Teil 8: Patientenbewertungen im Internet

Praxismarketing 2013 intelligent planen

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

Am Anfang des Jahres steht die Frage: Für welche Maßnahmen setze ich das Budget ein, das ich dem Marketing für meine Praxis zuteile? Wer geschickt plant, kann 2013 eine nachhaltige Verbesserung seiner Marktstellung schaffen. Dies ist vor allem für Zahnärzte wichtig, die dauerhaft mit im Rennen um einen solventen Patientenstamm bleiben möchten.

Seit 2012 stellte sich vor allem die zunehmende Relevanz von Internetempfehlungen für den Bereich Onlinemarketing heraus. Gleich nach Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis rangieren diese an zweiter Stelle der Kriterien, sich für einen bestimmten neuen Zahnarzt zu entscheiden. Und hauptsächlich Menschen mit hohem Bildungsgrad informieren sich im Internet, bevor sie einen neuen Zahnarzt aufsuchen.

Internetbewertungen sind der neue Stern im Online-Marketing

Das Web 2.0 hat längst in die meisten deutschen Haushalte Einzug gehalten, und Unternehmen aller Branchen werden von Usern im Internet bewertet. Diese Empfehlungen sind relevant für die Wahl eines Anbieters; sei es eine Autowerkstatt oder eine Zahnarztpraxis. Negative Bewertungen auf den bekannten Internetportalen sind für den Ruf genauso schädlich, wie positive Empfehlungen wichtig sind, um neue Patienten in die Praxis zu leiten:

- **89 Prozent** aller befragten Internetnutzer geben an, dass sie im Internet die Empfehlungen von Freunden und Familie verifizieren und das Internet als vertrauenswürdige Informationsquelle empfinden.[1]
- **87 Prozent** aller befragten Internetnutzer geben an, dass positive Informationen, die sie im Internet finden, ihre Entscheidung für eine empfohlene Dienstleistung bestärken.[2]
- **80 Prozent** aller befragten Internetnutzer geben an, dass negative Informationen, die sie im Internet fanden, bereits einmal ihre Entscheidung für eine empfohlene Dienstleistung revidieren ließen.[3]

ANZEIGE

Google im Web 2.0

Auch das Unternehmen Google, das die wohl bekannteste Suchmaschine unterhält, ist im Frühjahr 2012 in die Welt der Social Media eingetreten. „Google+" heißt die digitale Spielwiese, auf der Google-Nutzer sich treffen und austauschen. Auf Google+ werden Dienstleister nicht nur vorgestellt, sondern auch bewertet. Leider ist der Internetgigant auch auf diesem Gebiet wenig transparent: Im Netz kursieren rege Diskussionen darüber, nach welchen Kriterien die Google-Redaktion bzw. der Google-Software-Algorithmus Bewertungen aussortiert oder veröffentlicht. Einig sind sich alle Betroffenen – sowohl Dienstleister als auch User – in der Auffassung, dass ungewöhnlich viele Bewertungen aus nicht nachvollziehbaren Gründen nie die Oberfläche der Local-Einträge erreichen. Das ist ärgerlich nicht nur für die Dienstleister, sondern auch für die User, die sich an ihrer Meinungsäußerung gehindert sehen. Es bleibt zu hoffen, dass Google diese Ungelenkigkeit in naher Zukunft ablegt und nutzerfreundlich im Web 2.0 agiert.

Von den Großen lernen: Hotelbranche und Onlineshops als Vorreiter

Um es noch einmal zu betonen: Bewertungen sind kein nettes Accessoire, sondern mit der wichtigste Faktor für die

Bessere Ergebnisse mit oder ohne Faden

Bessere Fadentechnik mit GingiTrac™ oder Access® Edge

Wählen Sie die für Ihren Behandlungsprozess geeignete Retraktionspaste.

GingiTrac ist ein Material auf Silikonbasis in Automix-Einweg-Karpulen. Sanft und schonend für das Zahnfleisch – GingiTrac lässt sich als Ganzes aus dem retrahierten Sulkus entfernen und ist ideal für die Anwendung mit oder ohne Faden. Kontrolliert Blutung und Sekretfluss durch die adstringierende Wirkung von Aluminiumsulfat.

