

1	Marketing-Grundlagen	1
1.1	Wettbewerbsdruck und Kundenansprüche zwingen zum Marketing	2
1.2	Klassisches Marketing versus Online-Marketing	8
1.3	Das Marketing-Konzept	10
1.4	Corporate Identity schaffen	22
2	Klassisches Marketing mit dem Internet verknüpfen	29
2.1	Visuelle Marketing-Maßnahmen	31
2.2	Presse-Arbeit in der Apotheke	37
2.3	Tag der offenen Tür – ein Blick hinter die Kulissen	41
2.4	E-Mail-Kommunikation	45
2.5	Direktmarketing	47
2.6	Eintrag in Apotheken-Suchverzeichnisse	53
2.7	Tablets im Apotheken-Alltag	55
2.8	Gesundheits-Apps – Nutzen für Kunden und Apotheker	56
3	Die Apotheken-Website	61
3.1	Nutzen einer Apotheken-Website	62
3.2	Wahl der Internet- und E-Mail-Adresse	63
3.3	Die Website-Gestaltung	64
3.4	Inhalte der Apotheken-Website	67
3.5	Nutzerfreundlichkeit der Website	77
3.6	Barrierefreiheit der Website	80
3.7	Gütesiegel für Websites	82
4	Suchmaschinenoptimierung (SEO): Bei Google gefunden werden	85
4.1	Grundlagen	86
4.2	Analyse	89
4.3	Die wichtigsten SEO-Maßnahmen	93
4.4	SEA: Werben mit Suchmaschinen	108
5	Social Media-Marketing	111
5.1	Empfehlungsmarketing	112
5.2	Online-Reputation: Der Ruf von Apotheke und Apotheker	114
5.3	Online-Bewertungsportale	120
5.4	Experte in Gesundheitsportalen	121
5.5	Fachportale und Apps für Heilberufler	122
5.6	Social Media Plattformen	123
6	Content für Website, Blog und Social Media	135
6.1	Content-Strategie	136
6.2	Apotheken-Blogs	138
6.3	Einsatzmöglichkeiten in der Apotheke	139
6.4	Aufwand versus Nutzen	143

6.5	Die technische Basis	145
6.6	Bekannt werden	147
7	Werberecht für Apotheker	149
7.1	Berufsrecht	152
7.2	Heilmittelwerbe-gesetz	152
7.3	Wettbewerbsrecht	155
7.4	Das Digitale-Dienste-Gesetz	159
7.5	Urheberrecht	161
7.6	Datenschutz	163
7.7	Fazit	170
8	IT-Sicherheit in der Apotheke	171
8.1	Das Computer-Netzwerk der Apotheke	172
8.2	Sicherer Internetauftritt	178
8.3	Sicherer Mail-Verkehr	180
8.4	Surfen ohne Spuren	181
8.5	Umgang mit IT-Dienstleistern	183
	Serviceteil	
	Glossar	188
	Literatur	191
	Stichwortverzeichnis	193