Jens I. Wagner

Schwarmverhalten und Internetbewertungen

HERSTELLERINFORMATION Ob am Bahnhof oder am Flughafen – überall dort, wo wir uns gemeinsam mit vielen anderen Menschen bewegen, lässt sich ein gewisses Schwarmverhalten erkennen. In der virtuellen Welt, dem Internet, ist dies nicht anders: Auch hier können wir beobachten, wie sich menschliches Schwarmverhalten auf die Art einer abgegebenen Onlinebewertung auswirkt. Was das für Sie als Arzt bedeutet und wie Sie solch ein Schwarmverhalten auf positive Weise nutzen, klären wir in diesem Artikel.



© bestpixels – stock.adobe.com

Aber von vorne: Schwarmverhalten bezeichnet im Wesentlichen das Orientieren an dem, was „die Anderen" machen. Überträgt man dieses Verhalten nun vom Alltag auf das Internet und Onlinebewertungen, beobachtet MediEcho, dass die Art bzw. die Noten in der Vergangenheit abgegebener Bewertungen die zukünftigen Bewertungen beeinflusst. Kurz zusammengefasst heißt das so viel wie: Haben Sie viele positive Bewertungen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass neue Bewertungen ebenfalls positiv ausfallen, recht groß. Das ist schon einmal sehr gut – nur dummerweise gilt das Spiel auch umgekehrt …

Negative Bewertungen: Auswirkungen auf den (Patienten-)Schwarm

… denn: Erscheint der Gesamteindruck Ihrer Praxis in negativem Licht, lassen sich Patienten, die nicht zufrieden waren, schneller dazu verleiten, ihre kritische Meinung ebenfalls im Internet kundzutun. Warum das so ist? Dies hat vor allem zwei Gründe – erstens: Hat Sie ein Patient im Vorfeld gegoogelt und weiß um Ihre „unterdurchschnittliche" Online-Ausgangslage, hat er sie bereits unterbewusst in eine Schublade gesteckt. Der erste Eindruck hat ihm, trotz seiner bewussten Entscheidung, zu Ihnen zu kommen, erst einmal ein Bild vermittelt, dass nun widerlegt werden muss. Keine ideale Voraussetzung also, denn: Anstatt einfach nur Ihre Arbeit zu machen, müssen Sie den Patienten nun auch noch davon überzeugen, dass die Schublade, in der Sie gelandet sind, die falsche war. Zweitens beobachtet dieser voreingenommene Patient Sie, Ihre Praxis und Ihre Arbeit wahrscheinlich – und noch nicht einmal absichtlich – mit Argusaugen. Es ist also sehr viel schwieriger, ihn mit dieser Ausgangslage davon zu überzeugen, dass das im Internet vermittelte Bild Ihrer Praxis nicht richtig oder verzerrt ist. Jede noch so kleine wahrgenommene Unstimmigkeit bestätigt ihn in seinen Vorurteilen. Sich den kritischen Meinungen später online anzuschließen und zu zeigen, dass man dieses oder jenes ebenfalls bemerkt hat, ist anschließend schnell erledigt.

