

FRISCHER WIND FÜR DIE APOTHEKENWEBSITE

Klassischerweise informiert die Apothekenwebsite potenzielle Kunden über Möglichkeiten der Kontaktaufnahme und das Leistungsspektrum. Doch professionell betrieben und gut gepflegt, schlummert in ihr ein großes Potenzial – auch mit Blick auf Marketingaktivitäten, Kundenbindung und Neukundengewinnung. Mit einem starken und gut durchdachten Konzept können Sie dieses digitale Terrain für ihre Apotheke erschließen.

TIPP / IMPRESSUM

Die Bestimmungen für das Impressum einer Website geben das Telemediengesetz (<https://dejure.org/gesetze/tmg>) und der Staatsvertrag über Rundfunk und Telemedien vor. Genannt werden müssen zum Beispiel der Name und die Rechtsform der Apotheke und des Apothekenleiters mit gesetzlicher Berufsbezeichnung und dem Land, in dem diese verliehen wurde, die Kontaktdaten, die Handelsregisternummer und das Handelsregister, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer und weitere Dinge. Empfehlenswert ist die Absicherung durch einen Anwalt.

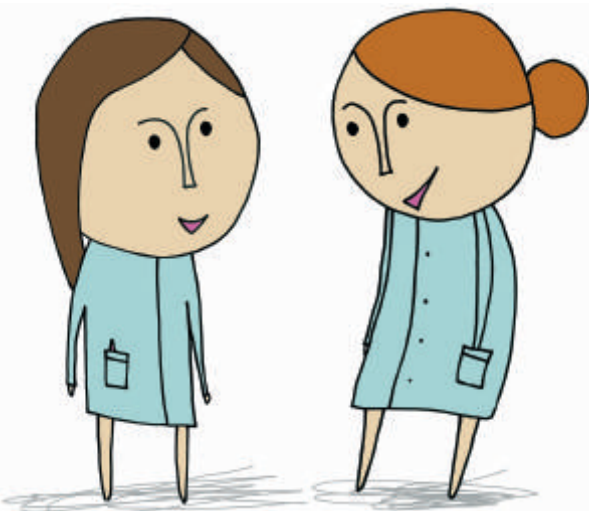
HINTERGRUND

Das Betreiben einer eigenen Apothekenwebsite ist für die meisten Apothekeninhaber wichtig. Soll dies professionell geschehen, so bedarf es Zeit und einer hauptverantwortlichen Person. Das kann eine PTA sein. Zu den Aufgaben gehört dann unter anderem das Klären der rechtlichen und technischen Bedingungen, das Erstellen einer Strategie, das Schaffen von Grundstrukturen und Themenbereichen sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung und Pflege der Inhalte. Und ganz wichtig: Erfolg überprüfen!

Die Pinguin Apotheke läuft wirtschaftlich sehr gut. Dennoch beobachtet die Belegschaft die Entwicklungen im Apothekenmarkt. Bei einer Teambesprechung sagt die Apothekeninhaberin Frau Muttig: „Wir sollten Brunnen bauen, bevor der Durst kommt. Wir haben eine uralte Standardwebsite, da muss mal frischer Wind rein, damit wir gut auffindbar sind.“

„Frau Zuckerberg und Frau Gates, Sie gehen immer so pffiffig mit den neuen Medien um, möchten Sie sich um die Websitegestaltung kümmern?“. „Sehr gerne“, antworten die beiden unisono. Frau Zuckerberg und Frau Gates recherchieren schon am nächsten Tag.

Tipp!– Leihbücher zum Thema Onlinemarketing finden sich in jeder gut sortierten Bibliothek. Darüber hinaus bieten viele Volkshochschulen Kurse in Websitegestaltung und -optimierung, Wordpress oder Bildbearbeitung an. Auf Youtube stehen hilfreiche und praxisnahe „Do-it-yourself“-Erklärvideos bereit. Möchten Sie einen persönlichen Ansprechpartner, so finden sie diesen per Internetsuche unter den Stichworten Webentwickler, Onlinemarketing Freelancer oder -agentur.



