Teil 22: Patientenbewertung im Internet

Welt der Bewertungsportale

| Jens I. Wagner

Wer die eigene Praxis googelt, wird auf den ersten Blick erkennen, dass etwa 80 Prozent der von Google dargestellten Suchergebnisse auf Bewertungsportale verlinken. Und zwar auf ein speziell für Ihre Person oder Praxis eingerichtetes Profil. Hier werden Sie aufgeführt und können bewertet werden, unabhängig davon, ob Sie dies befürworten.

Doch welche Portale sind für Sie und Ihre Praxis relevant und mit welcher Strategie können Risiken minimiert sowie Chancen genutzt werden? Um einen Überblick auf den Markt der Bewertungsportale zu erhalten, empfiehlt sich eine simple Kategorisierung. In die erste Kategorie fallen die Ihnen sicherlich teils bekannten Arztbewertungsportale. Kategorie zwei besetzen wir mit allgemeinen Branchenverzeichnissen wie beispielsweise die Gelben Seiten oder Yelp. In Kategorie drei finden sich solche Dienste, die wir anfangs gar nicht mit Bewertungsportalen in Verbindung bringen würden, nämlich die Suchmaschine Google sowie Facebook.

Bewertungsportal: Die Gelben Seiten

In Kategorie zwei der Tabelle finden sich Branchenverzeichnisse, von denen die meisten Ärzte gar nicht wissen, dass es sich um Bewertungsportale handelt. Darunter die Gelben Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch. Auch die Auskunft 11880 inkludiert Bewertungsoptionen. Dies ist durchaus erstaunlich, da es sich bei diesen Marken um alteingesessene Dienstleister handelt. Doch tatsächlich verhält es sich mittlerweile so, dass sich nahezu alle Branchenverzeichnisse online zu einem Bewertungsportal entwickelt haben. Es wäre in der Tat schwierig, überhaupt ein Branchenverzeichnis zu nennen, welches eben keine Bewertungsfunktionalität anbietet. Gerade die Gelben Seiten und Das Örtliche schaffen es aktuell, bei vielen Google-Suchanfragen des Musters „Zahnarzt Stadt" auf der ersten Ergebnisseite im oberen Bereich aufzutauchen. Aufgrund der Markenbekanntheit beim Endverbraucher ist somit damit zu rechnen, dass diesen Anbietern online eine gewisse Relevanz zukommt.

Branchenverzeichnisse versus Arztbewertungsportale

In der Gedankenwelt vieler Ärzte reduziert sich das Thema Arztbewertungen im Internet häufig auf die Betrachtung von Arztbewertungsportalen. Dies ist aufgrund der starken Präsenz von Branchenverzeichnissen viel zu kurz gedacht. Häufig rücken Letztere erst in die Wahrnehmung des Arztes, wenn eine kritische Bewertung vorliegt und Google die niedrige Durchschnittsnote dann in den Suchergebnissen zur Praxis anzeigt. Ein interessanter wesentlicher Unterschied zwischen Arztbewertungsportalen und Branchenverzeichnissen besteht häufig darin, dass Letztere die Reihenfolge der Suchergebnisse in der Regel nicht nach der Anzahl der vorliegenden Bewertungen festlegen. Im Gegensatz zu Arztbewertungsportalen ist es auf Branchenverzeichnissen deswegen von geringerem Mehrwert, höhere, also zweistellige, Bewertungsanzahlen zu sammeln.

Eine sinnvolle Zielsetzung auf Branchenverzeichnissen wäre in aller Regel bereits mit ein paar wenigen Bewertungen erfüllt und somit relativ einfach realisierbar. Die Pflege dieser Portale mit Bewertungen sollte aufgrund der Summe der genannten Vorteile nicht vernachlässigt werden. Doch eine Streuung der Bewertungsaktivitäten bietet noch weitere ganz wesentliche Vorteile.

Drei Kategorien Bewertungsportale*

*Übersicht in alphanumerischer Reihenfolge ohne Anspruch auf Vollständigkeit

Kategorie A	Kategorie B	Kategorie C
• Arzt-Auskunft	• 11880	• Facebook
• Die Zahnarztempfehlung	• Cylex	• Google
• DocInsider	• Das Örtliche	
• imedo	• Das Telefonbuch	
• jameda	• Gelbe Seiten	
• Sanego	• Golocal	
• Thanks Doc	• KennstDuEinen.de	
• Weisse Liste	• Meine Stadt	
	• Stadtbranchenbuch	
	• Yelp	

Die Zukunft der Composite-Technologie.