Positive Effekte guter Bewertungen

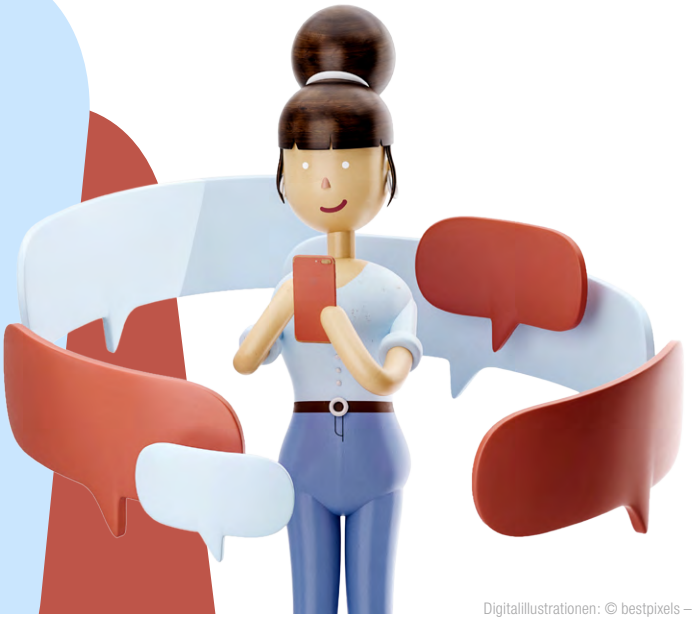
Umgekehrt sieht es ein bisschen anders aus: Haben Sie im Internet im Vorfeld bereits einen guten Eindruck hinterlassen, kommt der Patient anschließend positiv gestimmt in die Praxis. Auch hier hat er Sie – unterbewusst – bereits in eine Schublade gesteckt. Im Unterschied zum vorherigen Szenario befinden Sie sich aber nun in der Schublade, die für Sie nur Vorteile bietet, denn: Auch hier müssen Sie den Patienten erst einmal vom Gegenteil überzeugen. Mit einer positiven Grundhaltung der Patienten ist dies ebenfalls erst einmal schwierig.
Ein schlechter Tag oder das Lächeln eines Kollegen, das vielleicht noch ein bisschen freundlicher hätte sein können, verzeiht man hier leichter. Der Grund: Der Patient geht von einer ausnahmsweise stattfindenden Unstimmigkeit in einem sonst mutmaßlich sehr patientenorientierten und -freundlichen Umfeld aus. Er ist also Ihnen und Ihrer Praxis gegenüber sehr viel besser gestimmt und wird den Drang, eine solche Ausnahme im Netz breit zutreten, nicht verspüren; er übergeht das berühmte Haar in der Suppe also dezent.

Negatives Schwarmverhalten vermeiden …

Um den positiven Effekt zu nutzen, den das Schwarmverhalten auf neue Patienten haben kann, sollten Sie versuchen, rundum einen guten Gesamteindruck Ihrer Praxis im Internet zu schaffen. Das heißt beispielsweise auch, sich gegen falsche und unechte Bewertungen zur Wehr zu setzen. Hier

HABEN SIE VIELE POSITIVE BEWERTUNGEN, IST DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS NEUE BEWERTUNGEN EBENFALLS POSITIV AUSFALLEN, RECHT GROSS.



