

Prendre de l'avance sur la prochaine étape de la crise COVID-19

Transcription de la vidéo

Merci! Et merci également à Crest et Oral-B pour la commande. Je suis très content d'être avec vous aujourd'hui. Nous vivons une période difficile sans précédent. Et nous ignorons plus de choses que nous en connaissons. Pour élaborer des stratégies axées sur la reprise, dont je parlerai amplement aujourd'hui, nous nous sommes demandé comment définir ce qui se passe. Il y a six ou sept semaines, nous n'avions, pour la plupart, aucune idée de ce qui arriverait, que nous serions à la maison, et que des cabinets seraient fermés. Tout a commencé avec des rumeurs, puis des recommandations et des exigences. Lorsque nous reprendrons notre travail, l'un de mes principaux arguments est que nous entrerons en période de redressement.

Souvent, aujourd'hui, je qualifierai le redressement d'entreprises de reprise. La bonne nouvelle est qu'il existe une réelle science pour connaître la manière de redresser une entreprise et de se rétablir, et cela nous sera essentiel pour avancer, mais aussi pour s'assurer de cette possibilité. Notre titre est donc, au-delà de la prochaine étape de la crise de la COVID-19, un titre très important, puisque je vous parlerai tout d'abord des différentes étapes à venir et de la manière dont nous allons de l'avant. Commençons par comprendre la catégorisation à laquelle j'ai fait référence et la raison pour laquelle nous combinons cela.

Les gens étaient mélangés, nous recevions des centaines de courriels et d'appels par semaine nous demandant conseils et aide. Dans plusieurs webinaires, les gens s'exprimaient

et beaucoup de questions posées étaient comme une mêlée au cœur de laquelle les gens voulaient savoir quoi faire. Les deux dernières semaines, et au cours des 10 à 14 prochains jours, tout le monde se concentre sur l'obtention de ses prêts. S'ils obtiennent un prêt, que ce soit l'EIDL, le prêt EIDL, comme on dit, ou le prêt PPP, on se concentre sur l'obtention de prêts. Et c'est normal. Les prêts sont utiles? Vous devriez en discuter avec votre CPA, et faire ce qu'il faut pour les obtenir.

Toutefois, il est évident que l'obtention de prêts, quoique cruciale et salutaire, ne vous amènera pas au bout du processus de reprise. Si vous avez l'impression que le seul fait d'obtenir des prêts vous sauve la mise, vous verrez que c'est faux. Ces prêts seront assortis de nombreuses restrictions. J'ai parlé samedi à un dentiste qui disait : « Je vais obtenir mon prêt PPP, mais je ne dépenserai pas un cent pour le personnel jusqu'à la réouverture. ». Je ne suis pas un expert, mais cela est peut-être contraire à la réglementation. Et ce dentiste pourrait devoir rembourser avec intérêts ou rembourser si, en effet, ce n'est pas une utilisation permise parce que le temps passe lorsqu'ils disent, lorsque le gouvernement et le SBA disent que le compte à rebours est commencé et comment l'argent doit être dépensé.

Toute cette folie des prêts, dans laquelle nous sommes tous pris, chez Levin Group, que j'ai fondé, nous conseillons à nos clients de rencontrer leur CPA et d'aller chercher des prêts. Nous observons aussi les nôtres. Cette folie de prêts aura une fin. Vous finirez par

savoir si vous obtenez le prêt ou non, les prêts qui sont relatifs à d'autres prêts, les prêts qui ont des restrictions face à d'autres prêts. C'est un processus très complexe, et un expert est essentiel pour passer au travers. Une fois la folie des prêts passée, nous nous concentrerons sur la reprise. Je suggère maintenant de vous concentrer sur vos prêts et votre reprise simultanément, selon une approche binaire.

Pourquoi? Car si vous ne planifiez pas bien maintenant et que vous ne choisissez pas les bonnes stratégies maintenant pour traverser la reprise, lorsque vous y arriverez, votre reprise aura été beaucoup plus longue et ardue. Ce que Levin Group et moi avons fait avec notre équipe qui travaille chaque jour, 12 à 14 heures par jour, à des stratégies de redressement, nous avons d'abord demandé : « Comment définissons-nous la reprise? » Nous l'avons divisée en trois étapes et cela a été très utile pour bien des gens. J'espère sincèrement que cela vous sera aussi utile. Mon seul objectif en ce moment est d'aider autant de personnes que possible.

La première étape, au haut de votre pyramide, est la crise de la COVID-19. Nous y sommes et on ne sait pas quand nous rouvrirons. Je parlais récemment à des dentistes qui espéraient rouvrir le 1er mai, mais ils ne savent pas si cela arrivera ou non. Nous en sommes à l'étape un, la crise de la COVID-19. C'est la crise actuelle. En ce moment, vous devriez planifier la prochaine étape. À chaque étape, il vous faut planifier la suivante. Aller de l'avant est important. Hygiénistes et assistants, plusieurs d'entre vous et d'autres membres de l'équipe n'êtes pas au cabinet.

