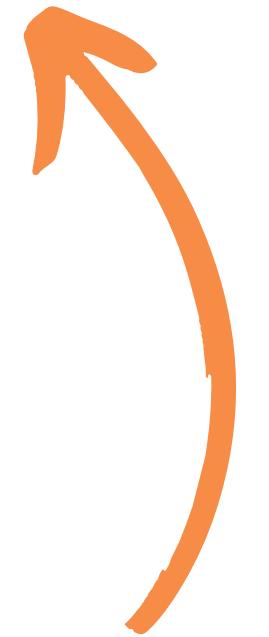




SOCIAL MEDIA WORKSHOP FÜR PRAXISINHABER:INNEN



LANGFRISTIG ATTRAKTIV ALS ARBEITGEBER:IN
POSITIONIEREN



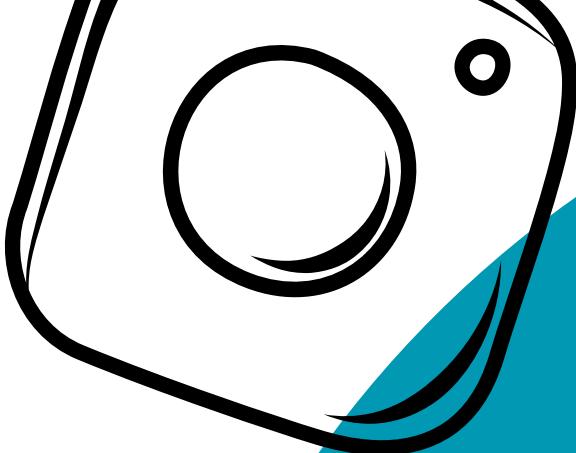
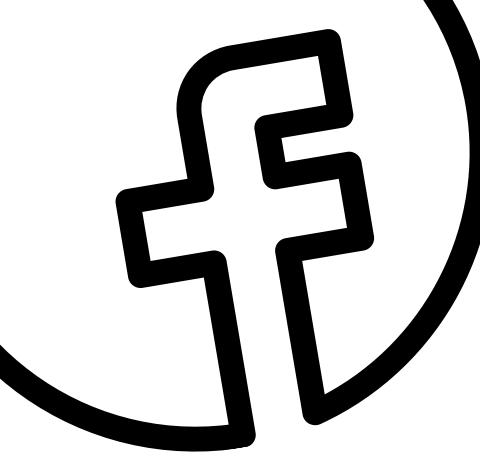
ÜBERBLICK

1. Grundlagen von Social-Media - Einige Fakten und Einblicke in die Welt von Social-Media
2. Instagram langfristig aufbauen & Strategie
3. Facebook langfristig aufbauen & Strategie
4. Die Macht von Meta
5. LinkedIn langfristig aufbauen & Strategie

GRUNDLAGEN

In den letzten Jahren ist Social Media zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Marketingstrategie vieler Unternehmen geworden. Es ist eine effektive Möglichkeit, mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten und eine Beziehung aufzubauen.

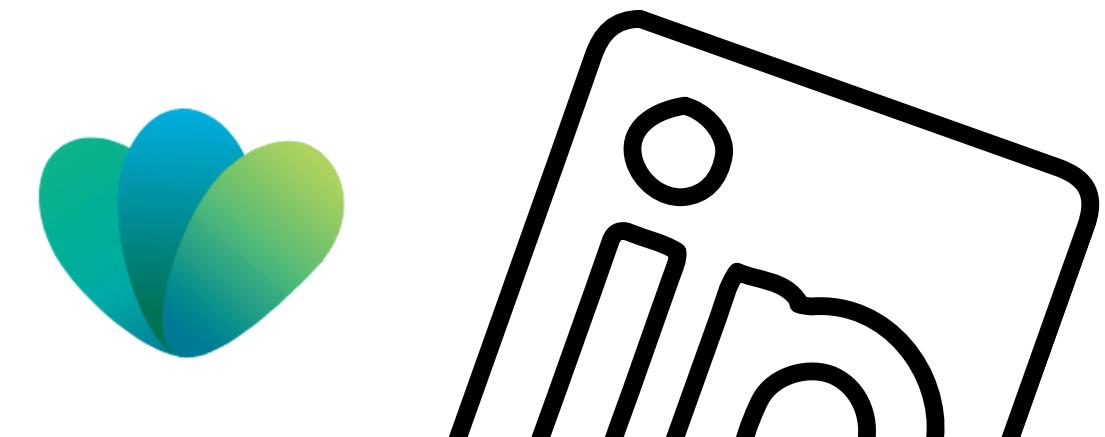
Aber mit so vielen verschiedenen Plattformen, auf denen du aktiv sein könntest, kann es schwierig sein zu wissen, wo du anfangen solltest.

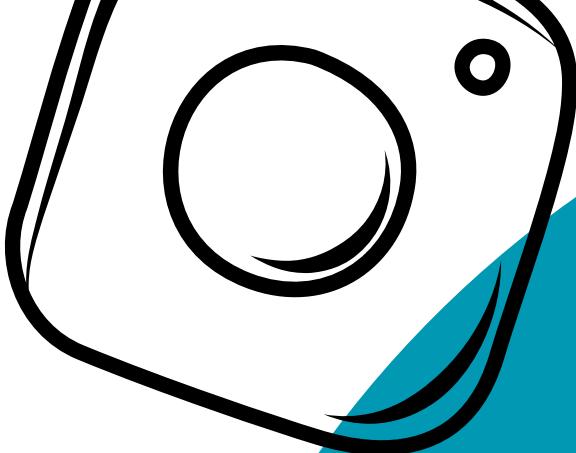


GRUNDLAGEN

Die 3 besten Social Media-Plattformen für deine Praxis: Facebook, Instagram & LinkedIn. Jede dieser Plattformen hat ihre eigenen Stärken und Schwächen, aber alle sind nützlich, wenn es um das Engagement mit deiner Zielgruppe geht.

Facebook ist die größte Social Media-Plattform mit über 2,2 Milliarden aktiven Nutzern. Hier kannst du deine Zielgruppe am besten erreichen, indem du interessante und nützliche Inhalte postest.

