

Teil 15: Patientenbewertungen im Internet

# Praxisimage online – Nach den Sternen greifen

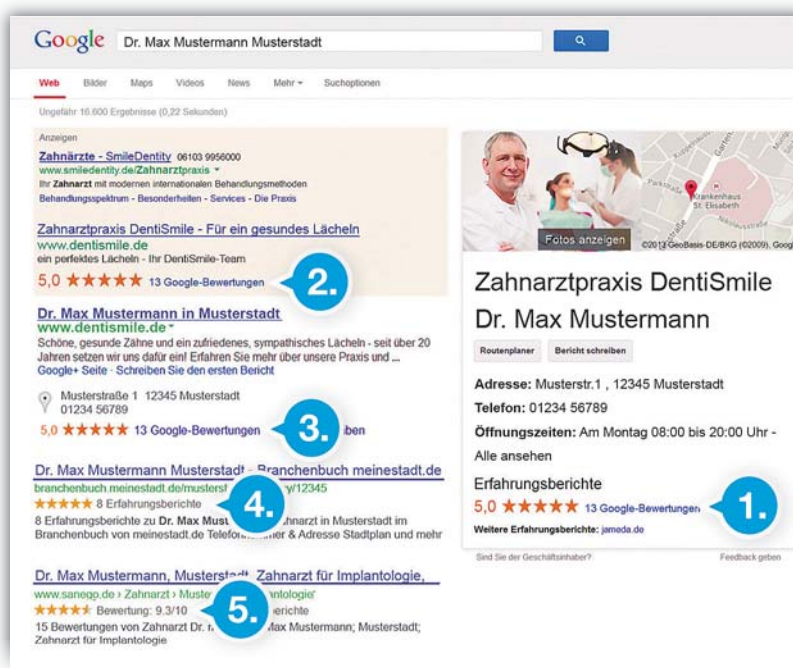
| Paula Hesse, Jens I. Wagner

Wie finden Patienten auf Zahnarztssuche einen neuen Zahnarzt? Der häufigste Weg ist noch immer die Empfehlung von Mund zu Mund, im Bekannten- und Verwandtenkreis. Doch damit endet die Recherche heute meist nicht mehr. Der moderne Patient des 21. Jahrhunderts informiert sich gleichzeitig im Internet und überprüft dabei, ob sich die subjektive Wahrnehmung aus seinem Bekanntenkreis mit den Erfahrungen der Masse im weltweiten Netz deckt.

Wie geht ein Patient bei der Internetrecherche vor? Welche virtuellen Schritte werden gegangen, um herauszufinden, ob ein Zahnarzt gut ist oder zumindest ein ansprechendes Image im Internet vertritt? In der Regel gilt als erster Schritt: die Eingabe in einer Suchmaschine wie Google, wie zum Beispiel nach dem Eingabestandard „Zahnarzt Muster in Musterstadt“. Die Ergebnisse, die Google auf eine solche Suche hin anzeigt, sind in den allermeisten Fällen sehr ähnlich. Ganz oben steht der Eintrag des Arztes in Google Places oder Google+ local, einem Dienst des Suchmaschinenriesen. Neben dem Ort werden dort auch die Adresse und ein kurzer Steckbrief inklusive Bewertungen angezeigt. Unter diesem Google-eigenen Eintrag folgen dann zumeist die wichtigsten Bewertungsportale, auf denen Patienten heutzutage (Zahn-)Ärzte „rezensieren“ können.

## Sternchen als Gütezeichen in Google

Das Besondere in Google ist, dass die Suchmaschine nicht bloß die Überschriften der Webseiten anzeigt, sondern daneben auch, farblich abgehoben, den Gesamtbewertungsschnitt des jeweiligen Zahnarztes in Form von kleinen Sternchen. Ein Zahnarzt, der insgesamt besonders gut von seinen



Bewertungsanzeige ... ❶ ... in der Vorschau zum Google-Profil ❷ ... in der Google-AdWords-Anzeige ❸ ... in den organischen Suchergebnissen zu der Praxiswebseite ❹ ... in den organischen Suchergebnissen aus Branchenverzeichnissen ❺ ... in den organischen Suchergebnissen aus Arztbewertungsportalen

Patienten bewertet wurde, hat in Google fünf orangefarbene Sterne. Je mehr ein Arzt, dem seine Patienten nicht so gesonnen waren, hat entsprechend weniger: Im schlimmsten Fall findet sich dort nur ein einzelner, einsamer Stern.