Jetzt erhältlich.

PATENTIERTER Ivocerin® LICHTINITIATOR

Das schnelle Seitenzahn-Composite

- **Bulk-Füllungen** bis zu 4 mm dank dem neuen Lichtinitiator Ivocerin®
- **Geringe Schrumpfung** und geringer Schrumpfungsstress für optimale Randqualität
- **Modellierbare Konsistenz,** lange verarbeitbar unter Operationslicht

Tetric EvoCeram® Bulk Fill

Das modellierbare Bulk-Fill-Composite

ivoclar vivadent®
passion vision innovation

www.ivoclarvivadent.de
Ivoclar Vivadent GmbH
Dr. Adolf-Schneider-Str. 2 | D-73479 Ellwangen, Jagst | Tel. +49 7961 889 0 | Fax +49 7961 6326

Bewertungsstreuung versus Fokussierung

Wer in der regionalen Google-Suche für eine Suchanfrage nach „Zahnarzt Musterstadt" auf die erste Ergebnisseite in Google kommen oder sich dort halten will, ist mit einer Bewertungsstreuung gut beraten. Wie hoch der Einfluss einer Bewertungsstreuung auf die Suchergebnisposition Ihrer Praxis ist, wurde im Laufe des Jahres 2013 von führenden Experten analysiert. Die Expertengruppe[1] identifizierte 97 Einflussfaktoren auf das Google-Ranking und sortierte diese nach ihrer Wichtigkeit. Auf dieser langen Liste finden sich „Bewertungen" nicht nur in den Top 3 der Einflussfaktoren, sondern über ein Dutzend Mal an den unterschiedlichsten Positionen. Auf Platz 18 liegt der Punkt „Bewertungsstreuung, d.h. Anzahl verschiedener Portale mit Bewertungen". Hier zeigt sich, dass es für Google von hoher Relevanz ist, nicht nur auf einem, sondern möglichst auf vielen Portalen bewertet zu werden.
Direkt darüber auf Platz 17 findet sich der Punkt „Häufigkeit neuer Bewertungen auf sämtlichen Portalen". Hier wird deutlich, dass das Thema Bewertungen einer ständigen Aktivität bedarf, da es nicht nur auf das Vorhandensein von Bewertungen ankommt, sondern auch auf deren Aktualität. Dennoch gilt hier nicht automatisch das Motto „je mehr, desto besser". Google wird immer eruieren, ob die Häufigkeit von Bewertungen noch in einem verhältnismäßigen Rahmen liegt.
Hierfür vergleicht Google, wie viele Bewertungen auf dem jeweils betrachteten Portal üblicherweise anfallen. Ein völlig überproportionales Bewertungswachstum wird somit gegebenenfalls als „Spam" gewertet. Dies ist insbesondere von Wichtigkeit, wenn es sich um sogenannte Google-Bewertungen handelt. Denn auch in der Suchmaschine Google können Sie bewertet werden.

Das wohl wichtigste Bewertungsportal: Google

Ihre Praxis hat in Google ein eigenes Profil. Dieses wird durch Google auch ohne Ihr Zutun und ohne Absprache mit Ihnen automatisch angelegt. Hier findet sich Ihre Berufsbezeichnung (z.B. Kieferorthopäde oder Zahnarzt) sowie Ihre Kontaktdaten und gegebenenfalls sogar Bilder Ihrer Praxis oder Ihrer Person. Google geht an dieser Stelle ähnlich vor wie die vielen Arztbewertungsportale und Branchenverzeichnisse: Ihr Google-Profil kann von jedermann mit Text und Note bewertet werden!
Erscheint Ihre Praxis in den Google-Suchergebnissen und sind bereits Bewertungen für selbige in Ihrem Google-Profil vorhanden, dann wird dies auch angezeigt. Probieren Sie es aus! Oder googeln Sie einfach „Zahnarzt Düsseldorf" und achten Sie auch auf die Bewertungssterne in den mittigen Suchergebnissen. Google setzt hier auf die gleiche visuelle Darstellung in Form von Bewertungssternen wie auch viele Arztbewertungsportale oder auch das Versandhandelshaus Amazon.
Den Bewertungen in Ihrem Google-Profil wird eine besondere Relevanz beigemessen. So nimmt beispielsweise der Punkt „Anzahl von Bewertungen im Google+ Local/Places Profil" den Platz 6 auf der Liste mit 97 Einflussfaktoren ein. Allerdings scheint die Anzahl der Bewertungen in Ihrem Google-Profil dann einen hohen Einfluss zu besitzen, wenn keine oder nur wenige Bewertungen vorhanden sind. Sind erst einmal einige Bewertungen vorhanden, sinkt der marginale Grenznutzen einer jeden weiteren Bewertung.