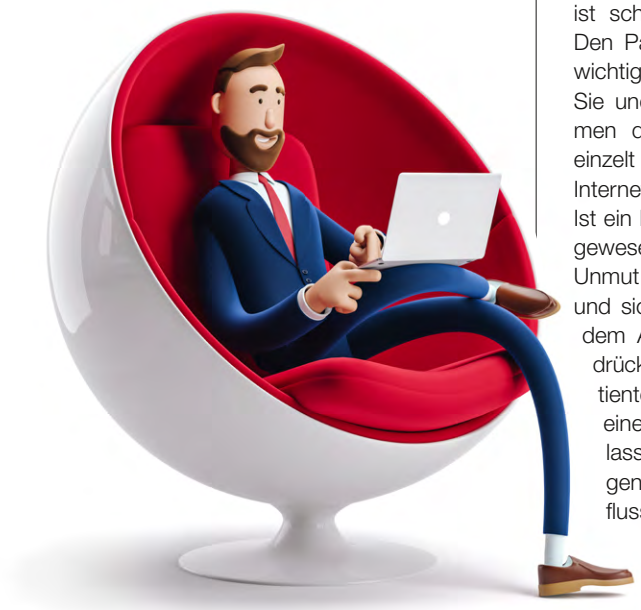


Digitalillustrationen: © bestpixels – stock.adobe.com

MediEcho unterstützt Arztpraxen und Kliniken rund um die Themenkomplexe *„Bewertungen fördern"*, *„auf Negativkritik reagieren"* und *„den guten Ruf nutzen"*. Derzeit bietet MediEcho eine telefonische Beratung zum Thema Bewertungsmarketing an, die unter Angabe des Gutscheincodes **ZWP** auf **www.medi-echo.de/beratung** kostenfrei buchbar ist. Diese hilft Ihnen, zu verstehen, wie Sie a) Ihre Bewertungsanzahl auf allen relevanten Portalen steigern, b) auf negative Bewertungen zielführend reagieren und c) die Sichtbarkeit Ihrer Praxis im Internet erhöhen können. Es werden konkrete Handlungsoptionen vorgeschlagen, sodass Sie im Anschluss selbstständig und effektiv tätig werden können.

Unter **www.medi-echo.de/beratung** gelangen Sie zur Anmeldung.

Bitte beachten:
MediEcho ist keine Kanzlei und nimmt daher keine juristische Einzelfallbetrachtung vor.



richtig vorzugehen ist nicht immer ganz einfach – gerade bei Google – aber nicht unmöglich. Wie es geht und welche Möglichkeiten man hat, weiß MediEcho und berät Sie dazu gerne telefonisch kostenfrei. Nutzen Sie hierzu den Gutscheincode im Infobereich. (Mehr zum Umgang mit falschen Tatsachenbehauptungen finden Sie auch in einem eigenen Artikel in der *ZWP*-Ausgabe 1/19.)

… positives Feedback sichtbar machen

Zudem müssen Ihre zufriedenen Patienten natürlich auch bewerten. Doch genau hier wird es schwierig: Gerade diese Patienten von denen Sie eine Bewertung haben möchten, wollen erst einmal hinreichend motiviert werden. Sie verlassen Ihre Praxis mit der Erwartungshaltung, mit der sie angekommen sind und ein – manchmal auch einfach nur lästiger – Kontrollbesuch, beispielsweise beim Zahnarzt, ist schnell in Vergessenheit geraten. Den Patienten ist nicht bewusst, wie wichtig eine positive Bewertung für Sie und Ihre Praxis ist und sie kommen deshalb selbstständig nur vereinzelt auf die Idee, ihr Feedback im Internet zu veröffentlichen.
Ist ein Patient dagegen nicht zufrieden gewesen, steigt der Drang, seinem Unmut im Internet Luft zu machen und sich mitzuteilen – auch weil man dem Arzt damit nochmal „eins reindrückt". Konnten Sie jedoch Ihre Patienten erfolgreich motivieren Ihnen eine positive Bewertung zu hinterlassen, haben Sie bereits vorbeugend einen Schutz vor dem Einfluss negativer Bewertungen auf Ihre Patienten geschaffen. Einen solchen Schutzwall auch bei Google schnell und effektiv aufzubauen, gestaltet sich allerdings oft schwieriger als gedacht, ist aber möglich.

Fazit

Bewertungen zufriedener Patienten sind nicht nur ein schönes Feedback und gute Werbung für die Praxis. Sie beeinflussen ebenfalls die gesamte Wahrnehmung der Patienten während des Praxisaufenthaltes und beeinflussen damit indirekt natürlich den Inhalt einer jeden neuen Bewertung. Fehlt Ihnen derzeit noch die richtige Strategie, um das komplexe Thema „Bewertungen" richtig aufzuwickeln oder wissen Sie nicht, wie Sie Ihre Patienten am besten erfolgreich ansprechen? MediEcho steht für Fragen bereit und findet sicher auch für Ihre Praxis die passende Lösung.

INFORMATION

MediEcho
Bewertungsmarketing
für Ärzte und Kliniken
Robert-Bosch-Straße 32
63303 Dreieich
Tel.: 06103 5027117
beratung@medi-echo.de
www.medi-echo.de

Infos zum Autor