

Inhaltsverzeichnis

1	Marketing-Grundlagen	1
1.1	Wettbewerbsdruck und Kundenansprüche zwingen zum Marketing	2
1.1.1	Strukturelle Veränderungen	2
1.1.2	Erhöhte Kundenansprüche und steigendes Gesundheitsbewusstsein	3
1.1.3	Mündige Patienten	4
1.1.4	Der ePatient	4
1.2	Klassisches Marketing versus Online-Marketing	6
1.2.1	Vorteile des Marketing-Instruments Internet	6
1.3	Corporate Identity schaffen	7
1.3.1	Markenaufbau in Apotheken	8
1.3.2	Hinweise zur CI-Entwicklung	8
1.3.3	Corporate Design	9
1.3.4	Corporate Fashion	10
1.3.5	Corporate Behaviour	11
1.3.6	Corporate Communication	11
1.4	Das Marketing-Konzept	12
1.4.1	Die Ist-Analyse	12
1.4.2	Zielbestimmung	17
1.4.3	Die Marketing-Strategie	19
1.4.4	Marketing-Maßnahmen	19
1.4.5	Marketing-Controlling	21
2	Klassisches Marketing mit dem Internet verknüpfen	25
2.1	Eintrag in Apotheken-Suchverzeichnisse	27
2.1.1	Dubiose Eintragsofferten	28
2.2	Visuelle Marketing-Maßnahmen	29
2.2.1	Ansprechende Apotheken-Bilder produzieren	29
2.2.2	Apotheke mit einem Imagefilm vorstellen	30
2.2.3	Klassische Printanzeigen	31
2.2.4	Banner- und Video-Werbung	33
2.2.5	Apotheken-TV	33
2.3	Presse-Arbeit in der Apotheke	34
2.3.1	Erfolgreiche Presse-Mitteilungen schreiben	35
2.3.2	Medizinischer Experte für Journalisten	36
2.3.3	Social-Media-Kanäle nutzen	36
2.3.4	Medienecho anlegen	37
2.3.5	Umgang mit Journalisten	37
2.3.6	Das Fernsehinterview	38
2.4	Tag der offenen Tür – ein Blick hinter die Kulissen	38
2.4.1	Frühzeitig planen und organisieren	39
2.4.2	Termin mit Bedacht auswählen und rechtzeitig bekannt geben	39
2.4.3	Programm und Ablauf	40
2.5	E-Mail-Kommunikation	41
2.6	Direktmarketing	43

2.6.1	Werbebriefe ansprechend formulieren	44
2.7	E-Mail-Newsletter und Kundenzeitschriften	45
2.7.1	E-Mail-Newsletter	45
2.7.2	Aufbau und Inhalt	45
2.7.3	An- und Abmeldung	46
2.7.4	Erfolgsmessung des Versands	46
2.7.5	Kundenzeitschriften	46
2.8	Gesundheits-Apps – Nutzen für Kunden und Apotheker	48
2.8.1	Apotheken ortsnahe und geortet werden	49
2.8.2	Tablet-PCs im Apotheken-Alltag	49
2.8.3	Branchenblick: iPad-Einsatz im Klinik- und Pflegesektor	50
3	Die Apotheken-Website	53
3.1	Vorteile einer Apotheken-Website	55
3.2	Wahl der Internet- und E-Mail-Adresse	56
3.3	Die Website-Gestaltung	57
3.3.1	Webdesigner oder Agentur?	57
3.3.2	CMS oder HTML?	57
3.3.3	Strukturierung der Website	58
3.4	Inhalte einer Apotheken-Website	59
3.4.1	Was gehört auf eine gute Apotheken-Website?	59
3.4.2	Bilder und Graphiken	65
3.4.3	Online-Bestellungen von Medikamenten	65
3.4.4	RSS-Feeds	68
3.4.5	Gästebuch	69
3.5	Vorschriften und Pflichtangaben	70
3.5.1	Impressum	70
3.5.2	Datenschutzerklärung	70
3.5.3	Werbung	71
3.5.4	Urheberrecht	72
3.5.5	Haftungsausschluss	72
3.6	Usability der Website	72
3.6.1	Einfach strukturierte Navigation	73
3.6.2	Individuelle Titel und URLs der Unterseiten	73
3.6.3	Textvolumen und -strukturierung	73
3.6.4	Interne und externe Links	74
3.6.5	Fazit	74
3.7	Mobile Website-Version für Smartphones	74
3.7.1	Schnell und einfach mit CMS oder Web-Services	75
3.8	Vorschriften zur barrierefreien Website	76
3.8.1	Barrierefreies PDF erstellen	77
3.9	Zertifizierung von gesundheitsbezogenen Websites	77
3.9.1	Aktionsforum Gesundheitsinformationssystem (afgis) e.V.	77
3.9.2	Health on the Net Foundation (HON)	78
3.9.3	DISCERN-Instrument	78
3.9.4	Das Gütesiegel der Stiftung Gesundheit	79