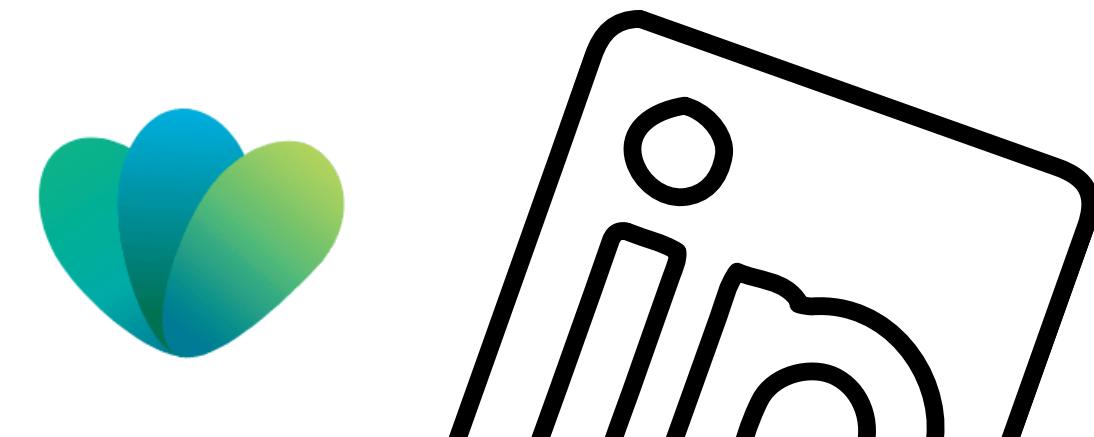


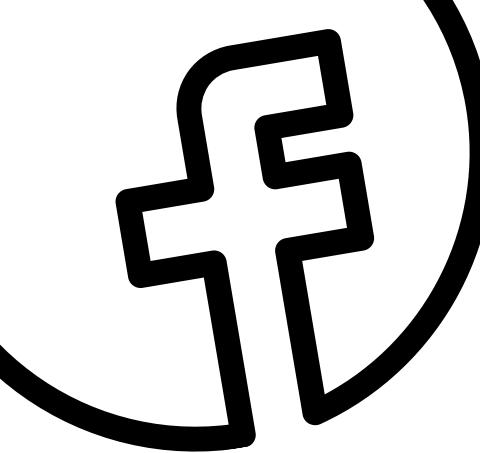


WELCHE PLATTFORM IST FÜR MICH AM BESTEN GEEIGNET?

Die meisten Therapeut:innen halten sich auf Facebook, Instagram & LinkedIn auf. Jede der drei Plattformen hat somit seine Vorteile, damit sie sich langfristig als attraktive Arbeitgeber:in positionieren können.

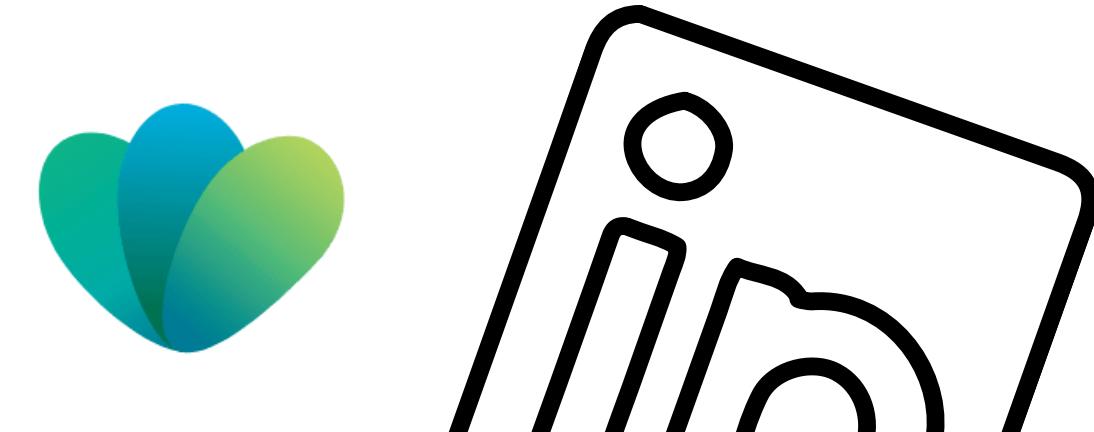
Jede halten sich die Therapeut:innen aus unterschiedlichen Intensionen auf den jeweiligen Plattformen auf.

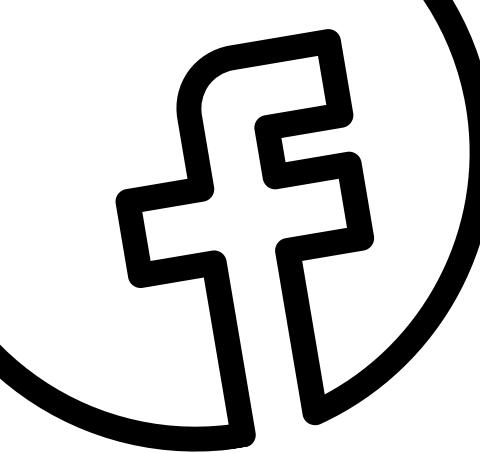




WELCHE ZIELE MÖCHTEST MIT SOCIAL MEDIA VERFOLGEN?

Der Aufbau einer Social Media-Präsenz ist nicht einfach und erfordert sowohl Zeit als auch Engagement. Bevor du dich auf eine Plattform konzentrierst, stelle dir zunächst die Frage, welche Ziele du mit deiner Präsenz erreichen möchtest.

