



L'efficacité marketing du service clientèle dentaire

Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

Si le service clientèle dentaire n'entre pas encore dans le cadre de votre programme marketing, songez-y. Traiter vos patients au mieux, non seulement sous la forme d'excellents soins cliniques, mais aussi en matière de convivialité, d'équipements, de confort et de commodité, vous démarquera des autres cabinets de la région.

Du patient satisfait au fervent garant

Le bouche-à-oreille fonctionne mieux que toute autre publicité. Si quelqu'un en qui vous avez confiance vous recommande un produit ou un service, un restaurant ou un cabinet dentaire, vous l'écoutez. Déterminez le nombre de connaissances de chacun de vos patients et vous comprendrez la valeur marketing de la satisfaction du client. Plus vos patients actuels seront satisfaits... plus votre service clientèle sera reconnu... et plus vous attirerez de nouveaux patients.

Le meilleur moyen de fournir un excellent service clientèle est d'imaginer ce que vos patients s'empresseront de raconter à leurs connaissances. De l'accès Internet haut débit sans fil à la bouteille d'eau gratuite en passant par la ponctualité, faites de votre mieux pour satisfaire vos patients afin qu'ils en parlent au cours de leurs interactions quotidiennes et en ligne. Ils voudront raconter à quel point ils sont bien traités aux membres de leur famille, aux amis, aux voisins, aux collègues et autres... alimentant ainsi le bouche-à-oreille positif sur votre cabinet. Et si vous leur faites savoir que vous appréciez les parrainages, ils n'hésiteront pas à vous envoyer de nouveaux patients.

« Arguments de vente » de vos communications marketing

Pour réussir sur un marché concurrentiel, votre cabinet doit se démarquer des autres. Paradoxalement, cette stratégie peut s'avérer difficile à mettre en œuvre sur la base de vos compétences cliniques. Vous pouvez être plus compétent que les autres dentistes de votre région, les patients ne seront pas en mesure de faire la différence. Ils *peuvent* en revanche juger la qualité

du service clientèle fourni dans votre cabinet. Sur votre site Web, montrez à quel point vos locaux sont accueillants. Ne manquez pas d'indiquer les extras que vous proposez. Présentez les membres de votre équipe comme des personnes chaleureuses. Ces points attireront les patients à la recherche d'un nouveau cabinet.

Conclusion

En fournissant un service clientèle de qualité à vos patients, vous en ferez de fervents garants de votre cabinet tout en développant des facteurs de différenciation nécessaires à la réussite de votre activité.