

Teil 9: Patientenbewertungen im Internet

Facebook wird zum Bewertungsportal

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



Facebook wartet im Jahre 2013 wieder mit einigen Weiterentwicklungen auf. Anfangs genutzt, um mit (alten) Freunden wieder in Kontakt zu gelangen und zu bleiben, avancierte die Plattform in den letzten Jahren zum wichtigsten Social-Media-Kanal und damit zum Marketinginstrument. Nicht allein Privatpersonen, auch Vereine und mittlerweile sogar Unternehmen können sich dort präsentieren und Informationen austauschen. Seit Neustem kann dieser Informationsaustausch auch in Form von Empfehlungen und Bewertungen stattfinden.



Abb. 1: Mit DentiCheck lassen sich Bewertungen in Facebook abbilden.

Seit Januar 2013 können auf Facebook Empfehlungen für Orte, also auch für Unternehmen, abgegeben werden. Mitglieder des wohl größten sozialen Netzwerkes können via mobiler Applikation (App) ihre Bewertung posten. Voraussetzung dafür ist selbstverständlich, dass das entsprechende Unternehmen eine Seite auf Facebook eingerichtet hat. Dort muss zudem die Adresse vollständig angegeben sein. Gibt ein Facebook-Mitglied eine Bewertung oder Empfehlung zu einem Ort ab, wird dies als Aktivität auch auf dem Newsfeed seiner „Freunde“ angezeigt.

Zu sehen sind dann außer dem Profilbild des Bewertenden die Sterne, die er vergeben hat, der Freitext, mit dem er den Ort empfiehlt, und sowohl das Cover- als auch das Profilbild des Ortes. Insgesamt ist eine solche Empfehlung also sehr prominent. Zudem verbreitet sich die Bewertung gleichsam passiv, denn sie wird auf einen Schlag in dem Newsfeed all der Freunde des Bewertenden platziert (Abb. 1).

Wie kann ein Facebook-Mitglied eine Bewertung abgeben?

Noch ist es nur durch die entsprechende App möglich, auf Facebook

Bewertungen (in Form einer Benotung mit Freitext) abzugeben. Der User nutzt dazu die „In-der-Nähe“- bzw. „Nearby“-Suche seiner App. Hat er den gesuchten Ort gefunden, muss er sinnvollerweise zuerst den Button „Ich war hier“ antippen, um eine Empfehlung abgeben zu können. Er kann dabei einen bis fünf Sterne vergeben und wahlweise noch einen Text dazu schreiben. Die Qualität dieser Möglichkeit ist ungleich größer als die bisher verbreiteten Like-Buttons. Die Empfehlung wird auffälliger angezeigt und direkter verteilt. Außerdem besteht die Möglichkeit, detailliert zu beschreiben, was gefallen hat. Diese Empfehlung abzugeben ist für den Patienten eine Sache von wenigen Minuten; vorausgesetzt, er hat ein Profil auf Facebook. Er muss sich dafür nicht eigens registrieren lassen. Ein Zahnarzt, der sich über Social Media präsentieren möchte, sollte sich eine Seite auf Facebook einrichten und seine zufriedenen – und online sozial vernetzten – Patienten darum bitten, ihn dort zu bewerten.

Die Graph Search auf Facebook

Und noch eine weitere Funktion gibt es bei Facebook, allerdings erst in der Testphase. Bisher muss ein Facebook-Nutzer sich für die Verwendung dieser



Was auch immer auf Sie zukommt.
Mit den Prophylaxe & Parodontologie-Produkten
von W&H sind Sie auf alles vorbereitet.

Entdecken Sie Prophylaxe & Parodontologie neu:
mit W&H auf der IDS 2013, Halle 10.1, Stand C10-D11.



Igon +



Gewusst wie: Auf Facebook lässt sich bereits heute eine Bewertung abgeben.

Funktion bewerten, doch ist es nur eine Frage der Zeit, bis sie offiziell an den Start geht: die neue Suchfunktion auf Facebook. Mit Graph Search können nicht nur Freunde, sondern auch Orte gesucht werden. Anders als bei der Suchmaschine von Google wird bei Graph Search nach kompletten Wortgruppen gesucht. So soll es zum Beispiel möglich sein, einen „Zahnarzt,

den meine Freunde mögen“ zu suchen. Die Suchmaschine durchstöbert Facebook dann nicht allein nach bestimmten Keywords, wie zum Beispiel „Zahnarzt“, sondern nach Zahnärzten, die von den Freunden des Suchenden positiv bewertet, sprich: empfohlen wurden. In den Suchergebnissen werden die Bewertungen und Empfehlungen dann auch – soweit vorhanden – angezeigt.

Entwicklung im Blick behalten

Wie erwähnt ist diese Suchfunktion noch nicht in der offen zugänglichen Version von Facebook enthalten. Aber sie wird kommen. Zusätzlich will Facebook in Zukunft mit der Suchmaschine Bing kooperieren.¹ Entsprechend wird Facebook zu einem gefährlichen Konkurrenten von Google. Ein wichtiger Punkt für alle, die Internetmarketing betreiben. Unternehmen, die sich jetzt schon um ihre Seite auf Facebook und um Empfehlungen kümmern, erlangen

einen enormen Wettbewerbsvorteil. Sicherlich bildet die Facebook-Gemeinde eine eigene Welt, der lange nicht alle deutschen Bundesbürger angehören. Aber: Die Community auf Facebook ist groß und wird – aller Voraussicht nach – weiter wachsen.