Access Edge ist eine pastöse Retraktionspaste, die die natürlichen trocknenden und blutstillenden Eigenschaften von Kaolin-Tonerde mit der adstringierenden Wirkung von Aluminiumchlorid kombiniert. Einweg-Karpulen für maximale Keimfreiheit – einmal verwenden und dann wegwerfen. Ideal zum Einsatz mit oder ohne Fadenlegen.

KOSTENLOSER Centrix Snap-Fit™-Karpuenhalter*
bei Bestellung von Access Edge oder GingiTrac.
Bestellen Sie telefonisch unter **0800 236 8749**
Stichwort: **ZWP-Retraktionsaktion**
Weitere Informationen unter www.centrixdental.de

Optimierte Fadenlegungstechnik:
(Schneller, weniger Aufwand)

1. Einen einzelnen Retraktionsfaden in den Sulkus einlegen.
2. Access Edge oder GingiTrac um den Präparationsbereich herum injizieren. (Wirkt wie ein zweiter Faden.)
3. 2 Minuten warten. (Um den Faden in den Sulkus zu pressen, kann ein GingiTrac-Kompressionsaufsatz verwendet werden.)
4. Faden entfernen. Bei Bedarf spülen.

QR-Code für weitere Informationen zu GingiTrac

QR-Code für weitere Informationen zu Access Edge

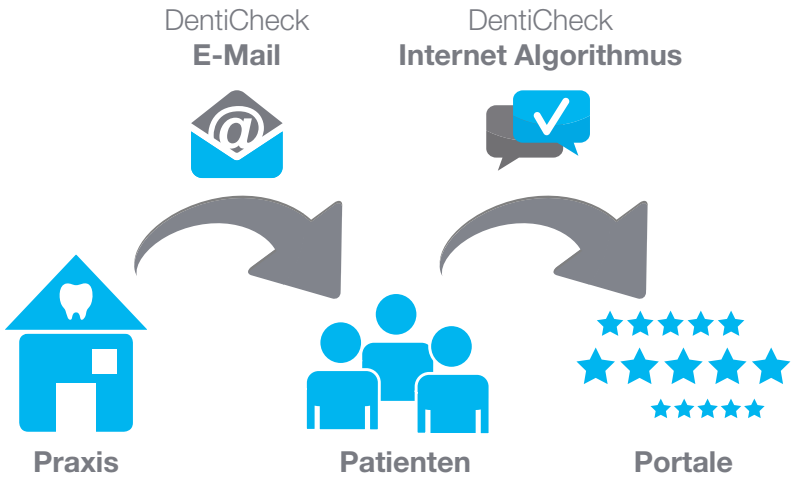
Folgen Sie uns unter@CentrixInc

*Wert: 68,95 Euro. Angebot gültig bis 31. März 2013.

centrix®
Macht Zahnheilkunde einfacher.℠

IDS 2013 Halle 10.2 Stand V064

Online-Reputation. Leider ist es jedoch sehr schwierig, sie in den eigenen Internetprofilen zu sammeln. Der Zahnarzt kommt nicht darum herum, seine Patienten direkt um Bewertungen zu bitten. Eine Aufgabe, die viele Zahnarztpraxen überfordert. Die Hotelbranche hat schon vor Jahren ein erfolgreiches Konzept entwickelt, Weiterempfehlungen von Kunden zu erhalten und zu veröffentlichen: Nach dem Aufenthalt in einem Hotel bekommt der Gast einen Brief oder eine E-Mail und wird darum gebeten, das Etablissement im Internet weiterzuempfehlen. Auch beim Internethandel sind die Aufforderungen zur Internetbewertung nach einem Kauf Usus geworden. Viele positive Bewertungen sind eine Auszeichnung für einen Dienstleister, die dem potenziellen Kunden Vertrauen einflößt.



Bewertungen per E-Mail einfordern. Grafik: DentiCheck.