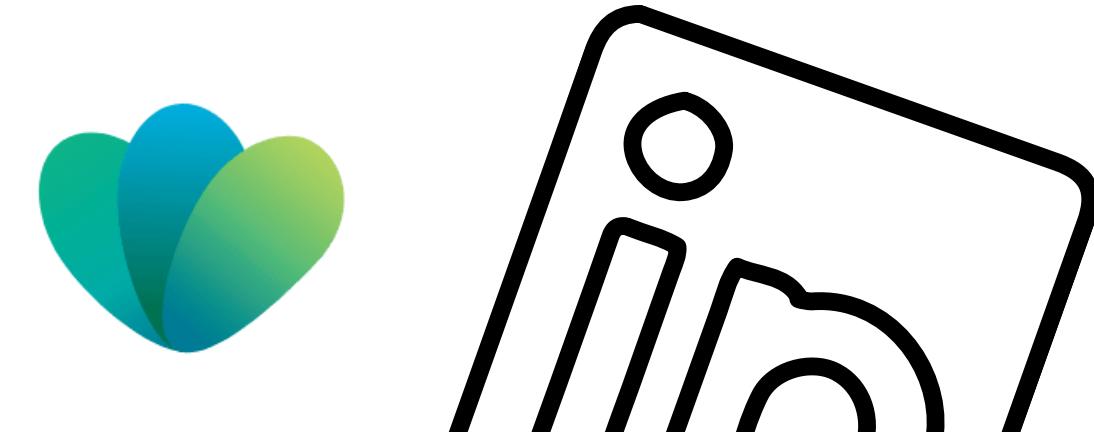


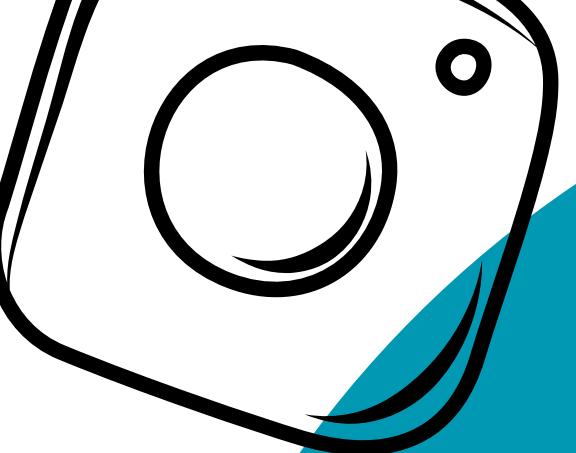
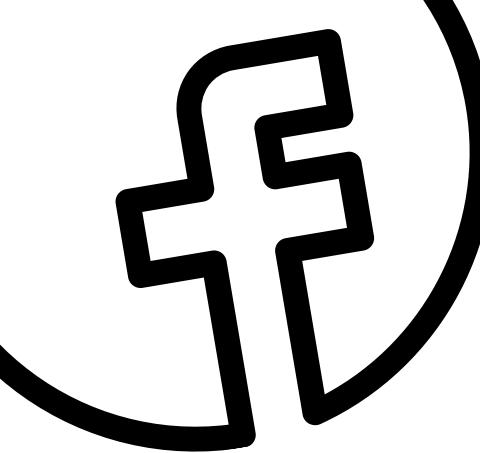


WELCHE ZIELE MÖCHTEST MIT SOCIAL MEDIA VERFOLGEN?

- Möchtest du mehr Bewerber:innen gewinnen? Dann solltest du dich auf eine Plattform konzentrieren, die deine Zielgruppe am häufigsten nutzt.
- Möchtest du deine Marke bekannter machen? Dann solltest du eine Plattform wählen, die eine hohe Reichweite hat.
- Möchtest du deinen Umsatz steigern? Dann solltest du eine Plattform wählen, die es dir ermöglicht, direkt mit deinen Kunden zu interagieren.
- Nachdem du deine Ziele festgelegt hast, kannst du dich auf die Suche nach der richtigen Social Media-Plattform für deine Praxis machen.

WIR STELLEN DIR 3 PLATTFORMEN VOR, MIT DER RICHTIGEN STRATEGIE

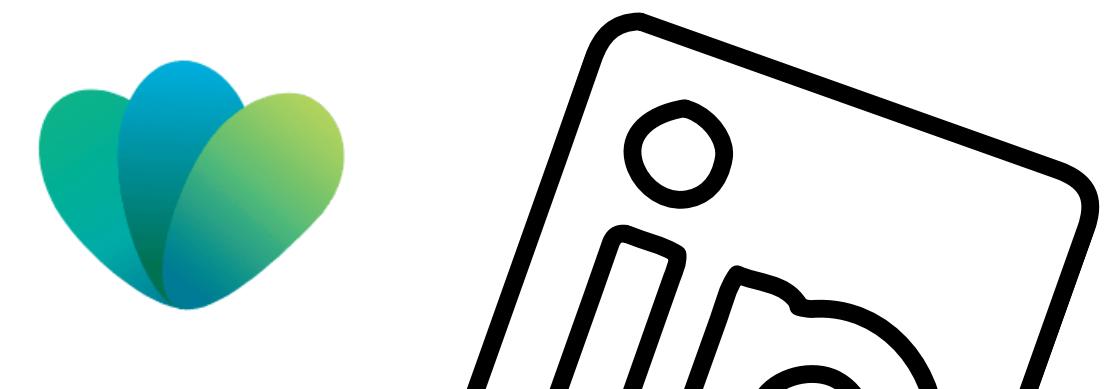




SO BAUST DU INSTAGRAM LANGFRISTIG AUF

POSITIONIERUNG FINDEN - WAS MÖCHTE ICH POSTEN?

- Einblicke in die Praxis,
- Einblicke Team, "Praxis-Leben", Veranstaltungen etc.
- spezielle Behandlungsmethoden auf die du spezialisiert bist.
- Spezielle Themen, die bei deiner Zielgruppe einen großen Problem sind (Kopfschmerzen etc.)



SO BAUST DU INSTAGRAM LANGFRISTIG AUF

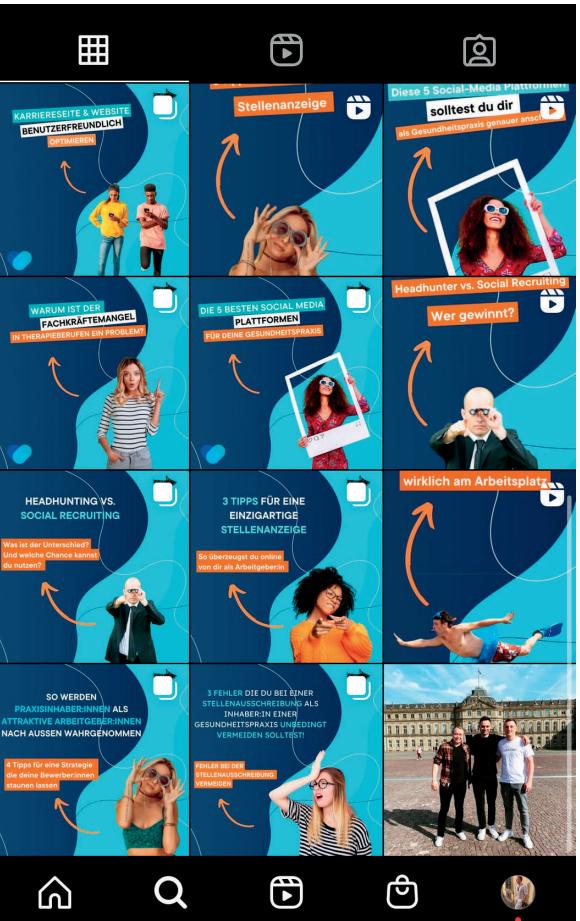
PROFIL ANSPRECHEND GESTALTEN



- Profilbild wählen (Logo oder besser Team)
- Wie heißt deine Praxis?
- Was für eine Praxis hast du? z.B. Physiotherapie in Stuttgart (unter das Bild den Namen setzen)
- Kategorie auswählen z.B. Gesundheit/Dienstleistung
- Wo ist deine Praxis? z.B. Stuttgart
- Website verlinken
- Icons verwenden für mehr Aufmerksamkeit

