

Mit Bewertungs-SEO das Google-Ranking steigern

Unternehmen sollten ihre Onlinestrategie regelmäßig auf den neuesten Stand bringen. Von Jens I. Wagner, Dreieich, Deutschland.

Google-Bewertungen, Bewertungen in Arztportalen und in Branchenverzeichnissen werden als Rankingfaktoren in den Suchergebnissen immer wichtiger: Es entsteht die Marketingdisziplin des Bewertungs-SEO (SEO = Search Engine Optimization). Laut Suchmaschinenexperten werden Arztbewertungen im Internet als Rankingfaktor für Google immer wichtiger. Doch darüber hinaus gilt auch: Nicht jede Bewertung im Internet hat dieselbe Relevanz für Google. Vielmehr werden diese nach Faktoren wie der Verteilung auf verschiedene Bewertungsportale, Popularität der Bewertungsportale, Häufigkeit, Regelmäßigkeit und sogar den in den Bewertungstexten angesprochenen Themenfeldern gewichtet.

Native Google-Bewertungen sind wichtigster Faktor

Die für Google wichtigste Art von Arztbewertungen ist noch wenig bekannt: Bewertungen bei Google selbst! Die Suchmaschine ist längst selbst zu einem Bewertungsportal geworden und lässt ihre Nutzer Profile von Dienstleistern und Unternehmen direkt in der Google-Suche bewerten. Positives Feedback kann für die Wahl eines Dienstleisters entscheidend sein. Aber noch weit wichtiger ist diese Art Bewertung für Ihren Platz in den Suchergebnissen. Denn laut Experten zählen diese sogenannten „nativen“ Google-Bewertungen für das Ranking wesentlich mehr als Bewertungen auf traditionellen Bewertungsportalen.

Dieser Faktor wird trotz seiner Relevanz von Ärzten noch immer unterschätzt bzw. ignoriert. Allerdings ist die Abgabe von Google-Bewertungen für viele Patienten eine Herausforderung, da sie nicht



Die Grafik zeigt, welche Arztbewertungsfaktoren Einfluss auf das Ranking bei Google haben.

über das nötige Online-Know-how verfügen oder nicht bereit sind, sich bei Google für eine Bewertung zu registrieren.

Diese Gründe führen dazu, dass viele Google-Profil von Arztpraxen trotz ihrer immensen Bedeutung für das Ranking noch immer kaum Bewertungen bekommen. Das bedeutet aber ebenfalls, dass findige Ärzte hier schnell und effizient Vorteile im Ranking erzielen können.

Um Hürden für die Abgabe von Google-Bewertungen zu eliminieren, muss man sich schon einiges einfallen lassen. Ein Beispiel hierfür wäre die von MediEcho entwickelte Google-Auto-Login-Technologie. Diese ermöglicht Patienten mit einem Android-Smartphone, eine Google-Bewertung abzugeben, ohne sich manuell in ihr (meist ohnehin nicht bekanntes) Google-Profil einloggen zu müssen. Die Technologie nutzt das im Hintergrund mit jedem Android-Smart-

phone verbundene Google-Profil, meldet den Nutzer dort automatisch an, leitet ihn ebenso automatisch zu dem Google-Profil der Praxis und lässt ihn bewerten.

Arztbewertungen auf vermeintlich unwichtigen Portalen

Von großer Bedeutung ist es, Bewertungen auf mehreren Portalen zu erhalten. Ein Dienstleister mit breit gestreuten Bewertungen auf verschiedenen Portalen wird von Google als relevant für viele Benutzergruppen eingestuft. Daher ist dieser wahrscheinlich auch für die Nutzer der Suchmaschine von größerem Interesse und verdient einen der vorderen Plätze in den Suchergebnissen.

Zahnärzte, die nur auf einem Portal bewertet werden, befinden sich sozusagen auf dem digitalen Holzweg. Sie verspielen ihr bestes Potenzial und sollten hier schnellstens umdenken und handeln. Bei der schieren Anzahl an Bewer-

tungsportalen ist die Auswahl nicht immer ganz einfach. Es muss entschieden werden, wie viele und welche Seiten für das Ranking relevant sind. Dabei muss auch berücksichtigt werden, dass traditionelle Branchenverzeichnisse heute zu Bewertungsportalen geworden sind. Auch hier sollten Zahnärzte Bewertungen sammeln. Um genau auf den Portalen Bewertungen zu erhalten, die für Google am zuträglichsten sind, empfiehlt sich auch hier die Zusammenarbeit mit Spezialisten.

Auch der Inhalt der Bewertungstexte zählt

Neben Menge und Verteilung der Arztbewertungen fließt auch der Inhalt der Bewertungen in das Ranking mit ein. Hauptsächlich geschieht das über sogenannte Schlüsselwörter rund um das Thema Zahnmedizin. Werden in den Bewertungstexten Leistungen wie „Wurzelbehandlung“ oder „Zahnimplantat“ genannt, ist das für Google ein Indiz für die Relevanz des bewerteten Anbieters, sollten Nutzer nach genau diesem Schlagwort googeln.

Für Zahnärzte ergibt sich also die Herausforderung, Bewertungen zu speziellen Behandlungen zu erhalten. Es sollten gezielt jene Patienten um Bewertungen gebeten werden, die eine solche Behandlung erfahren haben. Gleichzeitig sollten sie auch über die Behandlung berichten und nicht nur die Freundlichkeit des Teams erwähnen. Zwar schränkt das die Anzahl an möglichen Bewertungen ein, erhöht aber deren Qualität im Allgemeinen. Solche thematischen Bewertungen werden dann das Ranking sowohl zu der Behandlung im Speziellen als auch für die eigene Praxis im Allgemeinen erhöhen.

Bewertungs-SEO als Bestandteil Ihres Bewertungsmarketings

Arztbewertungen sind ein entscheidender Faktor für das Google-Ranking und damit für die eigene Sichtbarkeit im Internet. Diese Entwicklung stellt medizinische Dienstleister vor neue und schwierige Herausforderungen. Sie sollten sowohl native Google-Bewertungen als auch Bewertungen auf traditionellen Portalen sammeln – und das am besten regelmäßig und auch zu speziellen Behandlungen. Da zufriedene Kunden leider selten ihre Erfahrungen von selbst im Internet verbreiten, hat MediEcho eine Reihe von Instrumenten entwickelt, die das strategische Fördern von Bewertungen ermöglichen. Diese Instrumente werden in die praxisinternen Abläufe integriert, wodurch es regelmäßig zu qualitativ hochwertigen Bewertungen auf genau den Portalen kommt, die für die Praxis und ihre Ziele relevant sind. [DT](#)

Kontakt



Jens I. Wagner

MediEcho
Bewertungsmarketing
für Ärzte und Kliniken
Robert-Bosch-Straße 32
63303 Dreieich, Deutschland
Tel.: +49 6103 5027117
www.medi-echo.de

ANZEIGE



Neu!
Wurzelförmig mit
verschraubbarer
Innen-
verbindung



Stark. Ästhetisch. Metallfrei.

✓ Zweiteilig, reversibel
verschraubbar

✓ 100%
metallfrei

✓ Starke Verbindung
mit VICARBO® Schraube

Eine Innovation aus der Schweiz, basierend auf 10 Jahren Erfahrung in der Entwicklung von Keramikimplantaten.

www.zeramex.com

ZERAMEX®