Ein Großteil der Neupatienten generiert sich über das Internet

Empfehlungen von Patienten haben für Zahnartsuchende die größte Bedeutung. Dabei haben laut einer von der Firma Maisel Coaching durchgeführten und kürzlich veröffentlichten Studie die Bewertungen im Internet die Empfehlungen von Bekannten knapp überholt.² War das Internet im Jahre 2009 nur für 17 Prozent der Neupatienten erste und wichtigste Informationsquelle, suchen heute 42 Prozent der Patienten ihren neuen Zahnarzt im Internet. Dagegen kommen 41 Prozent der Neupatienten durch Empfehlungen von Bekannten. Und eine weitaus grö-

ANZEIGE

>> PROPHYLaktisch. PAROdiesisch. Gut.

pa-on

- Parodontalstatus: **schneller, standardisiert und vollständig SW-integriert**

Das erste Parameter zur automatischen Befundung des Parodontalstatus.

- best practice.

diagnostik - therapie - prophylaxe

PADPLUS

PHOTO ACTIVATED DISINFECTION



>> 99,99% Desinfektion oraler Bakterien

CARIESCAN PRO™

EXCEED EXPECTATIONS



>> Die zuverlässigste Art der Karieserkennung. 94,8% Genauigkeit

x-on nxt



>> Der Röntgensensor mit „nxt-generation“ Bildqualität



www.orangedental.de

Bere Anzahl der Zahnartsuchenden informiert sich – zusätzlich zur persönlichen Empfehlung eines Bekannten – online über die Praxis, bevor sie sie aufsucht.

Bewertungen auf Facebook abbilden

Es existiert eine neue Generation von potenziellen Patienten, die Mitglieder von Facebook sind und sich dort auch über Orte wie Zahnarztpraxen informieren. Diese Zahnartsuchenden können auf der Facebook-Seite von einer Zahnarztpraxis überzeugt werden: Nämlich mittels Patientenbewertungen, die zum Beispiel mithilfe des Unternehmens DentiCheck gesammelt wurden. DentiCheck bietet ein proaktives Bewertungsmanagement, über das die betreuten Praxen in relativ kurzer Zeit auf nahezu allen etablierten Bewertungsportalen Empfehlungen von Patienten verzeichnen. Dadurch werden die DentiCheck-Praxen

zu den am häufigsten bewerteten Zahnarztpraxen ihrer Region. Dies können sie auch auf Facebook zeigen: Die von DentiCheck akquirierten Empfehlungen werden – auf Wunsch – über einen Link auf der Facebook-Seite des Zahnarztes dargestellt (Abb. 2).

Online-Reputation auf allen Kanälen optimieren

Eine gute Reputation im Internet ist das A und O der modernen Zahnarztpraxis. Ein Bewertungsmanagement sollte daher unbedingt Teil des Praxismarketings sein. DentiCheck bietet ein deutschlandweit bisher einzigartiges Bewertungsmanagement, indem es mehrere Kanäle bedient: nahezu alle relevanten Bewertungsportale und die Webseiten und Facebook-Seiten seiner Kunden. Wer sich noch keine Gedanken über seinen Auftritt im Internet gemacht hat, sollte dies schleunigst nachholen und hat dabei jetzt noch die Gelegenheit, seinen Konkurrenten

eine Nasenlänge voraus zu sein: Bisher haben die wenigsten Zahnarztpraxen eine eigene Facebook-Seite oder ein effektives Bewertungsmanagement.

Literatur:

- 1 http://www.pcwelt.de/news/Facebook_bekommt_neue_Suchfunktionen-Graph_Search-7357285.html
- 2 <http://www.maisel-praxismarketing.de/2013/01/28/immer-mehr-neupatienten-suchen-ihren-neuen-arzt-im-internet/>

kontakt.

DentiCheck.

Aktives Bewertungsmanagement. Gutes Online-Image.

Siemensstr. 12b, 63263 Neu-Isenburg
Tel.: 06102 37063117
E-Mail: beratung@denticheck.de
www.denticheck.de

ANZEIGE

>> ZOOMbastic. ERGOfantastisch. Gut.

IDS
2013

 Halle 11.2
 Stand M40/N49


c-on nxt

- Schärfere, piffigere, immer aufrecht im Bild.

Die einzige voll-digitale Intraoralkamera mit automatischer Bilddrehung.

- best vision.

fokus - ergonomie - integration

opt-on



>> Die Lupe mit der größten Tiefen- und Randschärfe und dem höchsten Tragekomfort

spin-bright



>> Der rotierende Mundspiegel, der immer klar und sauber bleibt

Dentaloscope 2HD



>> Perfekte Ergonomie und höchste Präzision für jede Behandlung

orangedental 
premium innovations