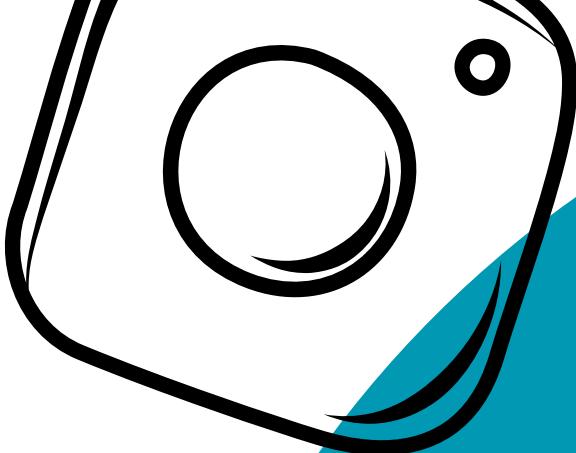
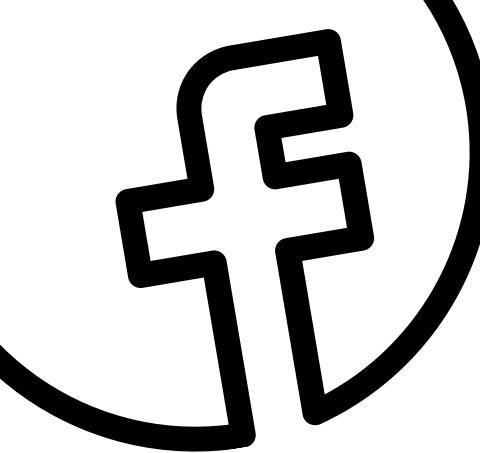
SO BAUST DU INSTAGRAM LANGFRISTIG AUF

CONTENT POSTEN



- Kontinuität aufbauen (2-3 pro Woche einen Beitrag posten)
- Das gleiche Design nutzen z.B. in deinen Unternehmensfarben
- Slideshows oder besser Reels posten
- **Aktueller Trend:** Kurzvideos 30-60 Sekunden
- Beharrlich bleiben - Nicht die Followerzahl oder die Likezahl ist wichtig, sondern wie deine Follower mit dir interagieren - **QUALITÄT**

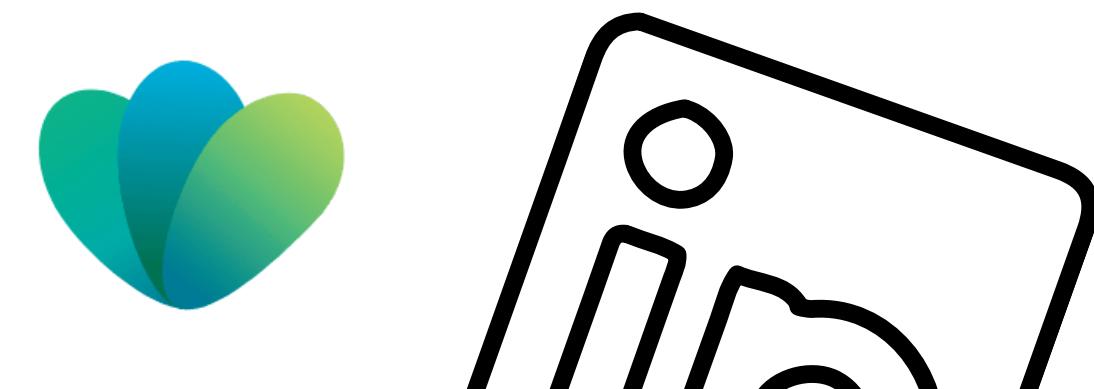
Tipp: Canva ist eine gute und günstige Lösung, um einfach Reels und Beiträge zu erstellen.

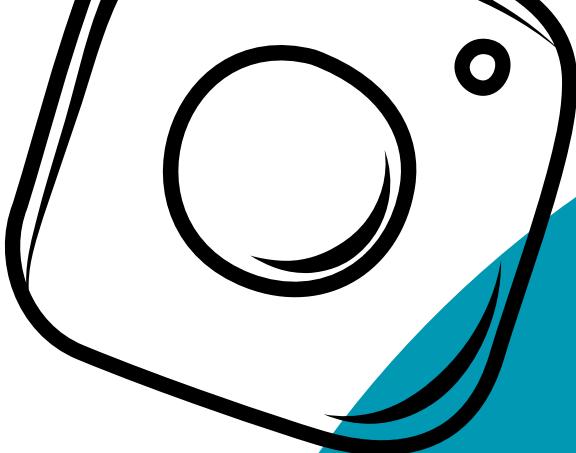


SO BAUST DU INSTAGRAM LANGFRISTIG AUF

ZEIT LASSEN - DARAUF KOMMT ES AN

- Um eine Community aufzubauen braucht es Zeit, wenn du 2-3 pro Woche postest, brauchst du im Schnitt 1-2 Jahre um eine starke Community aufzubauen
- Für potentielle Bewerber:innen ist es wichtig, dass du ca. 10 Beiträge schon gepostet hast, denn wenn sie nach dir suchen, dann finden sie in der Regel, deine Website, Facebook und Instagram.
- Das gleiche gilt auch für potentielle Patient:innen





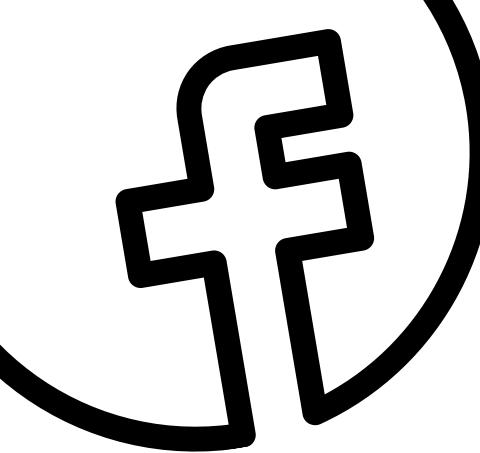
SO BAUST DU INSTAGRAM LANGFRISTIG AUF

#HASHTAG STRATEGIE

- Ist nicht mehr zeitgemäß, maximal 4-7 Hashtags nutzen, die zu deinem Beitrag passen. Die Hashtags in den Fließtext einbauen.

Zum Beispiel:

