

Wie komme ich zu mehr Bewertungen im Internet?

| Jens I. Wagner

Arztbewertungen durch Patienten im Internet gewinnen immer weiter an Relevanz – vor allem aufgrund ihrer Sichtbarkeit in den Google-Suchergebnissen und dem Einfluss auf das Google-Ranking. Gleichzeitig kommen aber die wenigsten Patienten von sich aus auf die Idee, einmal ihre Meinung im Internet niederzuschreiben. Ohne aktives Handeln der Praxis kommt es selten zu Arztbewertungen. Welche Möglichkeiten gibt es also, um Bewertungen aktiv einzuholen?

Im Folgenden beleuchten wir die Vor- und Nachteile gängiger Methoden des aktiven Bewertungssammelns vor dem Hintergrund relevanter Kriterien. Die Einzelkriterien unterteilen wir in zwei Gruppen, die der Einfachheit halber mit Effizienz und Effektivität betiteln (Abb.). Die Kriteriengruppe Effizienz beleuchtet die möglichen Reibungswiderstände in der Umsetzung einer Methode, während die Gruppe Effektivität die Eignung einer Methode in Bezug auf die Erreichbarkeit eines oder mehrerer strategischer Ziele prüft.

Die gängigsten Ansätze im Überblick

	Kärtchen	iPad-App	Dienstleister
EFFIZIENZ			
Patientenbelastung	●	●	●
Arbeitszeit	●	●	●
Verlustquote	●	●	●
Kosten	●	●	●
EFFEKTIVITÄT			
Guten Ruf sichern	●	●	●
Besseres Google-Ranking	●	●	●
Neupatientenakquise	●	●	●
Einzugsgebiet ausweiten	●	●	●
Leistungen fokussieren	●	●	●

Die Methode schneidet in diesem Kriterium wie folgt ab:
 ● gut ● mittel ● schlecht

Effizienzkriterien im Überblick

Kosten/Arbeitszeit: Manche Methoden des Bewertungssammelns erfordern Anschaffungs- oder laufende Kosten oder beanspruchen die Arbeitszeit des Praxisteams in unterschiedlicher Intensität.

Patientenbelastung: Für die Patienten ist die Abgabe einer Bewertung je nach Ansatz mit einem gewissen Aufwand verbunden. So kann die Abgabe einer Bewertung in der Suchmaschine Google bis zu 30 Minuten Zeit kosten.

Verlustquote: Je nach Vorgehen stellt sich die Frage, wie viele Patienten Sie um eine Bewertung bitten müssen, bevor einer dieser Patienten Ihrem Bitten nachkommt. Die Quoten variieren stark zwischen 1:20 und näherungsweise 1:1.

Effektivitätskriterien im Überblick

Ziel „Guten Ruf sichern“: Negative Bewertungen sind dann am problematischsten, wenn die Meinungen Ihrer zufriedenen Patienten nicht sichtbar bzw. vorhanden sind. Um dem vorzubeugen, empfiehlt es sich, auf jedem für Ihre Praxis in Google aufgeführten Bewertungsportal eine gewisse Anzahl eben jener Meinungen zufriedener Patienten aufzufinden. In aller Regel bedeutet dies für etwa zehn Portale Bewertungen zu sammeln. Viele Ansätze des Bewertungssammelns sind hierfür leider kaum geeignet.

Ziel „Besseres Google-Ranking“: In einer jährlich erscheinenden Studie¹

untersuchen Experten den Einfluss von Bewertungen auf das Google-Ranking. Hier wird unter anderem deutlich, dass Bewertungen a) in mehreren Portalen b) regelmäßig und c) in Ihrem Google-Profil für das Ranking Ihrer Praxis wichtig sind. Stark negative Durchschnittswerten wirken hingegen abwertend. Die Kriterien a), b) und c) sind mit den meisten gängigen Ansätzen kaum erfüllbar.

