Teil 14: Patientenbewertungen im Internet

Arztbewertungen im Internet aktiv steigern

| Paula Hesse, Jens I. Wagner

Je mehr Bewertungen für Ihre Praxis im Internet stehen, desto besser wird Ihre Praxis in Google platziert und desto effektiver wird Ihr Ruf im Internet aufgebaut und geschützt. Sollte man als Arzt also Maßnahmen ergreifen, um die Anzahl der Bewertungen zu steigern? Und ist es vertretbar, nur Patienten um eine Bewertung zu bitten, die einen zufriedenen Eindruck erwecken? Welche Maßnahmen lassen sich letztlich überhaupt ergreifen, um Patienten dazu zu animieren, Ihre Praxis zu bewerten?

Kann man einem Arzt, der nur zufriedene Patienten um eine Internetbewertung bittet, vorwerfen, er würde verfälschend auf seinen Notendurchschnitt in einem Bewertungsportal einwirken? Das würde voraussetzen, dass der Notendurchschnitt auf einem Bewertungsportal ohne das Einwirken des Arztes repräsentativer wäre (als mit seinem Einwirken). Dies ist eindeutig nicht der Fall: Über 90 Prozent aller Zahnärzte besitzen keine oder nur wenige Bewertungen. Mit Repräsentativität hat dies wenig zu tun.

Es lässt sich sogar noch einen Schritt weiter gehen: Der gezeigte Notendurchschnitt könnte als irreführend betrachtet werden, da er womöglich suggeriert, es läge eine objektive Bewertung der Leistung eines Zahnarztes zugrunde. Dies haben die Portale bereits selbst erkannt. So spricht sich das Portal jameda beispielsweise in seiner Stellungnahme gegenüber dem Ärztlichen Zentrum für Qualität in der Medizin mit eben dieser Begründung gegen(!) die Forderung aus, eine Note für einen bewerteten Arzt erst nach Vorhandensein einer Mindestanzahl an Bewertungen darzustellen.

Jameda schreibt dort wörtlich: „Patientenempfehlungen sind subjektive Einzelmeinungen und sollten auch als solche behandelt werden. Mit dem Festlegen einer Mindestanzahl wird dem Nutzer des Portals eine objektive Messung der Arztqualität suggeriert."[1] Bewertungsportale wollen und können kein repräsentatives Bild der Patientenzufriedenheit zeichnen: Es geht um das Sammeln von Einzelmeinungen. Ein Arzt, der bewusst nur zufriedene Patienten um eine Bewertung bittet, wird also niemals verfälschend einwirken können, da es nichts zu verfälschen gibt.

Positive Wirkung kritischer Bewertungen

Nur zufriedene Patienten um eine Bewertung zu bitten, ist allerdings nicht unbedingt ratsam. So wird ein Bewertungsprofil mit vielen Bewertungen in Bestnote auf einen Zahnarztsuchenden weniger authentisch und interessant wirken als ein Profil mit der einen oder anderen kritischen Bewertung. So können kritische Bewertungen durchaus einen positiven Effekt mit sich bringen („kritisch" bedeutet in diesem Falle jedoch nicht „stark negativ").

Doch Vorsicht: Einige Bewertungsportale nutzen die Note als Faktor in der Bestimmung der Suchergebnis-Reihenfolge. Will man auf diesen Portalen in den Suchergebnissen nach „Zahnarzt" oder „Oralchirurg" in seiner jeweiligen Stadt ganz oben erscheinen, kann bereits eine „gute" Bewertung zu starken Positionsverlusten in den Suchergebnissen führen. Leider muss sich der Zahnarzt auf einem solchen Portal entscheiden, ob ihm die Suchergebnis-Positionierung oder das authentisch wirkende Bewertungsprofil lieber ist.

Internes Bewertungsmanagement richtig umsetzen

- Achten Sie darauf, Bewertungen nicht nur auf einem oder zwei Portalen zu sammeln, sondern über mehrere Portale hinweg. Nur so lässt sich der Ruf der Praxis effektiv ausbauen und schützen.
- Definieren Sie Ziele. Nur über eine klare Zielvorgabe und deren regelmäßige Kontrolle kann ein internes Bewertungsmanagement an Effektivität gewinnen und dauerhaft erfolgreich gelebt werden.
- Eine Person des Praxisteams sollte für das Ergebnis verantwortlich sein. Wird die Verantwortung geteilt, fühlt sich schnell niemand mehr verantwortlich.

Option 1:
Empfehlungskärtchen zum Mitgeben

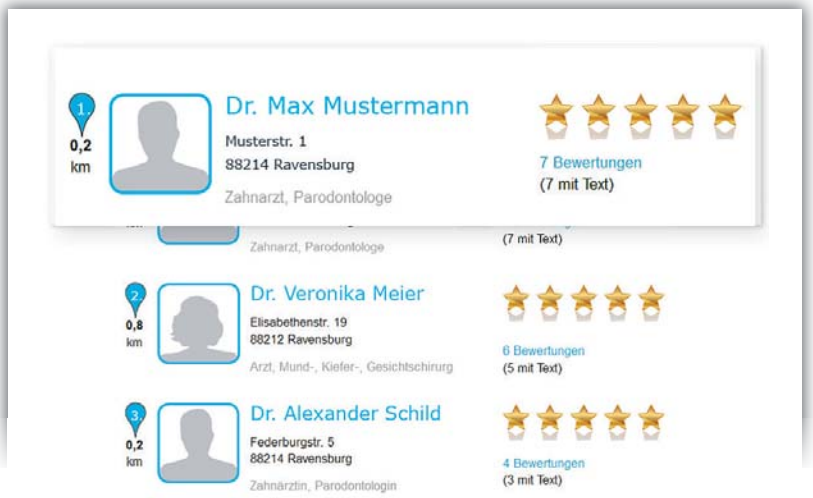
Einige Praxen geben ihren Patienten kleine Kärtchen oder Handzettel mit, auf denen vermerkt ist, wo im Internet der Patient eine Empfehlung für

7

MONAT

„WIE SOLL ES DENN HEISSEN?“

BEGO



die Praxis aussprechen könnte. Diese Maßnahme ist leicht umsetzbar und kostengünstig, aber leider auch wenig effektiv, da der Rücklauf erfahrungsgemäß sehr niedrig ausfällt.

