

Teil 4: Behalten Sie den Überblick

Patientenbewertungen im Internet

| Paula Hesse, M.A., Jens I. Wagner

Vor etwa einem Jahrzehnt sind wir in das Zeitalter des Internets eingetreten. Im Internet werden Informationen in unüberschaubarer Menge übermittelt, Geschäfte abgewickelt und mittlerweile auch Kontakte geknüpft. Im vorangegangenen Zeitalter geschah dies alles durch direkte Kommunikation zwischen den Menschen. Suchte man einen Zahnarzt, fragte man im Bekanntheitskreis. Oder man schaute zum Beispiel in die örtlichen „Gelben Seiten“.

Heute bedient der Arzt-suchende sich des Internets,¹ um die nötigen Informationen zu bekommen. Eine große Zahl an Suchmaschinen hilft dabei, und hat ein Arzt-suchender spezielle Fragen, kann er auf entsprechend spezialisierte Portale zugreifen. Diese Portale sind nicht nur elektronisch aufbereitete Arztverzeichnisse, sondern vielmehr interaktiv: Patienten können hier Bewertungen zu ihren Ärzten abgeben und somit Empfehlungen aussprechen.

Gerade für die Arzt-suche gibt es sehr viele Portale: *Imedo.de*, *docinsider.de*, *jameda.de* sind drei wichtige von vielen. Es handelt sich hierbei um sogenannte Primärportale. Hier werden Kontaktdaten, weitere Informationen und Patientenbewertungen zu den einzelnen Zahnärzten angezeigt. So kann ich schnell und gezielt einen Zahnarzt finden, der a) in meinem näheren geografischen Umkreis praktiziert, b) auf meine gesundheitlichen Probleme spezialisiert ist und c) von anderen Patienten empfohlen wurde. Darüber hinaus gibt es aber noch sogenannte Partnerportale, die ihre Informationen von den Primärportalen übernehmen. Schließlich sind da noch die branchenübergreifenden Portale, in denen Dienstleister aller Art gesucht und gefunden werden können.



Zahnarztbewertungen finden sich auf einer Vielzahl an Internetportalen (Grafik: DentiCheck).

Wie werden Sie bewertet?

Diese Unmenge an Portalen kann sich auch als Falle herausstellen: Denn trotz des teilweise wechselseitigen Informationsaustausches ist der Datenaustausch nicht vollkommen. Ein Zahnarzt ist nicht automatisch auf allen Portalen vertreten. In einem Portal verzeichnet er einige Bewertungen, in einem anderen vielleicht nicht; womöglich sogar ausschließlich eine negative. Diese Tatsache ist nicht nur eine Herausforderung für den Verbraucher, sondern auch für den Zahnarzt.

Google nutzt neue Bewertungsskala

Die größte und meistgenutzte Suchmaschine ist zurzeit Google Deutschland.² Inzwischen entwickelt sich Google immer weiter weg von der reinen Suchmaschine hin zu einem Portal mit eigenen Inhalten wie zum Beispiel den Google-Places-Einträgen. Google fungiert hier als Aggregator: In den Google-Places-Einträgen, die den Praxiseinträgen in anderen, speziellen Portalen ähneln, können Nutzer Bewertungen abgeben. Gleichzeitig werden die Bewertungen von großen Be-

wertungsportalen angezeigt. Im neuen Google-Plus-System wird aus dem Durchschnitt der Bewertungen zu einem Dienstleister eine neue Punkteskala generiert. Der Schnitt der Bewertungen wird mit dem Faktor zehn multipliziert. Das Ergebnis wird mit der breiter ausgelegten Zagat-Skala verglichen und entsprechend eingeordnet.

Arztuche-Portale bieten Vorteile

Trotz der Übermacht von Google besitzen die spezialisierten Suchportale eine hohe Relevanz. Ihre Möglichkeiten sind weiter ausgefeilt als die von branchenübergreifenden Portalen. So kann hier präziser nach bestimmten Fachgebieten oder Leistungen gesucht werden, und der Nutzer kann sich auf den Portalen zu gesundheitsrelevanten Themen informieren.