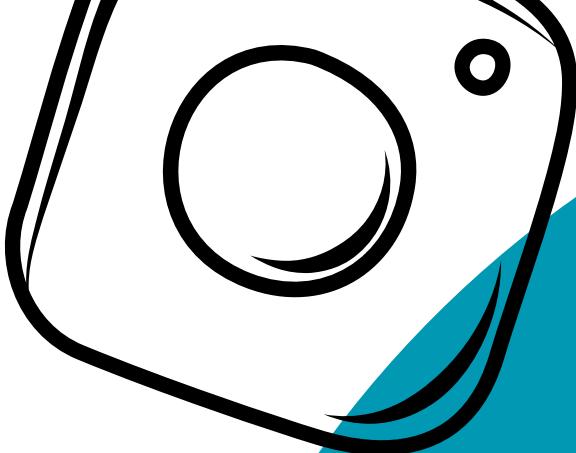
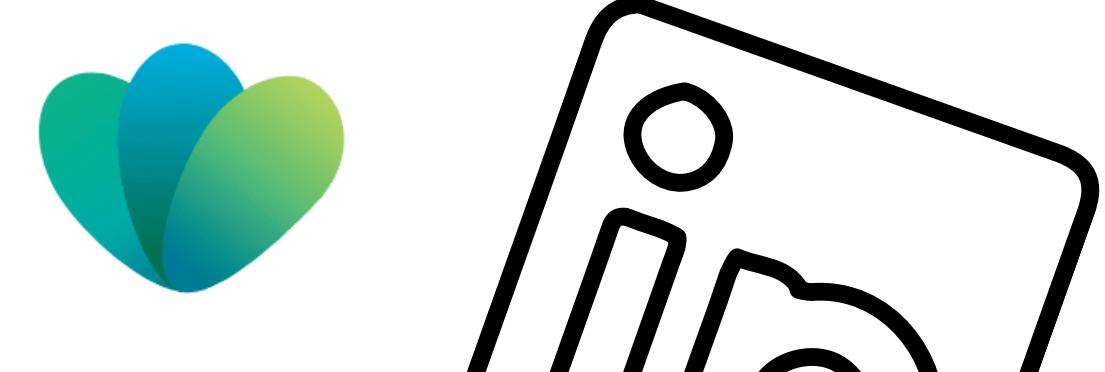
Das Thema #kopfschmerz ist für viele Menschen ein grauenvolles Erlebnis. Aber was kannst du für #behandlungsmethoden an dir umsetzen, um mit Kopfschmerzen besser umgehen zu können? Ich zeige dir in diesem kurzen Video 3 #übungen, damit deine Kopfschmerzen besser werden.

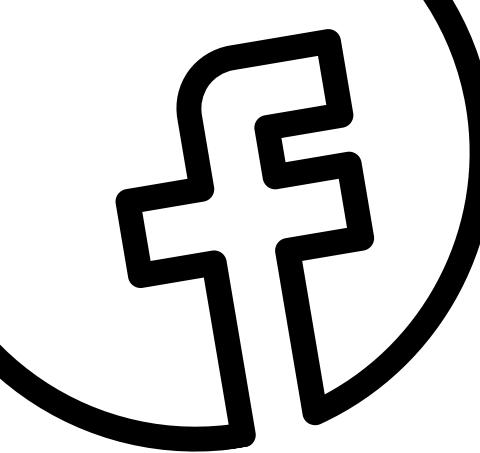


SO BAUST DU FACEBOOK LANGFRISTIG AUF

POSITIONIERUNG FINDEN - WAS MÖCHTE ICH POSTEN?

- Einblicke in die Praxis,
- Einblicke ins Team, "Praxis-Leben", Veranstaltungen etc.
- spezielle Behandlungsmethoden auf die du spezialisiert bist.
- Spezielle Themen, die bei deiner Zielgruppe einen großen Problem sind (Kopfschmerzen etc.)
- **Hier steht eher der Text statt dem Bild im Fokus!**

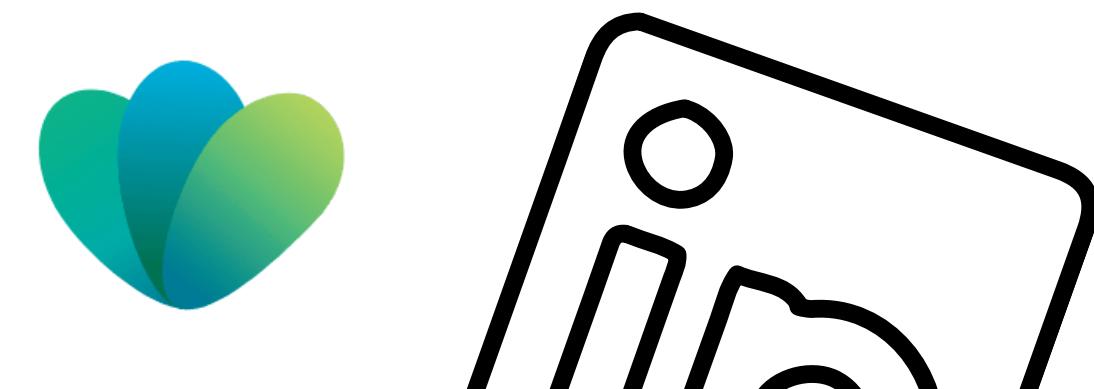


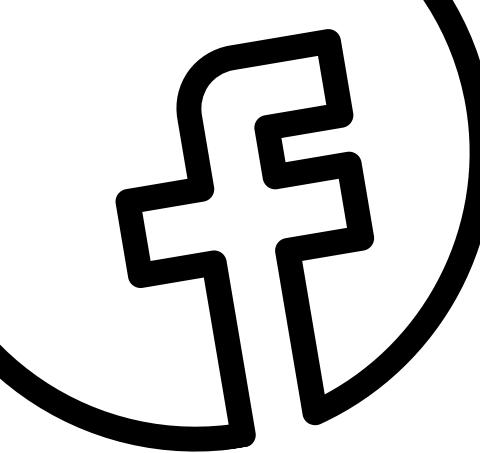


SO BAUST DU FACEBOOK LANGFRISTIG AUF PROFIL ANSPRECHEND GESTALTEN



- Wie heißt deine Praxis?
- Was für eine Praxis hast du? z.B. Physiotherapie
- Kategorie auswählen z.B. Gesundheit/Dienstleistung
- Wo ist deine Praxis? z.B. Stuttgart
- Website verlinken





