

Teil 21: Patientenbewertungen im Internet

Arztbewertungen im Kontext des Praxisverkaufs

| Jens I. Wagner

Einen Nachfolger und Käufer für die eigene Arztpraxis zu finden, ist in aller Regel ein langwieriger, komplexer Prozess. Je weniger Interessenten sich melden, desto schlechter stehen die Karten für eine zeitnahe erfolgreiche Abwicklung. Wie also lässt sich die Anzahl an Interessenten erhöhen? Wie lässt sich jedem einzelnen dieser Interessenten signalisieren, dass ausgerechnet Ihre Praxis ein Juwel darstellt? Und welche Rolle spielt hierbei das Internet?

Ein junger Arzt, der durch einen der üblichen Multiplikatoren von Ihrer Bereitschaft zur Praxisabgabe erfahren hat, wird sich im Zuge seiner anfänglichen Recherche mit einem sehr begrenzten Informationsangebot zufriedengeben müssen. Er wird die ihm eventuell bereits vorliegenden rudimentären Kennziffern zur Wirtschaftlichkeit der Praxis studieren, die Demografie und die Dichte an konkurrierenden Arztpraxen im Einzugsgebiet betrachten und versuchen, ein Gefühl für das Image und die Positionierung Ihrer Praxis zu erhalten.

An dieser Stelle sollte man sich gegenwärtig, dass viele der durch den recherchierenden Nachfolger in spe in Betracht gezogenen Stellschrauben nicht beeinflussbar sind. Die demografische Entwicklung Ihres Einzugsgebiets ist durch Ihr Einwirken nicht veränderbar. Die Dichte an konkurrierenden Arztpraxen ist es ebenso wenig. Auch die wirtschaftlichen Kennziffern der vergangenen Jahre sind fix. Umso wichtiger ist es, die wenigen verbleibenden Chancen zur positiven Einflussnahme gezielt zu nutzen.

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? Wenn dies der Fall ist, werden demografische oder wirtschaftliche Faktoren in der Entscheidungsfindung in ihrer Relevanz gemindert. Welche Stellschrauben sind also beeinflussbar und wie vermitteln Sie einem Interessenten, dass ein echtes zukunftsfähiges Potenzial in Ihrer Praxis schlummert? Versetzen wir uns in die Lage des Nachfolgers in spe. Für seine anfängliche Recherche wird er, mit Ausnahme der eventuell vorliegenden wirtschaftlichen Kennziffern, vor allem auf ein Werkzeug zurückgreifen: das Internet. Dies ist eine gute Nachricht, denn diese Erkenntnis erlaubt uns, zu steuern, was der Recherchierende zu Gesicht bekommen wird.

Die eigene Homepage nicht überbewerten

Natürlich denken wir zum Thema Internet erst einmal an die eigene Homepage. Sollte diese erneuert werden? Eine Modernisierung kostet Sie in aller Regel zwischen 2.000 und 10.000 EUR, je nach Anspruch und Projektumfang. Dies ist eine hohe Investition. Insbesondere, da Ihr Nachfolger vermutlich eigene Vorstellungen bezüglich der Webseite mitbringt und diese wieder ändern wollen wird. Was will oder kann denn eine moderne Homepage

signalisieren? Dass die Praxis mit der Zeit gegangen ist. Dass die Praxis „in Schuss gehalten“ wird. Dass die Investition hier gut aufgehoben ist und der Nachfolger auf diese Steine wird bauen können. Diese Signale sollten eine Investition in die Modernisierung der Homepage wert sein. Denken Sie daran: Sie verkaufen nicht nur eine Praxis, sondern vor allem die Vision einer tragfähigen Zukunft.

Der Einfluss der eigenen Homepage auf die Kaufentscheidung sollte weder über- noch unterbewertet werden. Es existieren nur wenige Stellschrauben, auf die Sie direkt Einfluss nehmen können, und die Homepage ist eine davon. Lassen Sie diese Chance nicht ungenutzt, aber halten Sie das Investitionsvolumen im möglichst unteren Bereich der Bandbreite.

Arztbewertungen im Internet nicht unterschätzen

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.

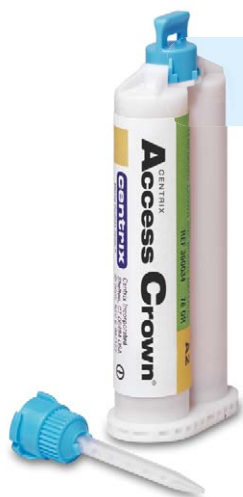
Access Crown®

Bis-Acryl-Komposit für provisorische Kronen und Brücken



Schneller. Leichter. Klüger.

Das Bis-Acryl-Komposit Access Crown von Centrix bindet in nur 60 Sekunden zu einem elastischen Material ab und lässt sich ohne zu verformen entfernen. 40 % weniger Abfall dank kleinstmöglicher Anmischspitzen. Erhältlich in sieben gängigen VITA*-Farben sowie einer Bleach-Farbe.



ANGEBOT

2+1: Kaufen Sie 2 Packungen Ihrer Wahl und erhalten Sie eine Packung gratis dazu! (Sie sparen 87,95€)

Kostenfrei anrufen
0800-2368749

und Code angeben: **ZWP-AC-0414**

Dieses Angebot gilt bis zum 31.05.2014

Weitere Informationen finden Sie unter www.centrixdental.de.



centrix®

Macht Zahnheilkunde einfacher.™

Wenn man Ihre Person oder den Namen Ihrer Praxis nach dem Muster „Zahnarzt Mustermann Musterstadt“ googelt, so wird die Suchergebnisseite im oberen Bereich Suchergebnisse aufzeigen, die auf Ihre eigene Internetpräsenz (Ihre Homepage) führen, und im unteren Bereich werden Suchergebnisse abgebildet, die zu Ihrem Profil in diversen Arztbewertungsportalen führen. Diese Profile existieren, unabhängig davon, ob Sie diese angelegt haben oder nicht.

