.B. bietet AdWords. Der Marketingbudget lässt sich über Kostenobergrenze, Erscheinungszeit, Ort/Region und Ausschlussmöglichkeiten eingrenzen.</i>		Stehen diese Eingrenzungen im Verhältnis zu Ihren Schwerpunkten und Besonderheiten? <i>So dass Sie trotzdem Patienten aus der weiteren Umgebung erreichen?</i>	
Integriert Ihre Homepage die technischen Anforderungen für ein gutes Ranking? <i>Machen Sie den Test auf kostenfreien Analyse-Werkzeugen im Internet, z.B. www.seitwert.de. Wichtig sind der Rankingwert (10 = top), Backlinks und die technischen Qualitäten.</i>		Braucht Ihre Homepage eine Suchmaschinen-Optimierung (SEO)? Wie stellt sie sich auf mobilen Geräten dar? Haben Sie eine Chance, von thematisch passenden Online-Verzeichnissen zu profitieren?	
Bewegung auf Ihrer Homepage mit Neuigkeiten: Nutzen Sie RSS-Feeds? <i>Neuigkeiten z.B. durch Pressearbeit werden von Suchmaschinen als Unique Content bei der sogenannten organischen Suche besonders gewürdigt. Ergebnis ist ein besseres Ranking. Really Simple Syndication (RSS) steht dabei für die Verbindung mit einer Nachrichtenquelle, die Ihre Homepage automatisch mit Neuigkeiten versorgt.</i>		Inwieweit spiegeln diese Neuigkeiten die Schwerpunkte und Besonderheiten Ihrer Praxis, Ihres Labors wieder? Entsprechen sie dem gewünschten fachlichen Niveau? Inwieweit decken Sie zusätzlich Ihre spezifischen SEO-Anforderungen ab?	