4	Suchmaschinenoptimierung (SEO): Bei Google gefunden werden.....	81
4.1	Grundlagen	82
4.1.1	Wie funktionieren Suchmaschinen?	82
4.1.2	Nutzerangepasste Ergebnisse	83
4.1.3	Nutzerverhalten.....	84
4.2	Analyse	84
4.2.1	Zielgruppen bestimmen.....	84
4.2.2	Wonach sucht die Zielgruppe?	85
4.2.3	Ziele definieren	86
4.2.4	Erfolgskontrolle und Weiterentwicklung.....	86
4.3	Die wichtigsten SEO-Maßnahmen	88
4.3.1	Struktur der Website.....	88
4.3.2	Head der Website	91
4.3.3	Inhalt optimieren.....	94
4.3.4	Backlink-Aufbau.....	97
4.3.5	Optimierung für Google Places.....	98
4.3.6	Professionelle Beratung.....	99
4.4	SEM: Werben mit Suchmaschinen	99
4.4.1	Wie funktionieren AdWords-Anzeigen?	100
4.4.2	Anzeigen einrichten.....	100
4.4.3	Erfolgskontrolle	100
4.4.4	SEO oder SEM?	100
5	Social-Media-Marketing	103
5.1	Social Networking zur Kundenkommunikation.....	104
5.1.1	Was ist ein soziales Netzwerk?	105
5.1.2	Facebook	105
5.1.3	Google+	108
5.1.4	Xing	109
5.1.5	Twitter.....	111
5.1.6	Wikipedia.....	112
5.1.7	Social Bookmarking	112
5.1.8	Fazit	113
5.2	Experte in Gesundheitsportalen.....	113
5.3	Empfehlungsmarketing	114
5.3.1	Strategien für Empfehlungsmarketing	115
5.4	Online-Bewertungsportale.....	117
5.4.1	Apothekenbewertungen im Internet	117
5.5	Online-Reputation: Der Ruf von Apotheke und Apotheker	118
5.5.1	Reputationsmonitoring: Überblick verschaffen und behalten	119
5.5.2	Prävention: Digitalen Schutzschild aufbauen.....	121
6	Ein Blog für die Apotheke	123
6.1	Was ist eigentlich ein Blog?.....	124
6.2	Einsatzmöglichkeiten in der Apotheke	124
6.2.1	Ziele festlegen	125

6.2.2	Themen finden.....	125
6.2.3	Dialog mit den Lesern	129
6.3	Aufwand versus Nutzen	131
6.3.1	Was bringt ein Blog?.....	131
6.3.2	Wer soll bloggen?	131
6.3.3	Aufwand kontrollieren.....	132
6.3.4	Unterstützung durch externe Dienstleister.....	132
6.4	Die technische Basis.....	132
6.4.1	Bloghoster	133
6.4.2	Den Blog selbst hosten	133
6.5	Bekannt werden.....	133
7	Rechtsvorschriften für Apotheker.....	135
7.1	Berufsordnung	136
7.1.1	Vorschriften.....	136
7.2	Heilmittelwerbegesetz	137
7.2.1	Innerhalb der Fachkreise.....	137
7.2.2	Außerhalb der Fachkreise	138
7.3	Wettbewerbsrecht	138
7.3.1	Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3)	139
7.3.2	Beispiele für unlautere geschäftliche Handlungen (§ 4)	139
7.3.3	Irreführende geschäftliche Handlungen (§ 5)	139
7.3.4	Irreführung durch Unterlassen (§ 5a)	139
7.3.5	Vergleichende Werbung (§ 6)	140
7.3.6	Unzumutbare Belästigungen (§ 7)	140
7.3.7	Blacklist (Anhang)	140
7.4	Das Telemediengesetz	141
7.4.1	Allgemeine Informationspflichten (§ 5)	141
7.4.2	Besondere Informationspflichten (§ 6)	142
7.4.3	Datenschutz im TMG (Abschnitt 4)	142
7.5	Das Bundesdatenschutzgesetz	143
7.5.1	Datenvermeidung und Datensparsamkeit (§ 3a)	143
7.5.2	Datenschutzbeauftragter (§ 4f)	144
7.6	Das Urheberrecht	144
7.6.1	Fotos auf der Apotheken-Website	144
7.7	Fazit.....	145
8	IT-Sicherheit in der Apotheke.....	147
8.1	Das Computer-Netzwerk der Apotheke.....	148
8.1.1	Schad-Software und Angriffe von außen.....	148
8.1.2	Sicherungskopien	150
8.2	Sicherer Internetauftritt	152
8.3	Sicherer Mail-Verkehr	153
8.3.1	E-Mail-Adressen schützen.....	154
8.4	Surfen ohne Spuren	155

8.4.1	Zuschauer beim Surfen	155
8.5	Umgang mit IT-Dienstleistern	157
8.5.1	Tipps zum Vorgehen in der IT-Krise	157
	Glossar.....	159
	Literatur	163
	Stichwortverzeichnis	165