



Teil 28: Patientenbewertung im Internet

30 Fragen zum Thema Arztbewertungen – Teil II von III

| Jens I. Wagner

Wenige Themen werden so kontrovers diskutiert wie die Arztbewertung durch Patienten im Internet. Seit mittlerweile drei Jahren begleitet die Firma DentiCheck Zahnarztpraxen im Umgang mit dieser Herausforderung und sieht sich immer wieder mit ähnlichen Fragestellungen seitens der Ärzteschaft konfrontiert. Im Folgenden finden Sie eine Zusammenstellung der wohl wichtigsten Fragen und Antworten aus zahlreichen Gesprächen.

1. Welche Bewertungsportale sind wichtig?

Googeln Sie einmal Ihre Person oder Praxis. Suchen Sie in Google auch nach dem Muster „Zahnarzt Musterstadt“ und probieren Sie ähnliche für Sie relevante Suchanfragen durch. Die Bewertungsportale, die auf vielen ersten Ergebnisseiten genannt werden, sind die für Sie relevanten Portale. Beachten Sie bitte dabei, dass auch Branchenverzeichnisse wie die Gelben Seiten, Das Örtliche, Das Telefonbuch, die Auskunft 11880 und viele mehr im Internet auch Bewertungsportale sind. Sogar die Suchmaschine Google richtet für Ihre Praxis ein Google+ Profil ein, welches sich in bekannter Manier bewerten lässt.

2. Wieso bin ich ohne mein Zutun auf allen Bewertungsportalen zu finden?

Bewertungsportale tragen Ihre Praxis in aller Regel automatisch in ihr Verzeichnis ein. Gleichzeitig wird Ihre Praxis oder Sie als Person damit im Internet bewertbar. Verhindern lässt sich dies nicht. Auch auf juristischem

Wege lässt sich keine Austragung erwirken bzw. die Aufnahme verhindern.

3. Bringen mehr Bewertungen wirklich mehr Neupatienten? Und wenn ja wie viele?

Bewertungen sorgen dafür, dass Ihre Praxis in Suchergebnissen (in Google und Bewertungsportalen) weiter oben erscheint. Dadurch wird sie häufiger in die Entscheidungsfindung von Arzt-suchenden einbezogen. Dies lässt sich auch anhand der öffentlich einsehba-ren Profilaufrufe nachvollziehen. Praxen, die oben stehen, werden pro Jahr gerne zehnmal so häufig aufgerufen. DentiCheck schätzt die Konvertierungsquote von Profilbesucher zu Neupa-tient konservativ auf etwa fünf Prozent. Bei 1.000 Profilaufrufen könnten folglich 50 Neupatienten resultieren. Diese Quote kann von Bewertungsportal zu Bewertungsportal variieren und wird auch von sekundären Einflussfak-toren wie der Gestaltung Ihrer Home-page abhängen. In den oberen Such-ergebnispositionen sind mehrere tau-send Profilaufrufe pro Jahr (auch in

Regionen mit einer Dichte von 15.000 Haushalten in einem Fünf-Kilometer-Radius um die Praxis) gut realisier-bar. Nicht wenige Praxen betrachten das portalübergreifende, regelmäßige Sammeln von Bewertungen als festen Eckpfeiler ihres Marketings.

4. Meine Neupatienten bekomme ich überwiesen. Brauche ich Internetbewertungen?

Zuweiser entlassen ihre Patienten häufig mit einer Auswahl an Praxen. Diese Menschen müssen die Entscheidung für oder gegen Sie alleine treffen. Sie werden diese letzte Entscheidung häufig mittels einer Internetrecherche treffen wollen. Sie werden dafür diese Praxen gezielt in Google suchen, finden und vergleichen. Dabei werden häufiger bewertete Praxen von dem entscheidenden Vorteil profitieren, dass Google die Bewertungen der Praxis bereits in den Google-Suchergebnissen anzeigt. In diesem Falle wird dem Betrachter sofort ins Auge fallen, welche Praxis auch von vielen anderen Menschen gerne weiterempfohlen wird. Die Wahr-

