

Reputationsmanagement und der Umgang mit schlechten Rezensionen

← Seite 1

Wer bewertet eine KFO-Praxis?

Grundsätzlich hinterlassen zwei „Extremgruppen“ von Patienten Bewertungen für Praxen: Die erste Gruppe besteht aus äußerst begeisterten Patienten, die zum Beispiel aufgrund der Freundlichkeit der ZFA eine extrem positive Bewertung abgeben.

Die zweite Gruppe hingegen ist sehr verärgert, beispielsweise aufgrund langer Wartezeiten, und gibt entsprechend negative Bewertungen ab. Diese subjektiven Meinungen haben selbstverständlich nichts mit Ihren medizinischen Fähigkeiten als Kieferorthopäde zu tun und geben kein vollständiges Bild Ihrer KFO-Praxis wieder. Machen Sie sich dies immer wieder bewusst und ärgern Sie

sich nicht unnötig über schlechte Bewertungen! Dennoch sollten Sie negative Bewertungen nicht einfach ignorieren, da sie das Gesamtbild Ihrer KFO-Praxis beeinflussen, das von Außenstehenden wahrgenommen wird. Dies kann nicht

ANZEIGE



„Ziel sollte es daher sein, Ihren Onlineauftritt zu pflegen und das Feedback der Patienten aktiv zu nutzen, um Ihre Gesamtperformance kontinuierlich zu verbessern.“

nur darüber entscheiden, ob neue Patienten – insbesondere Privatpatienten, die großen Wert auf ein umfassend positives Erlebnis legen – Ihre KFO-Praxis aufsuchen oder nicht, sondern beeinflussen, ob potenzielle Mitarbeiter sich bewerben oder nicht. Engagierte und qualifizierte Bewerber haben normalerweise bereits eine feste Anstellung und werden diese nicht für eine Praxis aufgeben, die negativ dargestellt wird.



„Kommunizieren Sie den Patienten, dass ihre Bewertung anderen Patienten bei der Suche nach einer passenden KFO-Praxis helfen kann.“

Das Bild Ihrer KFO-Praxis positiv beeinflussen

Die gute Nachricht ist, dass Sie das Bild Ihrer KFO-Praxis mit wenig Aufwand verbessern können. Obwohl es gelegentlich vorkommen kann, dass ein Patient Schwierigkeiten hat, Sie telefonisch zu erreichen oder einen Parkplatz zu finden, sind die meisten Ihrer Patienten glücklich und zufrieden, wenn vielleicht auch nicht so euphorisch wie diejenigen, die Ihre KFO-Praxis bereits positiv bewertet haben. Andernfalls würden sie nicht immer wieder zu Ihnen kommen. Teilen Sie diesen grundlegend zufriedenen Patienten mit, dass Sie und Ihr Team sich über eine Bewertung freuen würden. Die Mehrheit hat vermutlich noch nie darüber nachgedacht, Ihre KFO-Praxis online zu bewerten. Doch wenn Sie sie aktiv darauf aufmerksam machen, werden einige von ihnen Ihrer Bitte sicherlich nachkommen.

So sammeln Sie mehr Bewertungen

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Ihre Patienten auf die Bewertungsportale aufmerksam zu machen, beispielsweise:

- ★ Ein Schild an der Rezeption
- ★ Eine kleine Karte, die jeder Patient erhält
- ★ Der Monitor im Wartezimmer (falls vorhanden)
- ★ Eine Nachricht über das Online-Terminbuchungssystem (falls genutzt)

Kommunizieren Sie den Patienten, dass ihre Bewertung anderen Patienten bei der Suche nach einer passenden KFO-Praxis helfen kann. Mit dieser Formulierung vermeiden Sie den Eindruck, dass der Patient Ihnen einen Gefallen tut. Stattdessen bietet er anderen Menschen eine wertvolle Orientierungshilfe.

Die Vorteile des aktiven Sammelns von Rezensionen

Beginnen Sie damit, aktiv Bewertungen zu sammeln, bewirken Sie zwei Dinge: Erstens erhöht sich die Anzahl der Bewertungen. Dies ist äußerst wichtig, da eine 5-Sterne-Bewertung auf Plattformen wie Google, jameda und Co. auf den ersten Blick zwar toll aussieht, aber wenig aussagekräftig ist, wenn sie auf unter 50 Bewertungen basiert. Erst ab dieser Anzahl nehmen potenzielle Patienten eine Bewertung ernst. In der Regel entspricht eine solche Anzahl auch nicht exakt 5,0 (bzw. 1,0 bei jameda). Tatsächlich hat dies einen großen Vorteil: Erstens wirkt eine hohe, aber nicht perfekte Bewertung auf potenzielle Patienten wesentlich authentischer und glaubwürdiger, zweitens fallen negative Rezensionen, wie die eines Patienten, der keinen Parkplatz finden konnte, weniger auf. Bei einer großen Anzahl von Bewertungen verlieren diese weniger relevanten Bewertungen an Bedeutung.

„Erstens wirkt eine hohe, aber nicht perfekte Bewertung auf potenzielle Patienten wesentlich authentischer und glaubwürdiger, zweitens fallen negative Rezensionen, wie die eines Patienten, der keinen Parkplatz finden konnte, weniger auf.“

++ ++ ++

Bewertungen kommentieren

Kommentieren Sie jede Rezension, unabhängig davon, ob sie positiv oder negativ ist. Achten Sie jedoch bei negativen Bewertungen darauf, nicht aus Verärgerung über eine ungerechtfertigte Bemerkung zu reagieren. Bedenken Sie, dass die Mehrheit der Patienten Ihre medizinischen Fähigkeiten nicht richtig einschätzen kann. Diese Erkenntnis hilft Ihnen, professionell zu reagieren und eine persönliche Distanz zu wahren.

