



Programme de réactivation des patients inactifs

Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

Chaque patient qui n'est pas venu vous voir une seule fois en l'espace de 18 mois ou plus pourrait bien être sur le point de devenir un de vos *anciens* patients. Même si vous observez actuellement l'arrivée de nombreux nouveaux patients à votre cabinet, il peut être utile de démarrer un programme de réactivation dans le contexte actuel très compétitif du secteur des soins dentaires. Voici la marche à suivre :

1. Commencez par identifier les patients inactifs.

Si vous ne possédez pas l'historique des patients n'ayant pas consulté depuis longtemps, demandez à votre équipe de revoir et de trier les dossiers des patients afin de créer une base de données des patients qui ne sont pas venus vous visiter sur une période allant entre 18 et 36 mois (il est très peu probable que les patients qui ne sont pas venus vous visiter durant plus de 3 ans reviennent). Pour éviter la procrastination, fixez-vous une échéance de 30 jours pour effectuer cette tâche.

2. Envisagez de faire une offre intéressante aux patients pour les inciter à revenir dans votre cabinet.

Soyez prêt à attirer les patients qui ne vous visitent plus en leur proposant un examen médical ou un examen de routine « gratuit » afin de déterminer la présence d'un éventuel problème qui serait apparu depuis le dernier contrôle. Programmer ces rendez-vous selon les disponibilités de votre emploi du temps n'engendra que peu de frais, voire même aucun, et cela vous permettra de montrer aux clients que vous vous souciez d'eux et même de réactiver la relation patient-cabinet. Si vous hésitez à faire une telle offre, essayez de faire revenir ces patients sans y avoir recours. Si cela ne fonctionne pas, vous pourrez toujours tenter cette stratégie.

3. Passez des appels téléphoniques scénarisés aux patients qui ne vous ont pas visité depuis longtemps.

Préparez un script incluant les points clés de votre message : votre préoccupation pour la santé dentaire de votre patient, votre disponibilité pour un rendez-vous, votre offre spéciale (si

approprié), vos coordonnées mises à jour, etc. Ensuite, formez votre personnel de manière à ce qu'il utilise le script correctement. Bloquez des créneaux horaires afin de passer ces appels téléphoniques de réactivation et déterminez des quotas afin d'indiquer à chaque membre de votre personnel le nombre d'appels à passer chaque semaine. Cherchez à contacter les patients sur leur téléphone portable lorsque cela est possible. Si vous n'arrivez pas à contacter certains patients, continuez d'essayer sur une période de trois semaines.

4. Envoyez des courriels ou des lettres à ceux qui n'ont pas pu être contactés par téléphone.

Préparez des messages standard en utilisant la plupart des points déjà utilisés pour les appels téléphoniques scénarisés, puis envoyez-les aux patients que vous n'avez pas pu contacter par téléphone. Les patients qui ne donnent pas suite à vos courriels ou à vos lettres devront probablement être supprimés de votre base de données.

5. Lorsque les patients que vous avez recontactés reviennent vous visiter, saluez-les avec enthousiasme.

Lors de vos réunions quotidiennes, signalez à votre personnel les patients qui sont revenus vous voir pour que tout le monde participe à leur accueil et contribue à augmenter les chances qu'ils reviennent régulièrement.

En fin de compte, ce programme de réactivation vous permettra d'augmenter votre rendement de manière efficace tout en consolidant les bases de votre cabinet pour un avenir avec plus de stabilité et de croissance.