**IDS
2015**

**HALLE 10.2
STAND V025**

GripStrip™

Streifen für proximales Schleifen und Polieren



ALLES IM GRIFF MIT GRIPSTRIPS

Das diamantbeschichtete Design der GripStrips ermöglicht ein genaues Finieren und Polieren bei Restaurationen im Approximalbereich. Da unsere Streifen zwei Arbeitsflächen mit unterschiedlicher Körnung aufweisen, können Sie mit nur einem Werkzeug Finieren und Polieren. Darüber hinaus sind die GripStrips autoklavierbar.



GRIPSTRIP™ FEINE KÖRNUMG

● Schleifen (gelbe Seite) ● Polieren (orangefarbene Seite)



GRIPSTRIP™ GROBE KÖRNUMG

■ Schleifen (blaue Seite) ■ Polieren (rote Seite)



GRIPSTRIP™ MITTELGROBE KÖRNUMG

● Schleifen (rote Seite) ● Polieren (gelbe Seite)



GRIPSTRIP™ ALLE SORTIERT

12 DIAMANTBESCHICHTETE STREIFEN
Feine, mittelgrobe und grobe Körnung

JETZT 10% SPAREN!

Kostenfrei anrufen 0800-2368749

Code angeben: ZWP-GRIP-0215

Das Angebot gilt bis zum 31.03.2015

Weitere Informationen unter www.centrixdental.de

© 2015 Centrix, Inc.



centrix®

Making Dentistry Easier.™

scheinlichkeit der Entscheidung für die gerne weiterempfohlene Praxis ist mit Sicherheit wesentlich höher.

5. Ich will meine Praxis kurz- bis mittelfristig verkaufen. Sind Bewertungen hier hilfreich?

Letztlich wird die Entscheidung für oder gegen Ihre Praxis nicht nur auf rein rationalen Grundlagen getroffen. Ganz wesentlich wird die Entscheidung davon abhängen, ob der Interessent auf emotionaler Basis überzeugt wird. Kann er sich auf Basis Ihrer Praxis eine Vision für seine eigene Zukunft vorstellen?

Natürlich können Sie immer sowohl die Relevanz als auch die Aussagekraft von Arztbewertungen infrage stellen. Sie können darauf verweisen, dass man Sie vor Ort sehr gut kennt und Ihre Arbeit geschätzt wird. Doch der potenzielle Käufer kommt womöglich nicht aus Ihrer Gegend. Und wenn Sie in einer größeren Stadt praktizieren, wird Ihre Praxis im Zweifelsfall eben doch nicht jedem Einwohner ein Begriff sein.

Bewertungen signalisieren, dass Ihre Praxis häufig und gerne weiterempfohlen wird. Sie zeigen darüber hinaus, dass sich die Praxis mit den neuen Medien auseinandersetzt und die Relevanz sowie die Chancen im Internet verstanden hat. Denken Sie daran: dem Recherchierenden stehen nicht viele Informationsquellen zur Verfügung. Er wird daher sehr wohl darauf achten, welches Bild sich auf eben diesen Bewertungsportalen zu Ihrer Person und Praxis ergibt.

6. Stimmt es, dass die Suchmaschine Google auch ein Bewertungsportal ist?

Ja, das stimmt. Die Suchmaschine legt automatisch ein Profil für Ihre Praxis an – das sogenannte Google+ Profil. Dieses Profil lässt sich bewerten, und liegen genügend Bewertungen vor, werden gelbe Bewertungssterne bei dem Suchergebnis zu Ihrer eigenen Homepage (nicht zu Ihrem Profil auf einem Bewertungsportal) angezeigt. Da quasi jede Internetsuche über Google abgewickelt wird, sind Bewertungen in Ihrem Google-Profil sehr sinnvoll.