Schreiben Sie Ihre Antwort zudem immer für die anderen Leser und nicht nur für den Verfasser. Denn es ist unwahrscheinlich, dass Ihre Antwort die negative Erfahrung des betroffenen Patienten ändern wird, selbst wenn sie unbegründet ist. Doch mit einer gut formulierten Antwort können Sie beeinflussen, wie andere potenzielle Patienten die Situation und Ihre KFO-Praxis wahrnehmen.

Beispiel: Offen auf negative Bewertungen reagieren

In einer relativ großen Praxis befanden sich aufgrund der Corona-Situation fast 50 Prozent der Mitarbeiter in häuslicher Quarantäne. Wenn die Hälfte des Teams fehlt und die andere Hälfte die gesamte Arbeit allein bewältigen muss, können Fehler passieren. Diese Situation kann sich negativ auf Patienten auswirken, da diese die Zusammenhänge nicht kennen.

So fiel auch in dieser Praxis etwas vor, was zu einer berechtigten negativen Bewertung führte. Der Praxisinhaber entschloss sich, das einzig Richtige zu tun und die Wahrheit zu schreiben. Er antwortete öffentlich auf die Bewertung, dass der Beschwerdeführer absolut recht habe und dass die Ereignisse wahr seien. Was er jedoch nicht wissen könne – und das erwähnte er ebenfalls – ist, dass aktuell knapp die Hälfte des Teams in Quarantäne sei und sie den Betrieb trotzdem so gut wie möglich aufrechterhalten möchten.

Er gab in der Antwort zu, dass ihnen dabei Fehler unterlaufen und er und sein Team sich dafür entschuldigen. Es hätte nichts genützt, sich wütend dagegen zu verteidigen. Mit diesem Ansatz zeigte er Verständnis für den Ärger des Patienten und erklärte sachlich, wie es zu den Problemen gekommen ist.

Ob dies die Meinung des Beschwerdeführers geändert hat, weiß man nicht. Aber es ist wichtig, dass potenzielle Patienten oder Bewerber, die dies lesen, denken: „Mensch, die sind ehrlich! Die geben es auch mal zu, wenn etwas nicht gut gelaufen ist. Das finde ich gut! Denn das passiert doch überall einmal.“

Textlich wandte sich der Praxisinhaber in seiner Antwort zwar an den Beschwerdeführer, doch inhaltlich schrieb er vor allem für andere Leser und relativierte den negativen Kommentar in gewisser Weise.

Fazit: Kümmern Sie sich aktiv um die Bewertungen Ihrer KFO-Praxis

„Wichtig beim Thema Bewertungen auf Google, jameda und Co. ist, dass Sie aktiv werden und sich darum kümmern oder die Aufgabe an einen Ihrer Mitarbeiter übergeben. Es ist unvermeidlich, dass es unterschiedliche Bewertungen Ihrer KFO-Praxis geben wird. Doch mit geringem Aufwand können Sie beeinflussen, wie diese im Durchschnitt ausfallen und welche Auswirkungen sie auf potenzielle neue Patienten und Bewerber haben!“

Wolfgang Apel



Wolfgang Apel

info@medikom.org
www.medikom.org

Illustrationen: © Visual Generation – stock.adobe.com

ANZEIGE

Dentalline®

Sie suchen nach Innovationen und Qualität?

DANN ENTDECKEN SIE UNSERE NEUHEITEN!

Die besten Angebote sind näher als Sie denken...

NEU S-line™ passives SL-Keramikbracket

für höchste Ansprüche in Optik, Komfort und Behandlungseffizienz

- superflaches, stark abgerundetes Design
- herausragende Ästhetik
- ultimative Basis mit geneigten Unterschnitten
- patentierter widerstandsfähiger Verschlussmechanismus
- hochpräziser Slot für kontrollierte Torqueübertragung



NEU blue®m oral foam für Aligner, Retainer & KFO-Apparaturen

antibakterieller Schaum mit 3-fach-Wirkung:

- reinigt Aligner zu Hause & unterwegs
- pflegt Zähne & Zahnfleisch
- hellt Zähne sichtbar auf
- beseitigt & verhindert Gerüche und Vergilbungen
- steigert Patientenmotivation & Mitarbeit
- perfektes Give-away zum 1. Alignerset
- auch für andere KFO-Apparaturen, Retainer oder Schnarcherschienen geeignet



NEU RayFace 200 3D-Gesichtsscanner

- Erstellung eines 3D-Patienten per Mausklick
- Zusammenführen aller digitalen Daten und der natürlichen Kopfhaltung
- Erfassung visueller sowie funktioneller Aspekte
- Bestimmung der Okklusionsbeziehungen und Ausrichtung der Kiefergelenke
- Ermöglichung einer präzisen Diagnostik
- anschauliche Visualisierung der Behandlungsziele (3D Smile Design)
- Erleichterung der Patientenkommunikation



RAYFace

F1
DENTALSYSTEME

ENTDECKEN SIE AUCH UNSERE
DGKFO-SONDERAKTION

Angebotsflyer liegt auch dieser KN-Ausgabe bei.



dentalline GmbH & Co. KG Tel.: +49 7231 9781-0 | Fax: +49 7231 9781-15 | info@dentalline.de | dentalline.de