Certains ne se présentent que pour les urgences. Certains ont été licenciés et ont des prestations de chômage ou de mise à pied. Mais si vous voulez aider votre cabinet, comme les médecins et l'équipe présentés dans ce webinaire, il est très important de savoir ce que vous pouvez faire pendant ces trois étapes. Nous sommes maintenant à la première étape. Combien de temps durera-t-elle? J'ai choisi une date hypothétique arbitraire de réouverture le 1er juin. Je le dis très clairement : ce n'est pas

une prédiction. Ni une devinette. Je n'ai aucune idée de la date de réouverture, mais il fallait une date de travail, alors disons que le 1er juin est la date à laquelle vous reprenez votre pratique, façon de parler.

Vous passez alors à l'étape deux, l'amorce du redressement. Vous reprenez votre pratique. Je vais ensuite vous présenter un échéancier qui vous sera utile. Amorcer le redressement, c'est active tous les plans élaborés. Nous allons passer en revue de nombreux plans, des renseignements pratiques à savoir ce que vous pouvez faire, dans quelques minutes. À la reprise de votre pratique, vous commencez la mise en œuvre. Et vous passez à l'étape trois, celle que nous appelons la reprise. C'est ce qui sera l'élément critique qui déterminera la vitesse de votre reprise, la qualité de votre reprise, et, plus tristement, j'ai vraiment beaucoup de compassion pour tous en ce moment, tristement, si vous survivez ou non. Je souhaite à chaque cabinet les meilleures chances de reprise possibles.

Ce sont donc les trois étapes avec lesquelles nous travaillons, et à chaque étape, il vous faut vous préparer pour la suivante, afin de pouvoir réagir aussi vite que possible pour votre redressement. L'étape un, c'est la crise en soi. Je conseille aux dentistes d'être d'excellents leaders. Ce que cela veut dire? Vais-je vous donner un cours de six jours sur le leadership? Bien sûr que non. Je crois que le leadership est vraiment très direct en ce moment. J'ai longtemps dit, dans mes séminaires, que la première qualité d'un grand leader est la compassion. Nous désirons que vous soyez dans une situation où vous avez, tout simplement, de la compassion pour les gens qui vous entourent. Cette compassion peut prendre la forme de respect, de compréhension aussi. Les gens sont nerveux, anxieux et préoccupés. Ils s'inquiètent à propos de membres de leur famille. Certaines familles sont touchées par la maladie. D'autres par des mises à pied, sans aucune garantie de retrouver leur travail.

Je recommande aux dentistes, en tant que chef de leur équipe, d'être en contact avec leur équipe de deux manières. Ça va dans les deux sens. On abordera l'équipe dans un moment.

Pour les médecins, je crois qu'il doit y avoir une communication quotidienne avec l'équipe, que ce soit une courte vidéo, un courriel, qui peut être optimiste, mais sans exagération. En cas de crise, c'est important que tout le monde soit aussi ouvert et honnête que possible. Et il est important de rester proche des gens. Une fois par semaine, je demande aux médecins de faire une réunion avec l'équipe sur Zoom ou sur une autre plateforme qui permette de se voir. Il est important de se voir. Il y a des gens qui ont découvert Zoom et qui aiment Zoom. Ils n'utiliseront jamais plus un autre moyen de communication pour visiter leur famille partout dans le monde.

Je connais des gens qui ont organisé un séder Pascal et la fête de Pâques avec 30 personnes grâce à des produits de type webinaire. Il est très important qu'une fois par semaine vous soyez en contact les uns avec les autres. Même si ce n'est pas une réunion d'affaires, vous êtes quand même invités à discuter de planification. Même si ce n'est pas une réunion d'affaires, restez proches les uns des autres. Le personnel, vous êtes un groupe de pairs, que vous le reconnaissiez ou non. C'est merveilleux d'avoir le soutien de notre groupe de pairs. C'est important de savoir qu'ils vont bien, ou ce qu'ils pensent, ou la direction qu'ils prennent à la maison, dans leur vie, et comment ils vont.

La deuxième chose à faire, à la première étape de la crise, est de réduire vos dépenses, en toute prudence, après mûres réflexions. Il y a environ deux semaines, deux à trois semaines, en tant que dentiste, moi aussi, j'ai reçu des courriels pour me vendre des choses, me dire que je devais réduire mes dépenses dès que possible. Ici, le danger, si l'on étudie le redressement d'entreprises, ce qu'on apprend à l'école de commerce, ce sont de bonnes études de cas, et il y a des manuels sur le sujet, le danger est que si vous coupez toutes vos dépenses radicalement, votre redressement sera très, vraiment très exigeant.