7. Stimmt es, dass die Gelben Seiten und Das Örtliche im Internet Bewertungsportale sind?

Ja, das stimmt. Nahezu alle Branchenverzeichnisse bieten heute eine Bewertungsmöglichkeit für jedweden Brancheneintrag an. Seit geraumer Zeit lässt sich beobachten, dass Google diese Verzeichnisse häufig weit oben in den Suchergebnissen anzeigt. Sucht also eine Person nach einem Zahnarzt in Ihrem Ort, ist es gar nicht unwahrscheinlich, dass dessen Suche auch zu einem Branchenverzeichnis führt.

8. Stimmt es, dass Facebook ein Bewertungsportal ist?

Ja, das stimmt. Besitzt Ihre Praxis eine Unternehmensseite können Ihre Patienten Sie dort genauso bewerten wie auf einem Bewertungsportal auch. Inklusive der Bewertungssterne.

9. Stimmt es, dass Google Bewertungen auf Portalen findet und anzeigt, wenn man mich googelt?

Ja, das stimmt. Die Suchmaschine durchforstet das gesamte Internet und bringt Daten in Beziehung zueinander. Dabei werden in vielen Fällen sämtliche Bewertungen und Bewertungsprofile zu Ihrer Praxis gefunden. Sucht dann jemand nach Ihnen, wird Google die gefundenen Bewertungen in den Suchergebnissen anzeigen. Deswegen bleiben weder schlechte noch gute Bewertungen verborgen, sondern werden dem Suchenden „auf dem Silbertablett“ serviert.

10. Lohnen sich Premiumprofile auf Bewertungsportalen?

Diese können sich durchaus lohnen. Eine Entscheidung für oder gegen eine Praxis hängt häufig auch von Sympathie ab. Auf vielen Portalen können Sie erst dann ein Bild hinterlegen, wenn Sie ein kostenpflichtiges Premiumprofil buchen. Dadurch können Sie nachweislich mehr Aufrufe Ihres Praxisprofils erwirken. Allerdings sollten Sie zuerst sicherstellen, dass Ihre Praxis nicht erst weit unten in den Suchergebnissen des Bewertungsportals (bei einer Suche nach z.B. „Zahnarzt Musterstadt“) in dem Portal auftaucht. Die Position lässt sich in aller Regel nicht erkaufen, sondern durch das Sammeln von Bewertungen erarbeiten. Erst wenn Ihr Praxisprofil möglichst oben in den Suchergebnissen auftaucht, wird es

auch gesehen und erst dann lohnt sich die kostenpflichtige Hinterlegung eines Bildes richtig. Einige Portale bieten weitere Vorteile des Premiumprofils, die an dieser Stelle jedoch nicht umfassend geschildert werden können.

Quelle

<http://moz.com/local-search-ranking-factors>

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.dentichck.de



Jens I. Wagner
Infos zum Autor

kontakt.

DentiCheck.

Aktives Bewertungsmanagement.

Gutes Online-Image.

Siemensstr. 12b, 63263 Neu-Isenburg

Tel.: 06102 37063117

beratung@dentichck.de

www.dentichck.de



SCHON PROBIERT?

Schon mal Schokolade probiert? Bestimmt haben Sie das – aber auch in Kombination mit rotem Pfeffer? Schon die Inkas tranken mit Pfeffer gewürzten Kakao wegen seiner stimmungsaufhellenden und anregenden Wirkung. Überraschende Fakten – und bei CEREC ist das nicht anders: Über 28 Mio. eingesetzte Restaurationen und 30 Jahre Erfahrung sprechen für sich. Probieren Sie das bewährte CAD/CAM-System doch einfach mal bei einer Live-Behandlung aus. **Es wird ein guter Tag. Mit Sirona.**

In einer Anwender praxis in Ihrer Nähe. Zum Beispiel hier:
18.03., 01.04.2015 Live-Demo, München
13.02., 04.03., 25.03.2015 Live-Demo, Berlin



AG1100-M43-5850