**Negative Bewertungen abschwächen**  
Man braucht nicht viel Fantasie, um sich vorzustellen, welchem Zahnarzt

suchende Patienten nach einer solchen Bewertungsübersicht ihr Vertrauen schenken. Inwieweit subjektive Patientenbewertungen gerecht und gerechtfertigt sind, bleibt eine offene und schwierige Frage. Darüber hinaus finden sich nicht alle Eindrücke und Erfahrungen in den Bewertungsportalen ein; vor allem zufriedene Patienten vergessen oftmals ein positives Feed-

Damit vereinzelte schlechte Bewertungen nicht schon in Google dem Patienten direkt ins Auge springen und so das Image der Praxis ruinieren, muss der Zahnarzt diesem Risiko etwas entgegensetzen: viele positive Bewertungen. **Doch wie bekommt man die zufriedenen Patienten dazu, ihre Sternchen abzugeben?**



© Kosterko Maxim

back zu hinterlassen. So gibt es Fälle, in denen ein einziger ungehaltener oder gar böswilliger Patient mit einer schlechten Bewertung viel Schaden bei einem eigentlich sehr guten Zahnarzt anrichten kann. Auch wenn der Zahnarzt Dutzende oder gar Hunderte zufriedene Patienten hat, nützt es ihm nichts, wenn diese ihre Zufriedenheit nicht auf den einschlägigen Portalen zum Ausdruck bringen. In den Trefferlisten von Google überwiegt dann, in unverhältnismäßiger Weise und zum großen Schaden des Zahnarztes, die schlechte Erfahrung, der einsame Stern. So drängt sich der Eindruck auf, dass allein „Wutbürger“ im Internet schreiben, während die zufriedene Masse schweigt.

### Positive Bewertungen steigern

Damit vereinzelte schlechte Bewertungen nicht schon in Google dem Patienten direkt ins Auge springen und so das Image der Praxis ruinieren, muss der Zahnarzt diesem Risiko etwas entgegensetzen: viele positive Bewertungen. Doch wie bekommt man die zufriedenen Patienten dazu, ihre Sternchen abzugeben? Und wie schafft man es, dass diese Patienten ihre Sternchen auch noch bei möglichst vielen verschiedenen Seiten eintragen? Wird das erreicht, sieht ein suchender Patient mit einer einzelnen Suchanfrage die erfolgreiche Praxis, über eine Vielzahl an Suchmaschinentreffern verteilt, positiv, das heißt mit vielen Sternen, bewertet.

### Professionelles Bewertungsmanagement

Die Firma DentiCheck bietet für genau dieses Ziel das richtige Herangehen

und professionelle Bewertungsmanagement. Zahnarztpraxen werden aktiv dabei unterstützt, an positive Bewertungen zu gelangen, indem es Patienten ermöglicht wird, noch in der Praxis ihren guten Eindruck zu hinterlassen. Die vielen guten Bewertungen, die so einfach und schnell gesammelt werden, können dann auf die verschiedenen wichtigen Bewertungsportale verteilt werden. Das sieht nicht nur anspre-

chend aus und macht einen unmittelbar guten Eindruck, sondern senkt auch das Risiko von negativen Einzelmeinungen. Diese werden durch mehrere positive Meinungen relativiert und damit in ihrer Wirkung entschärft. Am Ende findet der Zahnarzt in Google seine Sterne und der suchende Patient einen neuen Arzt, den er durch die positiven Bewertungen erwartungsvoll aufsucht.

## info.

Die letzten Termine für die Seminarreihe „Arztbewertungen, Google Ranking und Facebook: Chancen nutzen und Risiken meiden“ sind für Oktober und November 2013 noch buchbar.

Alle Städte und Termine finden Sie unter [www.dentichk.de/Seminare](http://www.dentichk.de/Seminare)



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@dentichk.de](mailto:beratung@dentichk.de)  
[www.dentichk.de](http://www.dentichk.de)

ANZEIGE

Direkt vom Hersteller

### Scaler / Küretten

z. B. XS-Gracey-Küretten

- mit längerem 1-erschafft und verkürztem Arbeitsbereich
- erleichterter Zugang zu schmalen, tiefen Wurzeloberflächen ermöglicht minimales Trauma
- ergonomische, zielgerichtete Haptik
- einfach und schnell zu reinigende Oberfläche
- voll eingefärbter Spezialkunststoff für gezielte Farbcodierung

sowie Universalküretten / Scaler

- Langer, Columbia, Mc Call
- Frontzahnscaler H 6-7
- Seitenzahnscaler U135

- einzeln oder im Set erhältlich
- unterstützt die RKI-Richtlinien

Wir beraten Sie auch gerne vor Ort:  
Tel 07465 9260-10 • [vertrieb@stoma.de](mailto:vertrieb@stoma.de) • [www.stoma.de](http://www.stoma.de)