Erfolgreiches Konzept der Hotellerie für Zahnärzte adaptiert

Nun gibt es diese Möglichkeit auch für Zahnärzte. Mit der Dienstleistung DentiCheck Mail wurde ein sowohl intelligentes als auch einfaches Bewertungssystem entwickelt, das es dem Zahnarzt ermöglicht, seinen Patienten nach der Behandlung via E-Mail um eine Weiterempfehlung zu bitten. Dies geschieht mithilfe einer komplexen Software, die den Patienten gezielt auf strategisch selektierte Portale führt, auf denen er selbst seine Bewertung abgibt: Die Bewertungen werden dadurch nicht nur auf ein einziges Portal, sondern auf den wichtigsten Portalen, auf denen aktuell der jeweils größte „Handlungsbedarf" für den jeweiligen Zahnarzt besteht, platziert. DentiCheck übernimmt hier das seit Jahren erfolgreiche Marketingkonzept der Hotelgalerie und der Onlineshops (siehe Grafik).

Patientenbewertungen auf Facebook

Aus dem Web 2.0 nicht mehr wegzudenken ist die Social-Media-Plattform Facebook. Längst tummeln sich dort nicht nur neugierige Halbwüchsige. Die Relevanz von Facebook ist auch von Marketingstrategen erkannt worden, und entsprechend viele Firmen haben ihre sogenannte Fanpage auf Facebook eingerichtet. Unternehmen verschiedenster Branchen buhlen um die „Likes", also darum, dass Internetnutzer auf den Webseiten der Firma das Symbol mit dem hochgestreckten Daumen anklicken. Facebook ist für Zahnärzte eine weitere Möglichkeit, sich und die Praxisleistungen zu präsentieren. Auch im Rahmen dieser Selbstdarstellung – sprich: der Fanpage – gibt DentiCheck seinen Zahnärzten die Möglichkeit, Patientenbewertungen zu veröffentlichen. Die Bewertungen, die Zahnärzte mithilfe von DentiCheck Direkt sammeln, werden auf Wunsch im Facebook-tauglichen Format bereitgestellt. Sie können in die Fanpage integriert werden, sodass ein Besucher der Praxis-Fanpage schnell ersehen kann, wie die bestehenden Patienten ihren Zahnarzt bewerten.

Bewertungen sammeln mit DentiCheck

Das setzt selbstverständlich voraus, dass der Zahnarzt das Bewertungsmanagement von DentiCheck nutzt. Außer der oben beschriebenen Dienstleistung DentiCheck Mail bietet DentiCheck wie gewohnt den Service DentiCheck Direkt, bei dem Zahnärzte ihre Patienten mittels digitalem oder papierenem Bogen Bewertungen abgeben lassen. Diese Bewertungen werden anschließend von DentiCheck in die Portale eingepflegt, bei denen der bestmöglichste Marketingeffekt prognostiziert wird. Dabei werden Faktoren wie die Reichweite der einzelnen Portale, Anzahl der Bewertungen der Konkurrenz und Qualität und Quantität der Bewertungen des Kunden berücksichtigt. Ohne großen Aufwand für die Praxis lässt sich so die Online-Reputation schnell und nachhaltig verbessern. Eine Marketingmaßnahme, die sich über das Jahr 2013 hinaus bezahlt macht.

Literatur

1 http://www.coneinc.com; Studie „Online Influence Trend Tracker" 2011
2 Ebenda
3 Ebenda

kontakt.

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

MULTIDENT
an ARSEUS DENTAL company

Yvonne Ahlers, Service Center

Für Bücher, Schuhe und Geschenke haben Sie Ihren Lieblings-Onlineshop.

Warum bestellen Sie Ihre Dentalprodukte noch nicht online?

Ihre Vorteile:

- ✔ Kostenfreie Produktmuster
- ✔ Geräte-Schnäppchen-Markt
- ✔ Merklisten & Bestellhistorie
- ✔ Verfügbarkeitsanzeige
- ✔ Schnelle & einfache Produktsuche
- ✔ Produktvideos
- ✔ Sicherheitsdatenblätter

www.multident.de/shop

Höchst persönlich.

15% Sofortrabatt für Ihre 1. Online-bestellung*

Zertifizierter **Online-Shop**

TRUSTED SHOPS GUARANTEE

* Das gilt nur für Bestellungen im Multident E-Shop. Nur gültig beim Kauf von Materialprodukten. Dieser Aktionsvorteil gilt nicht zusätzlich zu den üblichen Kundenkonditionen oder bei Messe- bzw. Sonderangeboten. Angebot freibleibend. Irrtümer sind vorbehalten.

FreeCall 0800 7008890 | FreeFax 0800 6645884 | info@multident.de | www.multident.de