

Google-Bewertungen per SMS generieren und managen

Ein Beitrag von Bérengère Croué

PRAXISMANAGEMENT /// Bewertungen sind heutzutage ein unabkömmlicher Bestandteil der Marketingstrategie von (Zahn-)Arztpraxen. Doch wie kann man diese aktiv managen und optimal nutzen?

Online-Bewertungen sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken! Mehr als 66 Prozent der Bundesbürger erkundigen sich vor einer verbindlichen Produktentscheidung oder Arztwahl zunächst über Bewertungen im Internet. Tendenz steigend! Zwar erfahren viele Patienten von einem neuen Arzt über Empfehlungen durch Freunde, Familie, Bekannte oder Kollegen, jedoch wird selbst eine solche, persönliche Empfehlung in der Regel noch einmal emotional bestätigt. Denn Patienten möchten heutzutage schon vor dem Besuch eines neuen Arztes sicherstellen, dass dieser eine gute Reputation besitzt. Was machen sie also? Googeln! Was sonst! Selbst eine ausgesprochene Empfehlung kann nun wackeln, wenn der Arzt seine Bewertungen nicht im Griff hat. Positive Online-Reviews wiederum sind eine sehr gute Werbung.

Bérengère Croué,
Geschäftsführung
PraxReviews



Ab sofort die Praxisreputation im Blick behalten und das Bewertungsmanagement testen unter www.prax.reviews

Positive Google-Bewertungen von Patienten

Als erstes wird der Patient bei seiner Suche auf das sogenannte Google My Business-Profil der Praxis stoßen. Jedes Unternehmen kann und sollte einen Google My Business-Eintrag besitzen, komplett ausfüllen und aktuell

halten. My Business-Profil sind Googles hausinternes Unternehmensregister, das zum Beispiel für die lokale Umfeldsuche genutzt wird. So erkennt Google die Absicht lokaler Suchanfragen und zeigt häufig eine Auswahl lokaler Ergebnisse an, schon bevor die organischen Suchergebnisse zu sehen sind.

Außerdem kann Google den Standort eines Nutzers anhand der IP-Adresse erkennen und somit für Suchanfragen mit lokaler Intention, z. B. nach „Zahnarztpraxis“, passende Ergebnisse liefern, die sich in der Nähe des Suchenden befinden. Jede fünfte Anfrage beinhaltet mittlerweile einen lokalen Bezug.



Die lokalen Suchergebnisse, ergo die Google Business Profile, werden mittlerweile sogar vor den normalen Suchergebnissen angezeigt.

Googles My Business Profils

Wichtiger Bestandteil eines Googles My Business Profils ist die Möglichkeit, dass Kunden dieses bewerten können. Diese Google Bewertungen haben wiederum Einfluss auf die Relevanz und die Sichtbarkeit des bewerteten Unternehmens bei der Google Suche. So werden Unternehmen mit einer guten Bewertung in der lokalen Suche, sowie in der organischen Suche (die normalen Google Ergebnisse) vor schlechter bewerteten Unternehmen aufzufinden sein.

Google-Bewertungen per SMS generieren

Als am effektivsten hat es sich bewiesen, Patienten im Nachgang an den Termin ganz einfach eine SMS auf sein Handy zu schicken und ihn so direkt um eine Bewertung seines Arztbesuches bei Google zu bitten. Die verifizierte Patientenbewertung kann so in wenigen Schritten erfolgen, um das Erlebnis so einfach und angenehm wie möglich zu machen.

SMS vs. E-Mail: Vier Mal mehr Bewertungen!

Werden Reisen über Booking.com gebucht, erhalten die Kunden in der Regel kurz danach eine Kundenzufriedenheitsbefragung per E-Mail. Doch werden diese Befragungen wirklich ausgefüllt und zurückgeschickt? Fest steht: nur 17 Prozent solcher E-Mails werden überhaupt geöffnet. Dagegen liegt die Öffnungsrate einer SMS bei 98 Prozent! Außerdem werden SMS innerhalb von drei Minuten beantwortet. Den Zeitpunkt des SMS-Versandes bestimmen Sie selbst.

Real, not fake: Echte Patientenbewertungen

Der Anspruch an die eigene Online-Reputation muss sein, echte Bewertungen von behandelten Patienten zu erhalten und keine Fakes. Vorteil einer Bewertungsanfrage per SMS ist es, dass die Anfrage an die Handynummer des Patienten versendet wird, die im Unterschied, zum Beispiel zu E-Mails, mit dem Ausweis oder Pass verifiziert wird. Es lässt sich somit einfach sicherstellen, dass die Bewertung von einem echten Patienten stammt. Diese sorgt dann für eine hohe Vertrauenswürdigkeit.

Welche Ergebnisse kann eine Praxis erwarten?

70 Prozent aller Kunden bewerten ein Unternehmen, wenn aktiv darum gebeten wird. Bewertungsanfragen per SMS erreichen dabei herausragende Ergebnisse im Vergleich zu herkömmlichen Lösungen wie E-Mail oder Papierfragebögen. Als Empfehlung sei mitgegeben: wenn der Patient im Vorfeld über den Versand der SMS informiert wurde, ist die Wahrscheinlichkeit eine positive Bewertung zu erhalten umso höher.

Bewertungen bündeln und die Reputation nutzen

Bewertungsmanagement-Tools, wie zum Beispiel PraxReviews, bieten die Möglichkeit die Online-Reputation einer

Praxis in einem einzigen Siegel zu bündeln. So lässt sich Patienten die praxiseigene Durchschnittsnote anzeigen, die sich aus den Bewertungen aller bekannten Onlineportale, wie z. B. Google, jameda, Sanego usw. zusammensetzt. Alle relevanten, medizinischen Portale werden so zentral eingebunden und können vom Patienten ohne weitere Suche gelesen werden. Die Ergebnisse werden hier täglich synchronisiert, so dass der Überblick über die aktuelle Reputation jederzeit gewährleistet ist. Das Siegel lässt sich ganz einfach auf der Praxiswebseite integrieren. Der Vorteil? Vorhandene und potenzielle Patienten sehen alle Bewertungen auf einen Blick.

Schnelle Reaktion ist Gold wert

PraxReviews bietet zudem die PraxReviews-App. Damit kann die Praxis sogar vom Handy aus ihre gesamte Online-Reputation steuern. So können z. B. alle eingehenden Bewertungen der gewünschten Portale beantwortet werden. Google und Facebook sind bereits eingebunden.

Über die App erhalten Praxisinhaber außerdem Push-Nachrichten. Wenn die Praxis eine neue Bewertung bei einem den eingetragenen Portalen erhält, wird eine Benachrichtigung auf dem Smartphone angezeigt. So können Praxisinhaber im Falle einer fragwürdigen Bewertung schnell reagieren.

INFORMATION ///

Béregère Croué
PraxReviews
www.prax.reviews