Arztbewertungen wirken in vielerlei Hinsicht

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. Und sie bewirken eine verbesserte Auffindbarkeit in Arztbewertungsportalen, denn je mehr Bewertungen eine Praxis vorweist, desto höher wird die Praxis in den Suchergebnissen des Bewertungsportals erscheinen.

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 ergibt. Dazu wird er alle Google-Suchergebnisse anklicken und so direkt auf die vorliegenden Bewertungen stoßen. Was immer er vorfindet, wird seine Entscheidungsfindung entsprechend beeinflussen.

Szenario 1: Sie sind so gut wie nicht bewertet

Dies ist der Regelfall. Eine Praxis, die sich dem Thema „Arztbewertungen im Internet“ noch nicht aktiv gewidmet hat, wird in aller Regel kaum Bewertungen vorweisen können. Ist dies nun ein neutrales Signal für den Recherchierenden? Da wir heutzutage davon ausgehen können, dass sich in Ihrem

Einzugsgebiet konkurrierende Praxen befinden, die bereits aktiv Bewertungen sammeln und somit ein positives Image im Internet vorweisen können, verdeutlicht die Abwesenheit von Bewertungen, dass Ihre Praxis womöglich nicht zu den führenden Praxen vor Ort gehört.

Das Fehlen von Bewertungen ist daher keineswegs neutral einzuordnen. Bestenfalls kann man hier eine verpasste Chance sehen, schlechtestenfalls einen Mangel an Reputation vermuten. Ein Interessent benötigt positive Signale. Er will in seiner Entscheidungsfindung bestärkt werden. Wenn Ihre Praxis sich in diesem Szenario 1 befindet, investieren Sie unverzüglich in den Aufbau eines positiven Online-Images. Zeigen Sie den Interessenten, dass Ihre Praxis zu den besten vor Ort zu zählen ist.

Szenario 2: Es existieren kritische Bewertungen

Man kann es nicht allen recht machen. Deswegen sind kritische Bewertungen auch nie gänzlich vermeidbar. Sie stellen allerdings dann eine Irritation dar, wenn keine guten Bewertungen den Gesamteindruck positiv erscheinen lassen oder wenn der Bewertungstext nicht tragbare Anschuldigungen enthält. Wenn einer der beiden Punkte zutrifft, müssen Sie reagieren. Sie können nicht zulassen, dass potenzielle Käufer verunsichert werden.

Aktiv Arztbewertungen steigern

Leider werden nur die allerwenigsten Patienten, auch nachdem Sie durch Ihre Person darum gebeten wurden, eine Bewertung im Internet veröffentlichen. Wenn Sie gezielt und effektiv für den Aufbau Ihres Online-Images Arztbewertungen einholen möchten, dann muss die Bewertungsabgabe noch in den Praxisräumen erfolgen. Nutzen Sie hierfür einen Anbieter für professionelles Bewertungsmanagement, wie zum Beispiel die Firma

DentiCheck. Solche Anbieter erlauben ein Sammeln von Bewertungen ohne Mehraufwand für Patient oder Praxisteam.

Der erste Eindruck zählt

Durch die optimale Ausrichtung der beiden unmittelbar beeinflussbaren Stellschrauben „Homepage“ und „Online-Image durch Arztbewertungen“ wird jedwede Internetrecherche eines Kaufinteressenten dessen Entscheidungsfindung in Ihre Richtung bestärken. Nutzen Sie die wenigen Möglichkeiten einer Einflussnahme, erhöhen Sie die Wertigkeit Ihrer Praxis und schaffen Sie eine Vision, die eine entsprechende Investition wert ist. Die hierfür notwendigen circa 4.000 EUR an Investition werden sich im Kaufpreis mit Sicherheit gut verzinst niederschlagen.



Jens I. Wagner
Infos zum Autor

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.dentichck.de über Details dieser Leistung informieren und den kostenfreien Online-Bewertungs-Check direkt via Internet bestellen.

kontakt.

DentiCheck.
Aktives Bewertungsmanagement.
Gutes Online-Image.

Siemensstr. 12b
63263 Neu-Isenburg
Tel.: 06102 37063117
beratung@dentichck.de
www.dentichck.de

ANZEIGE

www.zwp-online.info **ZWP online**



Jetzt attraktive
Einführungs-
angebote sichern!
0800-2028-000*

Selbstschneidend, konisch, modern, bionisch

BEGO Semados® RS/RSX-Implantate

- FLEXIBEL: Ein **Chirurgie-Tray** für beide Systeme
- INDIVIDUELL: Maschinerte (RS-Line) oder mikrostrukturierte (RSX-Line) Schulter mit **Platform Switch**
- MODERN: **Bionisch optimierte Mikrorillen** (zum EU Patent angemeldet, noch nicht offen gelegt)
- EINFACH & SCHNELL: **Selbstschneidendes Gewindedesign** mit optimalem Schneidwinkel

www.bego-implantology.com

Miteinander zum Erfolg



 **BEGO**

*kostenfrei aus dem deutschen Festnetz