

Checkliste

Acht goldene Regeln zum Umgang mit Meckerern im Internet

1. Wenn eine Schmähung auf Sie und/oder Ihr Apothekenteam niederprasselt, dann gilt die wichtigste Grundregel: Bleiben Sie ruhig und gelassen. Atmen Sie erst einmal tief durch.
2. Reagieren Sie nicht im akuten Ärger. Sie laufen ansonsten Gefahr unsachlich und provokant zu reagieren – und das ist nicht professionell.
3. Ein weiterer Grundsatz: Gehen Sie negativen Bewertungen nicht aus dem Weg. Perfekt kann niemand sein und Sie werden es auch nicht jedem Kunden Recht machen können. Vereinzelte Kritik ist „kein Beinbruch“ und erhöht sogar die Glaubwürdigkeit der positiven Bewertungen für Ihre Apotheke.
4. Sollte eine extreme Schmähung vorliegen, überprüfen Sie die Bewertungsrichtlinien des Portal-Betreibers. Sollte die geäußerte Kritik diesen nicht entsprechen, kontaktieren Sie das Bewertungsportal und bitten Sie, die Bewertung zu löschen.
5. Im extremen Fall können Sie auch einen Anwalt für Medienrecht einschalten, aber nur dann, wenn belegbar falsche Tatsachen über Sie behauptet werden. Dieser Schritt will gut überlegt sein. Bedenken Sie bitte immer: Freie Meinungsäußerung – auch wenn es hart trifft – ist erlaubt.
6. Grundsätzlich ist es immer wichtig, auf negative Aussagen zeitnah zu reagieren. Sie haben somit die Möglichkeit, mit dem Verfasser von Meckereien in einen Dialog zu treten und können aufkommenden Gerüchten den Wind aus den Segeln nehmen.
7. Versetzen Sie sich in die Perspektive der Kunden und stellen Sie sich die Frage, ob die Bewertung gerechtfertigt ist. Das ist häufiger der Fall als im ersten Moment gedacht. Bei gerechtfertigter Kritik hilft eine ehrliche Entschuldigung. Vielleicht können Sie sogar einen Weg aufzeigen, was Sie verbessern möchten. Kunden verzeihen Fehler gerne, wenn sie sich von Ihnen ernst genommen fühlen.



Checkliste

Acht goldene Regeln zum Umgang mit Meckerern im Internet

8. Zu guter Letzt: Reagieren Sie nicht nur auf negative Äußerungen. Bedanken Sie sich auch für positive Mitteilungen. Dann haben Sie eine sehr gute Chance, Kunden langfristig an Ihre Apotheke zu binden.