Ziel „Neupatientenakquise“: Bewertungen wirken sich in vielerlei Hinsicht positiv auf die Neupatientengewinnung aus. Idealerweise erscheint Ihre Praxis erstens in den Suchergebnislisten relevanter Bewertungsportale oben im Sichtbereich und es wird zweitens bereits bei einer Google-Suche nach Ihnen auf den ersten Blick klar ersichtlich, dass Ihre Patienten Sie gerne und häufig weiterempfehlen.

Ziel „Einzugsgebiet ausweiten“: Warum sollte ein potenzieller Patient eine zwanzig Minuten längere Anreise in Ihre Praxis in Kauf nehmen, wenn er doch auch Ärzte direkt vor Ort hat? Weil Ihre Praxis zu den gerne empfohlenen Praxen in der Region gehört. Wenn ein Interessent Ihre Praxis googelt, muss Ihr guter Ruf auf Anhieb ersichtlich sein. Dann liefern Sie ein weiteres Argument, um längere Anfahrtszeiten zu rechtfertigen.

Ziel „Leistungen fokussieren“: Wenn Sie bestimmte Leistungen in den Vordergrund stellen möchten bzw. Ihre Tätigkeit auf diese fokussieren wollen,

Wir haben die Absaugung erfunden. Schon wieder.



Zur Animation



1964 haben wir das Absaugsystem erfunden. Ein Meilenstein in der Dentaltechnik. Mit dem selben Anspruch an Qualität und Zuverlässigkeit, haben wir ein völlig neues System mit Radialtechnologie entwickelt. Das Ergebnis ist über 50 Prozent leichter, effizienter und sparsamer. **Mehr unter www.duerrdental.com**

**DÜRR
DENTAL**
DAS BESTE HAT SYSTEM

so sollte Ihre Praxis bei einer Google-Suche nach einem Anbieter in dem präferierten Leistungsspektrum auch gefunden werden. Ein Weg dies zu fördern liegt darin, genau die Patienten um Bewertungen zu bitten, die in diesem Leistungsbereich behandelt wurden. Wenn diese in ihren Bewertungstexten von der Behandlung berichten, wird auch Google die Relevanz Ihrer Praxis für diese Leistungsbereiche höher einordnen. Da Sie in diesem Falle die Patienten stark selektieren müssen, ist die Minimierung der Verlustquote für ein Gelingen vorrangig.

Bewertungen fördern durch: Bewertungskärtchen mitgeben

In diesem Ansatz druckt die Praxis einfach die Internetadresse eines oder mehrerer Bewertungsportale auf ein Kärtchen und verteilt diese mit der Bitte um eine Bewertung an die Patienten. Während die Druckkosten vernachlässigbar sind, ist jedoch etwas an Arbeitszeit seitens des Teams notwendig, da hier zwangsweise relativ viele Patienten angesprochen werden müssen. Denn während die Methode relativ einfach umzusetzen ist, klagen die meisten Anwender unter einer hohen Verlustquote: Es müssen viele Patienten um eine Bewertung gebeten werden, bevor es tatsächlich zu einer solchen kommt. Die gängigen strategischen Ziele sind mit diesem Ansatz entsprechend schwierig zu erreichen.

Bewertungen fördern durch: iPad App eines Portals nutzen

Vereinzelte Bewertungsportale bieten eine App für ein iPad an, mit der Bewertungen gesammelt werden können. Die Apps funktionieren in aller Regel gut und lassen sich auf die Praxis hinsichtlich Design und Fotos anpassen. Die Anschaffungskosten für die App sind meist überschaubar, sodass diese Methode im Falle eines vorhandenen iPads nur wenig Kosten verursacht. Nachteilig ist bei den meisten Apps, dass der Patient sich via seiner E-Mail registrieren muss. Er kann also die Bewertung mittels der App in der Praxis abgeben, muss diese allerdings zu Hause nochmals von seinem privaten PC bestätigen. Dadurch kommt es auch hier zu Verlusten, da dies gerne schlicht vergessen wird.

