

Pressemeldung

Behandlung geglückt, Reputation tot: Ärzte und Therapeuten unterschätzen noch immer Relevanz von Bewertungen im Internet

- Experte: Nicht gegen Bewertungssysteme ankämpfen, sondern diese nutzen
- Gäste-WLAN kann Ärzten und Therapeuten helfen
- Für Patienten spielen Anzahl und Qualität der Bewertungen eine immer wichtigere Rolle
- Automatisierte Bewertungssysteme helfen Praxen, sich auf eigentliche Arbeit zu konzentrieren

München, 18. November 2019. Ob Heilpraktiker, Allgemeinmediziner, Neurologe oder Physiotherapeut: Die schnelle Auffindbarkeit von Praxen im Internet und die hinterlegten Online-Bewertungen werden für Patienten immer wichtiger. Das gilt besonders für Patienten, die auf der Suche nach einem neuen Therapeuten sind. Zu dieser Einschätzung kommt Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH aus München: „Durch das Smartphone und die immer einfachere Bedienung ist das Thema Online-Reputation längst über alle Altersgruppen hinweg relevant. Selbst der 70-jährige Rentner geht mittlerweile den Weg über die Suchmaschine und lässt sich anschließend direkt zur Praxis navigieren – zumindest wenn die Praxis online einen guten Eindruck macht.“ Besonders in Großstädten suchen immer mehr Menschen online nach der nächstgelegenen Praxis – und informieren sich vorab anhand anderer Nutzerbewertungen. Das Problem: „Die beste technische Ausstattung und das aktuellste medizinische Fachwissen oder die nettesten Arzthelferinnen nutzen immer weniger, wenn die Praxis gar nicht erst oder zu spät in der Suche auftaucht und damit virtuell de facto nicht existiert“, erklärt der Experte.

Grundsätzlich sind Bewertungen im Internet deutlicher und tendenziöser geworden. „Die Anonymität verstärkt negative Erfahrungsberichte, weil sich frustrierte Patienten öfter, schneller und klarer äußern“, erläutert Schönfelder. Nach seinen Erfahrungen tendieren viele Ärzte noch immer dazu, den Einfluss herunterzuspielen oder sich nicht darum zu kümmern, weil es das Arbeitspensum nicht zulässt. „Selbst wenn negative Beiträge nicht gerechtfertigt sind oder ein Bild verzerren, wirken sie sich enorm auf Patienten aus. Das gilt für neue Patienten ebenso wie für

Bestandspatienten, die durch eine schlechte Online-Reputation ebenso beeinflusst werden.“

Was viele Ärzte nicht wissen: Neben der Qualität spielt die Quantität der Bewertungen eine Rolle. Wer öfter bewertet wird, hat bessere Chancen, in der Top-Suche zu erscheinen. Gerade in Großstädten oder beim Gewinnen ortsfremder oder unschlüssiger Patienten ist das ein Thema.

Der Experte rät, das Problem auch technisch zu lösen. Wer online sichtbar existieren will, kann einen Beitrag leisten, indem er eine digitale Infrastruktur bereitstellt. Ob ein Patient seinen Eindruck von Behandlungserfolg und Qualifikation online kundtut oder nicht, lässt sich beispielsweise über WLAN-Hotspots steuern, denen die Praxis selbst Bewertungsmasken vor- oder nachschaltet. Geht ein Patient über das Praxisnetz online, können ihm Ärzte selbst die Chance eröffnen, den Daumen online zu heben oder zu senken. Die negative Kritik lässt sich als Feedback an den Mediziner weiterleiten, damit er daran arbeiten kann. Positive Rückmeldungen indes werden direkt bei Google hochgeladen. Nach Schätzungen von Socialwave können Unternehmen auf diese Weise gegenüber anderen Praxen rund zwei Drittel mehr Bewertungen sammeln, die im Schnitt positiver sind. Ein weiterer Vorteil eines professionellen Patienten-WLAN-Netzes sind Rechts- und Datenschutzsicherheit im Sinne der DSGVO.

Schönfelder: „Auch Ärzte sollten die Möglichkeiten der Technik und des WLAN-Marketings nutzen. Die Mechanismen bieten Spielraum in einer sich ändernden Welt. Zudem ermöglichen automatisierte Bewertungssysteme Praxen, sich auf die eigentliche Arbeit zu konzentrieren.“ Während andere Branchen wie die Hotellerie oder der Einzelhandel laut Socialwave Online-Bewertungen schon länger für sich entdeckt haben, setzt sich diese Erkenntnis in der Gesundheitsbranche zögerlicher durch. In Summe und über einen längeren Zeitraum gerechnet seien Online-Auffindbarkeit und Reputation jedoch nicht weniger wichtig.

Über Socialwave

Mit dem *WLAN Marketing Paket von Socialwave* werden Inhaber mit einem stationärem Geschäftsmodell – etwa Gastronomen, Therapeuten oder Einzelhändler – in die Lage versetzt, ihren Kunden kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und über diese WLAN-Infrastruktur gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Ob Facebook Likes, Location Check-Ins für einen stärkeren Online-Auftritt, mehr Online-Sichtbarkeit durch positive Google-Bewertungen oder mehr Kundeninteraktionen durch Pop-Ups und E-Mail-Marketing: Das *WLAN Marketing Paket von Socialwave* macht es möglich. Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller
Elvirastraße 4, Rgb.

D-80636 München
tel: +49 89 45 23 508 15
e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de
internet: <https://www.scrivo-pr.de>

Unternehmenskontakt

Socialwave GmbH

Ansprechpartner: Moritz Meister
Dachauer Str. 192
D-80992 München
tel: +49 89 21546472
e-mail: moritz.meister@social-wave.com
internet: <https://social-wave.de/>