



Kommunikasjonsekspert William Ataks råd til tannleger er: Gjør deg kjent med hvordan digital kommunikasjon fungerer og gjør noe proaktivt for bedre å kunne svare på upassende og negative kundenmeldelser. Foto: ATAK Nordic A/S

Handle strategisk mot negative anmeldelser

På sikt blir det betydelig mer tidkrevende og kostbart for en klinikk å ignorere negative kundenmeldelser enn å bruke tid på å øke forståelsen for hvordan digital kommunikasjon fungerer i praksis.

 JOHAN ERICHS, MERAMEDIA



Det mener William Atak, ledende nordisk ekspert innenfor Online Reputation Marketing and Management og utgiver av boken «Glad kunde Sur kunde» og digital konsulent for blant annet tannleger og klinikker.

Tannleger er en yrkesgruppe som ofte er tidspresset og sjelden har tid til å sette av ressurser til annet enn kjerneoppgaven – tannpleie.

William Atak mener mange tannleger hverken er interessert i eller forstår viktigheten av digital kommunikasjon.

– Jeg merker også mangel på respekt for den digitale utviklingen og det er en holdning som ikke fungerer i en moderne virksomhet. Dette gjelder i all hovedsak eldre tannleger.

Tannleger må i mye større grad opptre proaktivt og strategisk når det gjelder digital kommunikasjon, og digitale plattformer og sosiale medier.

– Ellers er risikoen stor for at en virksomhet blir sårbar når negative kundenmeldelser dukker opp. Det er ikke nok å bli sint og tro at det er nok å fjerne en støtende kommentar eller historie fra en misfornøyd pasient, uansett hvor feil pasienten har. Vi har ytringsfrihet og det er det tannleger og klinikker må forholde seg til. I tillegg har plattformer som Trustpilot og Google ingen plikt til å vurdere om en pasientanmeldelse er overdrevet på noen måte, mener William Atak.

Det som kan gjøre mest skade for en bedrift er sannsynligvis negative kundenmeldelser på Trustpilot eller Google.

Forberedelse

Hvordan bør en klinikk forberede seg på å møte negativ kritikk som kan være helt irrelevant og feilaktig?

– Tydeliggjør hvilke fagområder som er gjenstand for kritikk og gjør det fra et bransjeperspektiv. Gi deretter

personalet trening og opplæring i hvordan de kan oppdage, forebygge og håndtere negativ kritikk.

William Atak mener det alltid er viktig å tolke innholdet og innse konsekvensene av en negativ kundenmeldelse.

– Erkjenn mentalt at det kan bli et alvorlig problem. Sett deg selv inn i problemet som kunden opplever. Sett også av ressurser selv om tiden på en klinikk er knapp.

En annen måte å bygge opp et rettferdig bilde av en klinikk på, for å redusere risikoen for at negative anmeldelser får gjennomslag, er å jobbe for å skape et positivt bilde av virksomheten.

– Gjør det mulig for fornøyde kunder å skrive positive anmeldelser. Det kan være ved å oppmuntre kunden på en vennlig og ikke på en for offensiv måte, til å fortelle om sine opplevelser, gjennom en liten oppfordring i venterommet, i forbindelse med fakturaen eller i annen kommunikasjon med pasienten. Du må prøve deg frem og gå forsiktig frem. Jo flere positive anmeldelser det er om en virksomhet, jo mindre risiko er det for at individuelle negative kundenmeldelser vil få noen større innvirkning, sier William Atak.

Stadig viktigere

Kan klinikken selv gjøre noe for å styrke det digitale nivået?

– Ja, absolutt. La gjerne yngre ansatte som har en naturlig tilnærming og interesse for den digitale verden lage en handlingsplan og komme med forslag til tiltak, sier Atak.

Ifølge ham er det ingen tvil om at plattformer og virksomheter med kundenmeldelser som hovedvirksomhet vil vokse i både omfang og betydning i fremtiden.

– Alle signaler peker mot at den yngre generasjonen og unge voksne i økende grad leser kundenmeldelser før de velger tjenester eller varer. Så et godt råd til tannleger og klinikker er å sette seg inn i digital kommunikasjon og dens fordeler og ulemper, avslutter William Atak.