Des Weiteren empfinden viele Menschen die Eingabe von längeren Texten auf dem iPad als umständlich. Auch muss das Team oft eine Hilfestellung im Umgang mit dem iPad und der App geben, was auf Kosten der Arbeitszeit geschieht. Leider kann man sich bei Nutzung einer solchen App auch nur auf ein Bewertungsportal fokussieren. Je nach Zielsetzung der Praxis ist der Einsatz einer portalgebundenen iPad App dennoch eine valide Option. Insbesondere im Bereich der Neupatientenakquise sowie in der Vorstellung bestimmter Leistungen kann viel erreicht werden. Denn durch das Sammeln von Bewertungen wird die Praxis zumindest auf dem entsprechenden Portal stetig weiter nach oben in den Suchergebnisrängen klettern und öfter in die engere Auswahl von Zahnarztsuchenden geraten.

Bewertungen fördern durch: Portalunabhängigen Dienstleister

Aufgrund der Schwierigkeiten im Sammeln von Bewertungen wurden Dienstleistungen ins Leben gerufen, die genau die hier beschriebenen Hürden adressieren und eine Brücke zwischen Patientenstamm und Internet bilden. Im Wesentlichen übernimmt der Dienstleister die Veröffentlichung einer Bewertung im Internet im Auftrag des Patienten, ohne diese inhaltlich zu verändern. Die Unabhängigkeit von Bewertungsportalen erlaubt das Sammeln von Bewertungen auf weitestgehend genau den Portalen und in der Anzahl, die für die Zielerreichung der jeweiligen Praxis empfehlenswert ist. Die Arbeitsaufwände für Patient und Praxisteam werden zeitgleich minimiert. Während diese Dienstleistungen folglich sowohl effizient als auch effektiv sind, liegt einer ihrer offensichtlichen Nachteile in der anfallenden Vergütung. Dem Patienten wird es hier ermöglicht, seine Bewertung direkt vor Ort in der Praxis abzugeben. Dies kann sowohl auf einem Fragebogen aus Papier als auch über eine iPad App erfolgen. Im Gegensatz zu allen anderen Umsetzungsmöglichkeiten muss der Patient aber in aller Regel nicht nochmals von zu Hause aus tätig werden. Das Sammeln von Bewertungen wird folglich stark vereinfacht und die Verlustquote minimiert. Natürlich existieren weitere Möglichkeiten,

die wir kurz erwähnen wollen. Einige Praxen motivieren regelmäßig ihre Facebook-Fanbase zum Bewerten, andere Praxen verlinken von der Homepage auf die verschiedenen Bewertungsportale. Wieder andere Praxen schicken die Bewertungsaufforderung mit dem Recall oder mit der Rechnung an den Patienten. Manche Praxen nutzen auch einen E-Mail Newsletter. All diese Methoden beinhalten ihre eigenen Vor- und Nachteile.

Quelle

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

info.

DentiCheck bietet zurzeit einen mit dem **Gutschein-Code „ZUW“** kostenfreien Online-Bewertungs-Check an. Dieser hilft Ihnen zu verstehen, wie Ihre Praxis aktuell auf zahlreichen Portalen und in Google bewertet wird.

• 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



Assistina 3x3: Innen rein, außen rein



Die Assistina 3x3 reinigt und pflegt bis zu drei Instrumente automatisch.

Automatische Innen- und Außenreinigung, kurze Zykluszeit, einfache Bedienung: die perfekte Vorbereitung von Hand- und Winkelstücken und Turbinen auf die Sterilisation.

* Aktion gültig bis 15.5.15



W&H Deutschland, t 08682/8967-0 wh.com

Beim Kauf
einer Assistina
erhalten Sie
2 Adapter kostenlos.

Sie sparen bis zu € 324

assistina **AKTION***