SO BAUST DU FACEBOOK LANGFRISTIG AUF

CONTENT POSTEN

digitales.gesundheitsmarketing

5 Tg. ·

Marco Heimerdinger ist in Stuttgart.
5 Tg. ·

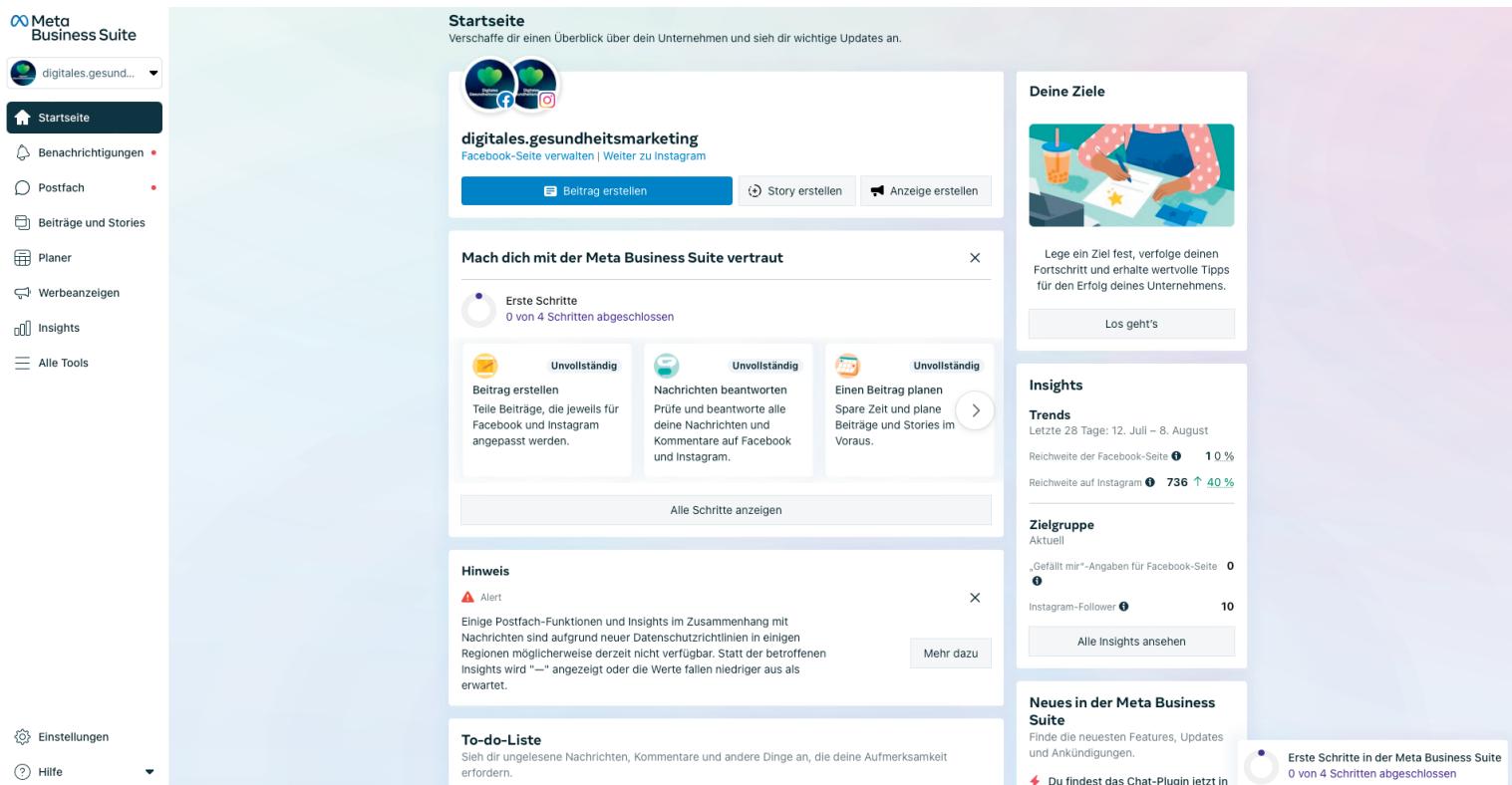
Warum ist der Fachkräftemangel in Therapieberufen ein Problem?
... Mehr anzeigen



Gefällt mir Kommentieren Teilen

- Kontinuität aufbauen (2x pro Woche einen Beitrag posten)
- Das gleiche Design nutzen z.B. in deinen Unternehmensfarben
- Texte & Bilder posten, aber eher Einblicke in die Praxis, in das Team
- In themenbezogene Facebook-Gruppe den Beitrag teilen

DIE MACHT VON META FACEBOOK & INSTAGRAM NUTZEN



Meta Business Suite

digitales.gesund...

Startseite

digitales.gesundheitsmarketing

Beitrag erstellen Story erstellen Anzeige erstellen

Mach dich mit der Meta Business Suite vertraut

Erste Schritte 0 von 4 Schritten abgeschlossen

Beitrag erstellen: Teile Beiträge, die jeweils für Facebook und Instagram angepasst werden.

Nachrichten beantworten: Prüfe und beantworte alle deine Nachrichten und Kommentare auf Facebook und Instagram.

Einen Beitrag planen: Spare Zeit und plane Beiträge und Stories im Voraus.

Hinweis

Alert: Einige Postfach-Funktionen und Insights im Zusammenhang mit Nachrichten sind aufgrund neuer Datenschutzrichtlinien in einigen Regionen möglicherweise derzeit nicht verfügbar. Statt der betroffenen Insights wird “-“ angezeigt oder die Werte fallen niedriger aus als erwartet.

To-do-Liste

Sieh dir ungelesene Nachrichten, Kommentare und andere Dinge an, die deine Aufmerksamkeit erfordern.

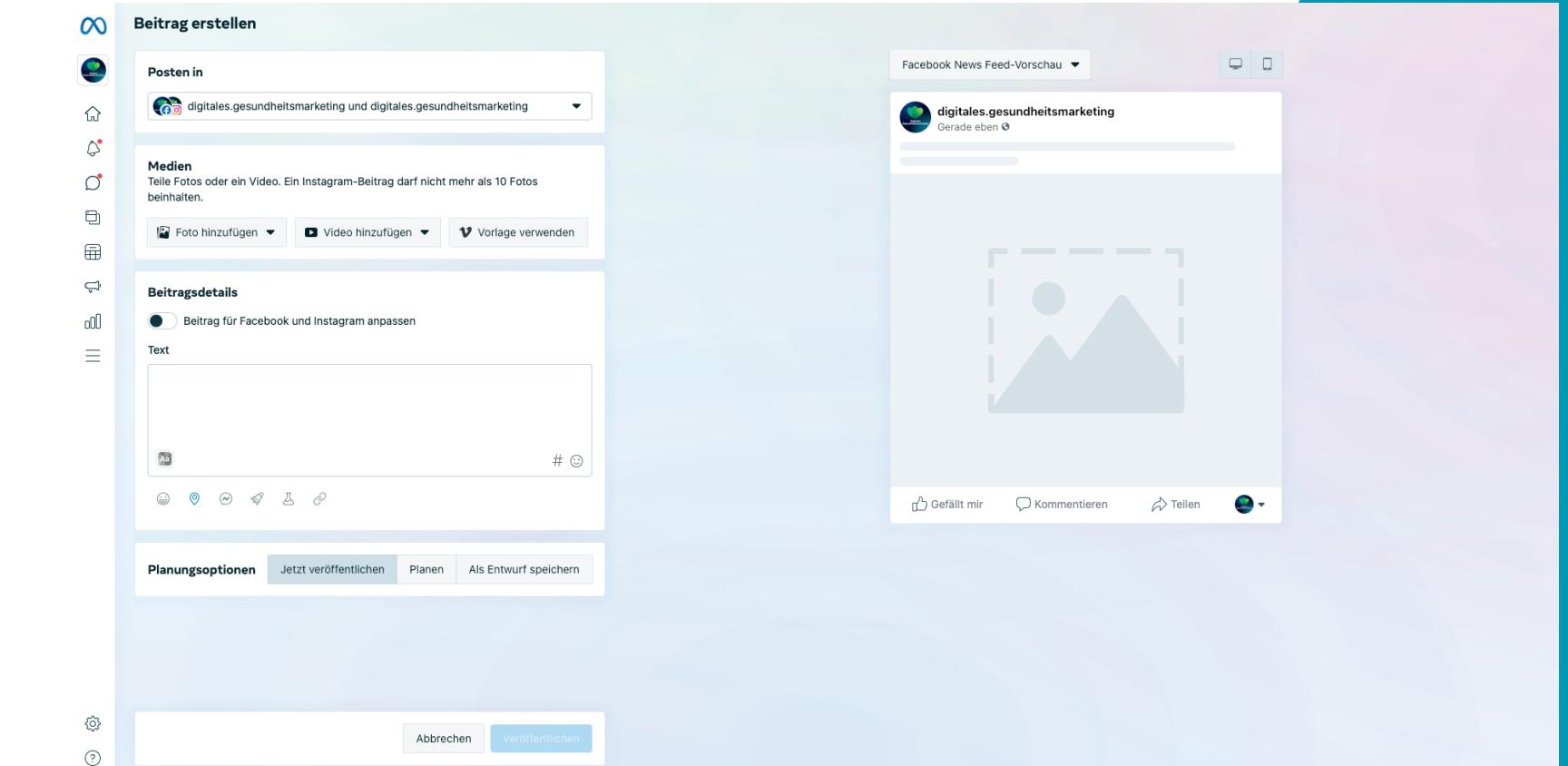
Erste Schritte in der Meta Business Suite 0 von 4 Schritten abgeschlossen