Option 2:
PC mit Internet in der Praxis
Sie können Ihren Patienten einen PC mit Internetverbindung zur Verfügung stellen und um Abgabe einer Bewertung vor Ort bitten. Dies ist eine relativ effektive Maßnahme, solange das gewählte Internetportal dies nicht blockiert. Da die Bewertungen immer von dem gleichen PC aus erfolgen, vermuten Portale hier schnell einen Täuschungsversuch und lassen keine weiteren Bewertungen zu.

Option 3:
iPad-App eines Bewertungsportals
Einige Arztsuchportale bieten eine Bewertungsanwendung für ein iPad. Eine Blockierung der eingehenden Bewertungen findet nicht mehr statt. Allerdings ist die Bedienung eines iPad für Menschen mit wenig Erfahrung im Umgang mit Computern weniger geeignet und verlangt seitens des Praxispersonals entsprechenden Zeitaufwand in der Einweisung des Patienten. Zudem sind die meisten Apps kostenpflichtig und es kann nur ein einziges Portal erreicht werden.
Auch stellt sich die Frage, ob man es seinen Patienten zumuten will, sich auf einem Portal zu registrieren, die persönliche E-Mail zu hinterlassen und die Bewertung per „Double Opt-in"-Verfahren (per Klick auf einen Bestätigungslink) freizuschalten. In der Regel ist dies auch bei den iPad-Apps unumgänglich.

Option 4:
Beauftragung einer Agentur
Es ist in jedem Fall davon abzuraten, eine Agentur damit zu beauftragen, Bewertungen für Sie zu schreiben. Diese selbst verfassten Bewertungen sind meist leicht als solche zu identifizieren. Auch von der Einstellung einer Bewertung in mehrere Portale ist abzuraten, da dies von Google erkannt und mit einem Positionsverlust in den

ANZEIGE

BLUE SAFETY

Als BLUE SAFETY auf den Markt kam,
gab es **nichts Vergleichbares**…

RKI-konforme
Wasserhygiene
Sicher & Geprüft
www.bluesafety.com

BLUE SAFETY entfernt Biofilme, Algen, Legionellen und Pseudomonaden. Garantiert und zertifiziert.

Für eine unverbindliche Bestandsaufnahme oder Fortbildung rufen Sie uns **kostenfrei** unter **0800 - 25 83 72 33** (0800 BLUESAFETY) an oder schauen Sie sich auf unserer Webseite **Video-Erfahrungsberichte** von Kolleginnen und Kollegen an.

think blue™ | www.bluesafety.com

Suchergebnissen bestraft werden kann. Ebenso sollte gefragt werden, ob der durch die Agentur implementierte Prozess juristisch geprüft und als unbedenklich befunden worden ist.

Option 5:
Beauftragung von DentiCheck
Anfang 2011 begann die Entwicklung von „DentiCheck" – einer Dienstleistung, die es dem Patienten ermöglicht, direkt in der Praxis eine Bewertung zu schreiben, welche dann im Nachgang auf einem Bewertungsportal platziert wird. Oberste Priorität lag von Anfang an auf einer seriösen sowie juristisch unbedenklichen Umsetzung. So wurde eine der führenden Kanzleien im Medizinrecht, Lyck und Pätzold Medizinanwälte, mit in die Konzeption einbezogen. Im Laufe der Jahre entwickelte sich DentiCheck zum Marktführer im „Bewertungsmanagement" für Zahnärzte. Die von DentiCheck betreuten Praxen gehören im Internet zu den meist bewerteten Praxen ihrer Stadt und sind zu über 90 Prozent auf der ersten Ergebnisseite von Google zu finden.

Quelle:

1 http://www.aezq.de/aezq/arztbewertungsportale/bewertete-portale/bewertung/pdf-frei/jameda-stellungnahme-2011-12.pdf

info.

DentiCheck bietet zurzeit einen kostenfreien Online Bewertungs-Check an. Dieser hilft Ihnen, zu verstehen, wie Ihre Praxis aktuell auf zahlreichen Portalen und in Google bewertet wird und welche Konsequenzen sich für Ihr Online-Image ergeben: • Wie wird Ihre Praxis im Internet bewertet? • Wie gut ist Ihre Praxis vor negativen Einzelmeinungen geschützt? • Wo steht Ihre Praxis im Bewertungsvergleich zu Ihren lokalen Konkurrenten? • Wie können Bewertungen Ihre Platzierung bei Google und in den Portalen verbessern?

Das Resultat wird in einem etwa 30-minütigen Telefonat präsentiert. Es werden konkrete Handlungsoptionen vorgeschlagen, sodass Sie im Anschluss selbstständig und effektiv tätig werden können. Zur Anmeldung gelangen Sie unter www.denticheck.de

Paula Hesse
Infos zur Autorin

Jens I. Wagner
Infos zum Autor

kontakt.

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

ANZEIGE

…und daran hat sich bis heute nichts geändert.

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Innovation
High Quality
Ökologie

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet als:
BESTES PRODUKT DES JAHRES 2013

Kompromisslose Wasserhygiene.