



L'efficacité des médias sociaux pour les cabinets dentaires

Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

La présence sur les médias sociaux est incontournable pour la plupart des cabinets dentaires. On estime que les trois quarts des consommateurs américains consultent les médias sociaux avant d'acheter. Cela signifie qu'une utilisation intelligente des médias sociaux peut rapidement décupler l'efficacité de vos stratégies marketing de manière très économique.

Assignez cette tâche à un membre de l'équipe. Bien qu'être présent sur les médias sociaux n'implique pas une charge de travail considérable, vous devez, pour que cela soit profitable, surveiller régulièrement les flux de médias sociaux et publier un message au moins une fois par semaine. À moins de bien maîtriser les médias sociaux (et de pouvoir y consacrer du temps sans limiter votre productivité), désignez un membre de votre équipe qui en aura la charge; dans l'idéal, votre coordinateur marketing.

Commencez par Facebook. C'est de loin le plus grand acteur dans ce domaine, touchant le plus large éventail d'utilisateurs des médias sociaux. Alors que d'autres plateformes sont spécialisées en matière de contenu ou de catégories démographiques, Facebook est un réseau varié que n'importe qui (et n'importe quelle entreprise, comme votre cabinet) peut rejoindre. En participant à des conversations en ligne, vous remarquerez les interconnexions avec d'autres sites de médias sociaux, comme Twitter, Instagram et Google+. Vous pouvez ensuite dériver vers d'autres médias qui vous semblent prometteurs.

Encouragez les gens à vous suivre. Demandez à vos patients « d'aimer » votre page et de vous suivre. Une fois votre cabinet établi sur les réseaux sociaux, vous apprendrez à inciter un nombre croissant de personnes à prêter attention à vos publications en ligne. Proposez du contenu intéressant et instructif pour attirer davantage de public.

Parlez de la médecine dentaire, du programme *Plus*. Soucieux de l'image de votre cabinet, assurez-vous que vos publications lui soient profitables. Les actualités concernant votre cabinet (les équipements ajoutés, la formation spécialisée de l'équipe, les récompenses, etc.) forgeront

peu à peu votre réputation. Publiez également des messages sur les passe-temps, vacances, anniversaires et autres nouvelles des membres de l'équipe, afin de présenter de manière plus large votre cabinet aux patients potentiels qui ne vous connaissent pas encore.

Utilisez des images. Les images captent plus facilement l'attention que les mots et peuvent être très divertissantes. Publiez régulièrement des photos, voire des vidéos, pour attirer et faire revenir les gens sur votre page.

Conclusion

Les médias sociaux sont devenus une forme de communication incontournable et influente qui ne coûte presque rien, sauf du temps. Commencez dès maintenant et vous découvrirez rapidement l'incroyable efficacité de cet outil marketing pour votre cabinet.