Welche Bewertungsportale sind die Wichtigsten?

Aus unserer Sicht sind dies genau diejenigen Bewertungsplattformen, die bei einer Google-Suche nach Ihrer Praxis in den Suchergebnissen auftauchen. Denn die meisten Endverbraucher werden die verschiedenen Bewertungsportale namentlich nicht kennen. Vielmehr werden sie Ihre Praxis in Google suchen und dann aus Neugier auf die in den Suchergebnissen angezeigten Portale klicken. Auch verwandte regionale Suchanfragen wie z.B. „Zahnarzt Musterstadt" weisen dieser Logik entsprechend auf relevante Portale hin.

Bewertungen durch Patienten gezielt steigern

Einige wenige Unternehmen bieten in Deutschland ein portalübergreifendes Bewertungsmanagement für Zahnärzte an. Von zufriedenen Patienten Bewertungen zu erhalten und sie marketingstrategisch sinnvoll auf den relevanten Portalen zu platzieren, ist mit deren Hilfe sehr gezielt möglich und einfach umsetzbar. In der Praxis werden Bewertungen mittels Fragebögen aus Papier oder via iPad-App akquiriert und an die Spezialisten weitergeleitet. Dort werden sie verarbeitet und veröffentlicht. Bei der Auswahl eines Bewertungsmanagement-Anbieters sollten Sie erfragen, ob dessen Dienstleistung vor dem Hintergrund des Werberechts juristisch geprüft wurde.

1 http://moz.com/local-search-ranking-factors

info.

Derzeit bietet DentiCheck einen **kostenfreien Online-Bewertungs-Check** an. Hier erfahren Sie, wie Ihre Praxis aktuell bewertet wird – auch im Vergleich zu Ihren Kollegen vor Ort. Eventuell vorliegende kritische Bewertungen werden gefunden und Verbesserungspotenziale identifiziert. Interessierte Praxen können sich auf www.denticheck.de über Details dieser Leistung informieren und den kostenfreien Online-Bewertungs-Check direkt via Internet bestellen.

Jens I. Wagner
Infos zum Autor

kontakt.

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

Das erste LISTERINE® Therapeutikum

für schmerzempfindliche Zähne

Verschließt 92 % der offenen Tubuli bereits nach 6 Spülungen und bietet langanhaltenden Schutz vor Schmerzempfindlichkeit.*[1]

NEU in der Apotheke

Patentierte Behandlung mit Kristall-Technologie:

- Verschließt in vitro mehr offene Dentinkanäle als jede getestete Sensitiv-Mundspülung.[1]
- Oxalat bildet in Verbindung mit Kalzium Kristalle in der Mundhöhle.
- Die Kristalle lagern sich auf dem Dentin und tief im Innern der offenen Tubuli an und bilden einen physikalischen Schutzschild.
- Effektive Schmerzlinderung bereits nach wenigen Tagen – klinisch bestätigt.[2]

Mehr zur Wirkweise erfahren Sie im Video ▶
www.listerine.de

* bei regelmäßiger Anwendung

[1] Sharma D. et al., A novel potassium oxalate-containing tooth-desensitising mouthrinse: A comparative in vitro study, Journal of Dentistry 41S4 (2013), S. 18–27.
[2] Sharma D. et al., Randomised clinical efficacy trial of potassium oxalate mouthrinse in relieving dentinal sensitivity, Journal of Dentistry 41S4 (2013), S. 40–48.

LISTERINE® PROFESSIONAL