Auf dem Arztuche-Portal imedo.de beispielsweise können als Suchparameter Fachgebiet, Art der Beschwerden oder Krankheit, Ort, Adresse, Postleitzahl und selbstverständlich wahlweise auch der Name eines schon bekannten Arztes eingegeben werden. Die Ergebnisse können anschließend außer nach „Beste Übereinstimmung“ noch nach „Empfehlungen (Anzahl)“, „Empfehlungen (Durchschnitt)“, „Name A-Z“, „Name Z-A“ und „Distanz“ sortiert werden. In den einzelnen Einträgen selbst sind Fachgebiete, Kontaktdaten und Empfehlungen aufgeführt. So kann der Zahnarzt suchende schnell und direkt zu dem am besten passenden Zahnarzt gelangen.

Gute kostenfreie Präsentationsmöglichkeiten

Keines dieser Portale erhebt Anspruch auf Vollständigkeit. Sicherlich sind alle darum bemüht, und auch darum, aktuell zu sein und Änderungen wie Praxisübernahmen oder neue Sprechzeiten zeitnah zu erfassen. Doch ein Zahnarzt (und selbstverständlich jeder andere Dienstleister) tut gut daran, sich selbst um seine Portaleinträge zu kümmern und vor allem auf den wichtigsten Portalen korrekt vertreten zu sein, um von potenziellen Patienten gefunden zu werden. Möchte er die Portaleinträge zu seiner Praxis marktstrategisch nutzen, so sollte er sich um die

Aufbesserung der Einträge (zum Beispiel durch das – zumeist sogar kostenfrei mögliche – Einstellen von Bildern zur Praxis) und um die Generierung von Patientenbewertungen kümmern. Schwierig bleibt dabei erstens, dies zu organisieren und zweitens, die wichtigsten Portale zu kennen und im Blick zu behalten.

Patientenbewertungen aktiv steigern

Die Vielfalt der Bewertungsportale macht es für eine Praxis schwierig, intern ein effizientes Online-Marketing umzusetzen. Es lohnt sich daher, diese Aufgabe an einen externen Dienstleister zu übergeben. Die Firma DentiCheck ist Experte für deutsche Bewertungsportale und hat ihre Dienstleistung exklusiv für Zahnärzte entwickelt. DentiCheck bietet eine Möglichkeit, die kostenfreien Präsentationsmöglichkeiten auf bis zu 50 Portalen effektiv auszuschöpfen, und das ohne Aufwand für Ihr Praxisteam. Darüber hinaus bietet DentiCheck einen Prozess, der es erlaubt innerhalb der Praxis ohne großen Mehraufwand Bewertungen der bestehenden Patienten zu akquirieren. Diese werden dann von DentiCheck in

die für die Zahnarztpraxis relevanten Portale eingepflegt. Welche Portale das im Einzelnen sind, wird in Absprache mit der Praxis nach marketingstrategischen Gesichtspunkten festgelegt. Mit DentiCheck wird ein Zahnarzt innerhalb kürzester Zeit zu einem der meistbewerteten Zahnärzte seiner Region im Internet.

Literatur

- 1 Laut einer Forsa-Umfrage von 2012 suchen 37 Prozent der Deutschen im Internet nach einem Arzt. (Quelle: http://www.jameda.de/presse/pressemitteilungen/meldung53/pm_jameda-whitepaper.pdf)
- 2 34 Prozent der Deutschen informieren sich bei der Arztuche zuerst bei Google. (Quelle: Whitepaper zum Thema Online-Praxismarketing von jameda.de, Mai 2012)

kontakt.

DentiCheck.

Aktives Bewertungsmanagement.
Gutes Online-Image.
Siemensstr. 12b
63263 Neu-Isenburg
Tel.: 06102 37063117
E-Mail: beratung@denticheck.de
www.denticheck.de

ANZEIGE

