



Edition: 1. Auflage 2015  
pages: 64  
Cover: Softcover  
ISBN: 978-3-86867-230-5  
Stock No.: 15440  
Published: October 2014

Standard price 16,95 €  
Price for students 5,00 €

RRP: Information for distributors. This title is no longer price related.

**When ordering at the student price, please upload the student certificate accordingly during registration or in the My Q area. If the certificate is missing, the book will be charged and delivered at the regular price.**

Subject to changes!

#### Quintessenz Verlags-GmbH

 Ifenpfad 2-4  
12107 Berlin  
Germany

 +49 (0) 30 / 76180-5

 +49 (0) 30 / 76180-680

 [info@quintessenz.de](mailto:info@quintessenz.de)

 <http://nginx/deu/de>

## Book information

**Authors:** Jens Pätzold / Christian Henrici  
**Title:** Zahnarzt | Manager | Unternehmer Spezial  
**Subtitle:** Wie Sie Facebook & Co rechtssicher und erfolgreich für Ihre Praxis einsetzen  
**Series:** Zahnarzt | Manager | Unternehmer

#### Short text:

Twittern, bloggen, posten – so lauten die neudeutschen Begriffe, die eigentlich nur verschiedene Arten des "Schreibens" bezeichnen. Dennoch gewinnen sie mehr und mehr an Bedeutung im Rahmen sozialer Netzwerke. Die Branchengrößen wie Facebook oder Twitter werden längst nicht mehr nur von Privatpersonen genutzt, sondern haben sich zu wichtigen Plattformen für die Außendarstellung von Unternehmen entwickelt.

Die Vorteile der neuen Medien liegen auf der Hand: Sie sind kostengünstig, einfach zu bedienen, streuen veröffentlichte Inhalte weit und sind in der Lage, jede Nachricht blitzschnell zu verbreiten. Aufgrund dieser Aspekte, können sie auch für eine professionelle Praxisführung relevant sein.

Doch viele Zahnarztpraxen haben noch immer Vorbehalte gegen die Nutzung von Facebook als Marketing- und Kommunikationsinstrument. Worauf es beim geschäftlichen Umgang mit Facebook ankommt, was Sie tun oder besser lassen sollten, verraten Ihnen die beiden Autoren Jens Pätzold und Christian Henrici in diesem Spezialband der Fachbuch-Reihe "Zahnarzt | Manager | Unternehmer".

#### Inhalt

Kapitel 1. Wenn die Zahnfee nicht helfen kann – Social Media Marketing als Chance  
Kapitel 2. Punktlandung statt Gießkanne - Mit der eigenen Facebookseite neue Potenziale erschließen  
Kapitel 3. Clevere Planung anstatt blinder Aktionismus – Überlegungen im Vorfeld und rechtliche Regelungen  
Kapitel 4. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – Fotos als Gestaltungsmittel für die Fanpage  
Kapitel 5. Visitenkarte und Kommunikationsplattform – Infoseite und Chronik als Grundelemente der Fanpage  
Kapitel 6. Eine Frage der richtigen Mischung – Sinnvolle Inhalte zur Veröffentlichung und Kontinuität  
Kapitel 7. Die Geister, die ich rief – Der richtige Umgang mit der Kommentarfunktion

**Categories:** Practice Management, Student literature