Nadja Alin Jung

Gesucht und gefunden werden mit Google My Business

PRAXISMARKETING Immer mehr Patienten suchen ihren neuen Zahnarzt heute im Internet – Ihre Chance, mit einem durchdachten Onlinemarketing-Fahrplan Neupatienten zu gewinnen! Ein gepflegtes Google My Business-Profil trägt dazu bei, im World Wide Web gefunden zu werden, und kann die Aufmerksamkeit gezielt auf Ihre Praxis lenken. Lesen Sie hier, worauf es ankommt.

Die Poleposition unter den Suchmaschinen hat nach wie vor ganz klar Google, insbesondere auch, wenn es um medizinische Suchanfragen geht. Damit potenzielle Neupatienten bei ihrer Google-Suche gezielt auf Ihre Praxis stoßen, kann ein entsprechendes Praxisprofil bei Google hilfreich sein. Um dafür zu sorgen, dass Google Ihr Profil möglichst hoch rankt und es schließlich unter den Top-Suchergebnissen und bei Google Maps erscheint, gibt es einige hilfreiche Tipps.

Die Basics: Welche Infos gehören in mein Profil?

Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung gehört Google My Business zu dem wohl wichtigsten Werkzeug, um bei lokalen Suchanfragen auf Google von Ihren potenziellen Neupatienten gefunden zu werden.
Dabei werden in Google My Business gleich zwei Dienste zusammengefasst, die beide zentral verwaltet werden können: Google Places und Google Maps. Durch die Anmeldung bei Google My Business wird eine Praxis nicht nur bei der Google-Suche gefunden, sondern auch auf dem Kartenmaterial von Google Maps abgebildet.
Google My Business steht Nutzern kostenfrei zur Verfügung und sollte daher in jedem Falle in seinen verfügbaren Basisoptionen genutzt werden. Die Anmeldung verläuft wie folgt:

1. Erstellung und Aktivierung eines kostenlosen Google-Kontos.
2. Nach Schritt 1 Anmeldung bei Google My Business.
3. Geben Sie Ihren Praxisnamen und Praxisadresse ein. Jetzt sollte ein vollständiger Praxiseintrag automatisch zu sehen sein. Sollte Ihre Praxis nicht gefunden werden, dann legen Sie sie neu an. Ebenfalls automatisiert erscheinen Ihre Einträge bei Onlineportalen, auch Rezensionen auf Arztbewertungsportalen werden vom System direkt in Ihr Profil eingebunden.
4. Gegebenenfalls müssen Sie Ihren Eintrag per Postkarte oder Telefon verifizieren, um zu bestätigen, dass Sie der Praxisinhaber sind.
5. Nun können die Praxisdaten vervollständigt und weitere Inhalte ergänzt werden.

Sichtbar werden für Google

Grundsätzlich haben Sie keinen direkten Einfluss auf die Position, die Google Ihrem My Business-Profil einräumt, denn die Suchmaschine arbeitet mit komplexen Algorithmen. Eins steht aber fest: Je besser gepflegt Ihr Profil ist, desto positiver kann sich dies auf das Ranking auswirken. Außerdem haben besonders aktive Profile eine bessere Chance auf ein gutes Ranking – Sie sollten also Bewertungen generieren und hierzu auch entsprechende Kommentierungen verfassen.
Einen weiteren Pluspunkt erhalten Sie für die zeitnahe Beantwortung von Patientenfragen, die Sie via Google My Business erreichen. Das befördert nicht nur Ihr Profil im Ranking nach oben, sondern ist auch gut für das

Der Dummy veranschaulicht, wie ein Profilaufruf aussehen kann, wenn ein Nutzer in Google Maps oder Google My Business nach Ihrer Zahnarztpraxis sucht – eingerichtetes Google My Business-Profil vorausgesetzt. (Fotos: rh2010/Adobe Stock)

PRAXISTIPP Denken Sie beim Einpflegen der Praxisdaten an die Öffnungszeiten. Auch die Verlinkung zu Ihrer Website ist ein Muss, denn hier präsentieren Sie sich und Ihre Praxis ausführlich. Zu den wichtigsten Google-Basics zählt auch die Hinterlegung von emotionalem Bildmaterial – im Bestfall wurde dies im Rahmen eines professionellen Praxisfotoshootings erstellt.

Image: Sie möchten Ihren Patienten schließlich vermitteln, dass Sie jederzeit für sie da sind.

Bleiben Sie souverän: Der Umgang mit Rezensionen

Patienten, die bei Ihnen in Behandlung waren oder sind, können Ihnen über Ihr Google My Business-Profil ein Feedback zu ihrer Behandlung, der Praxisatmosphäre oder auch zu Ihrer Person geben. Auch ist es Patienten mit eigenem Google-Konto möglich, selbst erstellte Fotos Ihrer Praxis hochzuladen und diese mit Ihrem Google My Business-Profil zu verknüpfen. Sogenannte „Local Guides“ belohnt Google außerdem mit einem eigenen Punktevergütungssystem – darunter verbergen sich Nutzer, die besonders häufig und detailliert bewerten, Fotos einstellen und sogar Videos von Orten/Unternehmen hinzufügen.
Wie Sie auf Fremdinhalte – insbesondere auf Textbewertungen – reagieren, sagt viel über Sie und Ihre Praxis aus. Das gilt sowohl für positive als auch negative Bewertungen sowie für schönes bzw. weniger ansprechendes Bildmaterial. Die goldene Regel: Cool bleiben! Erhalten Sie eine negative Bewertung, ist es ratsam, sachlich darauf zu antworten, auf Kritikpunkte einzugehen und – insofern möglich – sie freundlich zu entkräften. Setzen Sie auf ein professionelles Beschwerdemanagement und reagieren Sie gleichermaßen auf positives wie auch auf negatives Feedback. Je nachdem, ob ein Kommentar gegen die Nutzungsbedingungen von Google verstößt, können Sie auch dessen Löschung in Erwägung ziehen.

Fazit

Die richtigen Infos, die Nutzung aller relevanten Profilinformations-Kategorien und eine überzeugende Fotogalerie sind Pflicht für Ihr Google My Business-Profil. Die Kür: Bewertungen generieren und souverän mit ihnen umgehen. Beachten Sie einige goldene Regeln des Onlinemarketings, stehen die Chancen gut, dass Ihr Google My Business-Profil so weit im Ranking aufsteigt, dass es den Suchmaschinennutzern automatisch angezeigt wird. Ihre Praxis bekommt die Aufmerksamkeit des Webs, und Ihre zukünftigen Patienten finden auf der Suche nach einem Zahnarzt: Sie. Nutzen Sie die Marketingmöglichkeiten, die das Internet Ihnen bietet, und pushen Sie die Onlinepräsenz Ihrer Praxis.

INFORMATION

m2c | medical concepts & consulting
Mainzer Landstraße 164
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 069 46093720
info@m-2c.de
www.m-2c.de

Infos zur Autorin

ANZEIGE

3M Science. Applied to Life.™

JETZT AUCH SUPERSCHNELLE Polyether Präzision als HEAVY BODY

3M™ Impregum™ Super Quick Polyether Abformmaterial

Der 2 Minuten Polyether

3M.de/Impregum