digitales.gesundheitsmarketing

Facebook-Seite verwalten Weiter zu Instagram

Beitrag erstellen Story erstellen Anzeige erstellen

Alle Tools



Beitrag erstellen

Posten in: digitales.gesundheitsmarketing und digitales.gesundheitsmarketing

Medien: Teile Fotos oder ein Video. Ein Instagram-Beitrag darf nicht mehr als 10 Fotos beinhalten.

Foto hinzufügen Video hinzufügen Vorlage verwenden

Beitragsdetails: Beitrag für Facebook und Instagram anpassen

Text: #

Insights: Trends, Reichweite der Facebook-Seite 10%, Reichweite auf Instagram 736 + 40%

Zielgruppe: Aktuell, Instagram-Follower 10

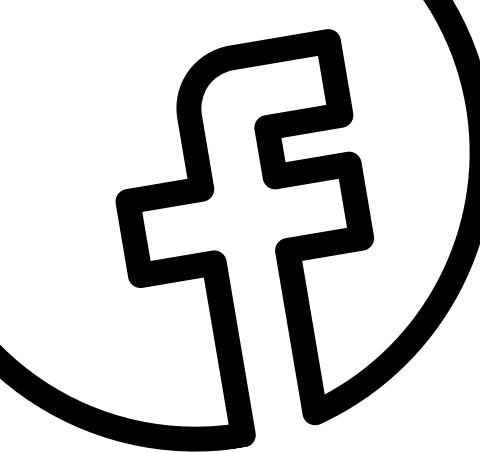
Neues in der Meta Business Suite

Planungsoptionen: Jetzt veröffentlichen, Planen, Als Entwurf speichern

Facebook News Feed-Vorschau

Gefällt mir Kommentieren Teilen

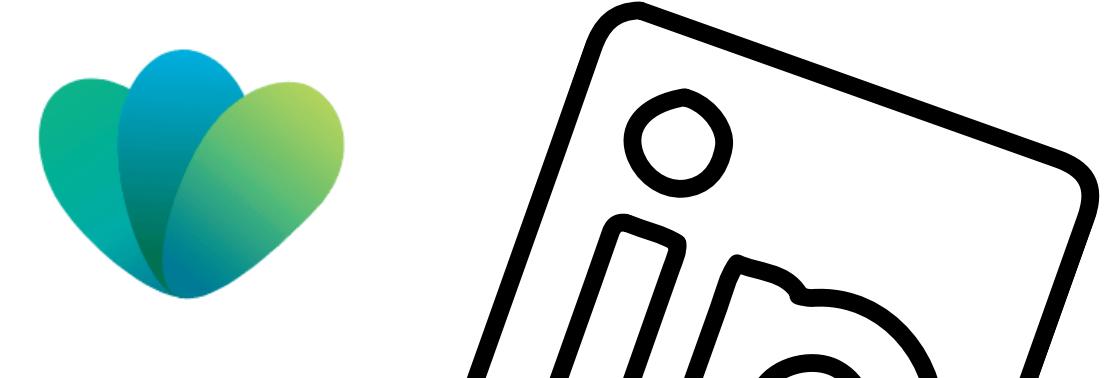
- Beiträge können direkt für Instagram & Facebook geplant werden, wenn beide Accounts miteinander verbunden sind



SO BAUST DU LINKEDIN LANGFRISTIG AUF

POSITIONIERUNG FINDEN - WAS MÖCHTE ICH POSTEN?

- Einblicke in die Praxis,
- Einblicke ins Team, "Praxis-Leben",
- spezielle Behandlungsmethoden auf die du spezialisiert bist.
- Spezielle Themen, die bei deiner Zielgruppe einen großen Problem sind (Kopfschmerzen etc.)



SO BAUST DU LINKEDIN LANGFRISTIG AUF

PROFIL ANSPRECHEND GESTALTEN



Marco Heimerdinger

Fachwirt im Gesundheitswesen | Ich helfe Inhaber:innen einer Ergopraxis in 30 Tagen offene Stellen zu besetzen, trotz Fachkräftemangel. Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland

<https://digitales-gesundheitsmarketing.de>

208 Follower:innen · 200 Kontakte

Offen für

Abschnitt hinzufügen

...

- Mit eigenem Namen statt Praxisnamen
- **In die Beschreibung unter dem Namen**
- Wie heißt deine Praxis?
- Was bietest du an? Kurz und Knapp
- Was für eine Praxis hast du? z.B. Physiotherapie
- Wo ist deine Praxis? z.B. Stuttgart
- Website verlinken

SO BAUST DU LINKEDIN LANGFRISTIG AUF PROFIL ANSPRECHEND GESTALTEN

Info

✓ Kompetente Therapeut:innen - zufriedene Patient:innen

Das Ziel: Kompetente Therapeut:innen für Ihre Ergopraxis einzustellen, um die lange Warteliste an Patient:innen zu bewältigen.

Ich verhelfe Inhaber:innen einer Ergopraxis ihre offenen Stellen in 30 Tagen zu besetzen, trotz akutem Fachkräftemangel.