„Aktuell nutzen wir einen Anbieter und eine Standardwebsite. Das 90er-Jahre-Design ist voll retro und mega lahm“ (beide kichern). „Schau mal hier, bei diesem Provider können wir eine moderne, übersichtliche, lesbare und intuitiv bedienbare Website per Baukastenprinzip erstellen. Die läuft auch auf Mobilgeräten wie Smartphone und Tablet. Zudem sind die Daten auf einem deutschen Server sicher hinterlegt. Außerdem erhalten wir Unterstützung, um die Inhalte suchmaschinenoptimiert bereitzustellen. Und die haben laut Kundenreferenzen einen fantastischen Kundensupport.“

„Ich würde auch gerne einen Kurs bei der VHS besuchen, um die Geheimnisse des suchmaschinenoptimierten Schreibens und Werbens zu erlernen.“

„Das ist eine gute Idee! Im Fachjargon nennt sich das SEO, SEA und SMM, also Search-Engine-Optimization, Search-Engine-Advertising und Social-Media-Marketing.“ „Für den Anfang würde eine kompakte aber gut formulierte Website ja auch reichen.“ „Absolut!“

Tipps!-- Auch im Internet gelten die Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes. Zum Betreiben eines Onlineshops wird eine Versandhandelslizenz benötigt. Die Nutzungsrechte von nicht selbst erstellten Inhalten (z. B. Bilder, Videos, Texte) gilt es zu klären. Zudem sollten die Urheberrechte durch Angabe der Quellen im Impressum berücksichtigt sein. Auch Datenschutzbestimmungen, zum Beispiel bei der Nutzung von WhatsApp-Diensten oder Vorbestellungen sollten penibel eingehalten werden, sonst drohen Abmahnungen.

„Ich habe mal gehört, dass es Gold wert ist, wenn sich möglichst viele Websitebesucher zum Newsletterverteiler anmelden. Darauf sollten wir unsere Kundschaft auch in der Offizin und auf den Visitenkarten aktiv hinweisen. So wissen wir gleich, wer Spaß an unseren Services hat und über Neuigkeiten und zu Apothekenevents informiert werden möchte.“

„Schau hier, bei dem Provider geht das auch, da kann man ein Newsletter-Anmeldeformular ganz einfach in die Seite einbinden.“

„Um die Kontakthürden zu senken, sollte unsere Telefonnummer und Vorbestellmöglichkeit auf jeder Seite direkt im Blickfeld des Kunden liegen.“ „Das lässt sich bestimmt einrichten.“



Ebenso wie eine Facebook-Verlinkung. So können Websitebesucher zu Facebookfans werden und sich auch andersum Facebookfans zu unserem Newsletter anmelden.“ „Prima, dann haben wir die technische Basis. Nun aber zu den Inhalten. Wir sollten unsere Spezialisierung in Dermopharmazie hervorheben. Unsere Zusammenarbeit mit Prof. Kratzig und der Uniklinik Schweißburg ist einmalig in Deutschland.“ „Stimmt, und die Websites können wir untereinander verlinken. So machen wir uns gegenseitig bekannter.“

Tipps!-- Ob die Onlinepräsenz erfolgreich ist, lässt sich unter anderem über eine Analyse der Klickrate oder der Verweildauer der Nutzer auf der Seite überprüfen. Hierfür können Analysetools wie Google Analytics genutzt werden. Über solche eine Datennutzung und -auswertung müssen die Websitebesucher im Impressum informiert werden.

„Gute Idee! Lass uns eine Liste machen, welche Texte, Artikel und Bilder benötigt werden. Übrigens auch für den Pressebereich, den wir dann endlich einrichten können. Damit haben wir schon die wichtigsten Grundpfeiler gesetzt.“ „Dann präsentieren wir Frau Muttig morgen die Ideen, vielleicht stimmt sie der Umsetzung zu.“

Autorin: Kerstin Schmücker

NÄCHSTE FOLGE:

Informationen zum Verhalten der Internetnutzer und zu Grundsätzen und Entwicklungen im Onlinemarketing erhalten Sie in der nächsten Ausgabe.