Viele Praxisinhaber:innen finden sich gerade in folgender Situation wieder:

Um die hohe Anfrage von Kassenpatient:innen zu bewältigen, benötigen Sie qualifizierte Therapeut:innen. Jedoch findet sich auf Ihre Stellenanzeige keine kompetente Therapeut:in, was dazu führt, dass Sie und Ihr Team überlastet sind und Sie Patient:innen ablehnen müssen.

Sie haben möglicherweise schon einige Methoden der Mitarbeitergewinnung ausprobiert, dabei nur Zeit und Geld verschwendet und trotzdem noch offene Stellen in Ihrer Praxis?

Dann habe ich vielleicht eine Lösung für Sie.

Ich bin nur erfolgreich, wenn Sie es auch sind. Deshalb erreichen Sie mit mir garantiert Ihre Ziele. Wenn nicht, investieren Sie auch nichts. So einfach ist das.

Kein Headhunting. Keine Zeitarbeit. Mit unserer eigenen Methode besetzen wir gemeinsam die offenen Stellen in Ihrer Praxis mit qualifizierten Therapeut:innen aus Ihrer Region.

Mehr erfahren Sie auf <https://digitales-gesundheitsmarketing.de/>

Ausbildung

 **SRH Fernhochschule - The Mobile University**

Bachelor of Science - BS, Web- und Medieninformatik
Okt. 2021–Okt. 2024

 **sgd - Deutschlands führende Fernschule**

Fachwirt im Gesundheits- und Sozialwesen (IHK)
Okt. 2016–Mai 2018

Bescheinigungen und Zertifikate

 **Web-Entwickler Masterclass**

TutorialsEU
Ausgestellt: Apr. 2022 · Kein Ablaufdatum
Zertifikats-ID: UC-7dd9a793-5c3d-4f90-ad69-25f3d049ba59

[Nachweis anzeigen](#)

 **User Experience & User Interface Design**

Digitale Profis - Meixner & Ruof
Ausgestellt: März 2022 · Kein Ablaufdatum
Zertifikats-ID: UC-05630265-520a-4bac-bcbb-0be129ecf3ea

[Nachweis anzeigen](#)

 **SEO Masterclass**

Digitale Profis - Meixner & Ruof
Ausgestellt: Feb. 2022 · Kein Ablaufdatum
Zertifikats-ID: UC-08b4949f-f037-4672-bbc1-3a17f1da2433

[Nachweis anzeigen](#)

Berufserfahrung

 **Gesellschaftsführer**

Digitales Gesundheitsmarketing · Selbstständig
Jan. 2020–Heute · 2 Jahre 8 Monate
Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland

 **MNM Rocketmedia**

Selbstständig · 1 Jahr 7 Monate

• **Web-Entwickler**
Feb. 2021–Heute · 1 Jahr 7 Monate
Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland

• **SEO-Berater**

Feb. 2021–Heute · 1 Jahr 7 Monate
Region Stuttgart

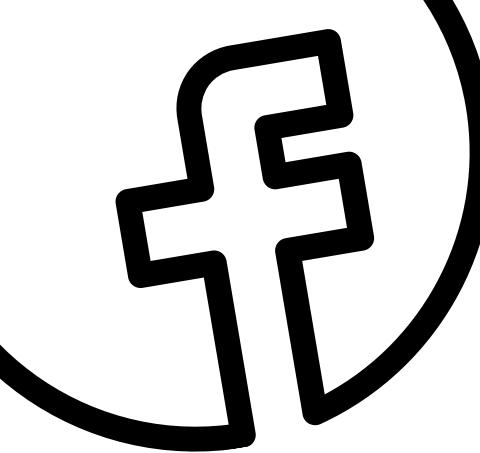
• **User Experience Designer**

Feb. 2021–Heute · 1 Jahr 7 Monate
Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland

[Alle Berufserfahrungen 4 anzeigen](#) →

 **Webdesigner**

Selbstständig
Jan. 2013–Heute · 9 Jahre 8 Monate



SO BAUST DU LINKEDIN LANGFRISTIG AUF

Aktivitäten
208 Follower:innen

Beitrag beginnen

Marco Heimerdinger hat dies veröffentlicht • 17 Std.

In diesem Artikel möchten wir dir erklären, warum eine optimierte Karriereseite und Website so wichtig für dei...



Karriereseite und Website benutzerfreun...
digimarketingmagazin.de • Lesedauer: 4 Min.

Marco Heimerdinger hat dies veröffentlicht • 5 Tage

Was müsste sich deiner Meinung nach an der derzeitigen Situation ändern? Schreibe mir gerne deine...



Warum ist der Fachkräftemangel in Thera...
Marco Heimerdinger auf LinkedIn • Lesedauer:...

2

Marco Heimerdinger hat dies veröffentlicht • 1 Woche

Welche Plattformen nutzt du für deine Praxis?
#ergotherapie #therapeuten #socialmediamarketing...



Die 5 besten Social Media-Plattformen fü...
Marco Heimerdinger auf LinkedIn • Lesedauer:...

1

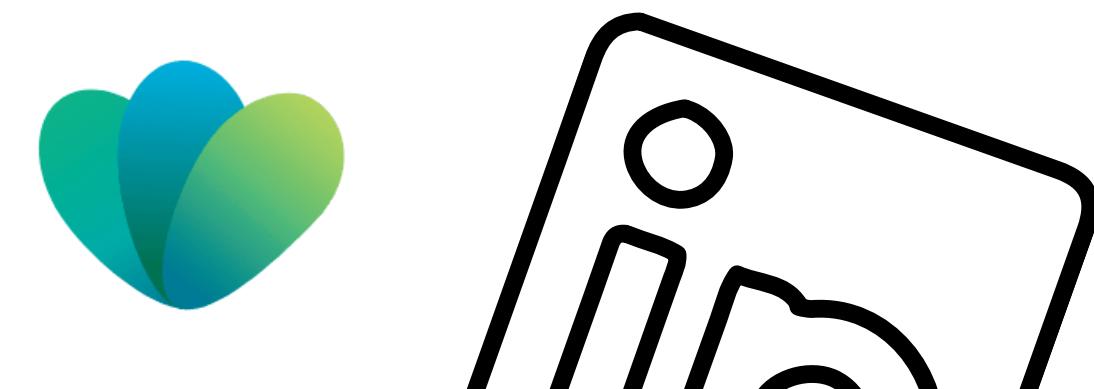
Marco Heimerdinger hat dies veröffentlicht • 2 Wochen

Was ist der Unterschied zwischen Social Recruiting und



CONTENT POSTEN

- Kontinuität aufbauen (2x pro Woche einen Beitrag posten)
- Das gleiche Design nutzen z.B. in deinen Unternehmensfarben
- Text mit Bild posten oder Artikel verfassen
- Sach- und Fachthemen posten, die zu deiner Intension und Zielgruppe passen



VIELEN DANK
FÜR DEINE AUFMERKSAMKEIT
#VIEL ERFOLG BEI DER UMSETZUNG