Vous voulez plutôt, en premier, réduire les dépenses inutiles. Nous en avons tous. Des dépenses effectuées au fil du temps, dont on peut se passer. Sacrifiables, ça veut dire qu'elles le sont vraiment, pas simplement une

chose qu'on a décidé de laisser tomber, mais plutôt dont on n'avait pas vraiment besoin dès le départ. Toute entreprise, au fil du temps, si l'entreprise a du succès, identifiera des achats qui ne sont peut-être pas vraiment nécessaires. Vous passez en revue vos dépenses, et le meilleur moyen d'y arriver est de les placer par priorité, selon leur valeur en argent, selon les plus imposantes, et commencer à les réduire de plus en plus.

Mais ne réduisez pas les dépenses qui peuvent aider votre reprise. La reprise sera basée sur quatre principaux éléments : revenus, espèces, conseillers et dépenses. Ce sont les quatre facteurs les plus importants d'un redressement ou d'une reprise de pratique. Mais il vous faut des ressources pour vous aider à traverser et à réussir la reprise. En ce qui concerne les conseillers, comptables, CPA ou avocats, banquiers, planificateurs financiers ou encore les consultants, ce pourrait être les personnes les plus importantes dans ce processus. Dans un webinaire sur les affaires, j'ai entendu une déclaration selon laquelle réfléchir ne résoudra pas ce problème. Il faut exprimer le problème, ce qui veut dire que vous devez parler à des gens.

Pour obtenir des prêts, votre banquier peut vous aider, tout comme votre CPA. Mais aucun des deux ne pourra vous aider vraiment pour la reprise. Nous allons donc discuter des phases de redressement plus amplement. Soyez attentifs, il pourrait y avoir une technologie qui vous permette d'augmenter vos recettes. Il s'agit d'une présentation commanditée par Crest et Oral B. Depuis des années, j'adore identifier des prescriptions de soins à domicile pour vos patients et offrir aux patients la possibilité d'acheter ces produits au sein de la pratique. Au fil des années, honnêtement, cela a été au ralenti, mais on vit une période où chaque occasion de revenus doit être soigneusement considérée.

Alors que nous avançons, il faut que nous revenions à notre pratique avec une bonne structure de dépenses. Où se produiront les économies les plus importantes? Dans la négociation, tout simplement. On me dit : « Appelez votre proprio, ils vous donnera

congé de loyer. » Beaucoup de propriétaires ne donnent pas congé de loyer, mais ils peuvent négocier. Et donner des délais. Ils peuvent amortir, vous donner congé quelques mois, puis amortir. Les banques, les cartes de crédit et les lignes aériennes remboursent.

Toutes les entreprises de la planète comprennent ce qui se passe et elles négocient. La majorité a déjà un plan. Inutile de les appeler et de les menacer. Vous les appelez et expliquez votre situation. Des options et des plans ont déjà été élaborés pour vous permettre de réduire vos dépenses en ce moment. L'augmentation est possible, mais la négociation est le meilleur moyen de vous aider à réduire le facteur dépenses, pas seulement couper les coûts. Si vous lancez tout dans le canot de sauvetage, votre reprise sera très, vraiment très difficile parce que vous aurez largué des ressources pouvant vous aider.

Le numéro trois, vraiment important, le suivi des patients en retard. Il y a deux écoles de pensées à ce sujet. Certains cabinets annulent leurs patients et leur fixent, au même moment, un nouveau rendez-vous. C'est bien. Des deux options, ce n'est pas celle que je privilégie, car si vous n'êtes alors pas ouvert, il faudra re-refixer un rendez-vous, un mot que j'ai inventé, et certains d'entre vous pourraient devoir re-refixer des rendez-vous trois fois ou plus si vous fixez des rendez-vous sans savoir quand vous allez ouvrir, car on l'ignore pour le moment.

C'est correct de faire cela, mais ce que je préfère est de tenir une liste précise des patients en retard. Un patient en retard est un patient qui, en ce moment... Tout patient qui, dans votre cabinet actuellement, n'a pas de rendez-vous. Je change la définition des mots dans ma manière de les utiliser. Le mot est : réactivation. Tout patient en retard d'une minute pour un rendez-vous devra éventuellement être réactivé. Mon instinct me dit qu'environ deux à trois semaines avant le moment où vous pensez rouvrir, lorsque nous aurons une idée... D'ailleurs, je m'excuse à vous tous, il y a un gros orage ici, si vous l'entendez, et je dois rester ici, car la connexion

internet est excellente, mais ça va passer. Je vais m'approcher pour m'assurer que vous m'entendiez bien.

Il vous faut tenir une liste précise des patients en retard. Vous voulez mesurer, chaque jour, les patients qui sont en retard, et vous voulez reconduire, vous préparer maintenant et reconduire les rendez-vous lorsque vous pourrez rouvrir. Allons au numéro quatre, qui dit de reconduire maintenant. J'attendrais plutôt que des heures d'ouverture soient connues. Bon. Comment reconduire? Ce sera un élément crucial de votre réussite, puisque des patients qui reviennent représentent des revenus, qui sont la facture unique la plus importante qui doit être présente pour la reprise. Vous voulez augmenter les revenus aussi vite que possible.

Votre manière de réactiver chaque patient en retard pour un rendez-vous n'est pas de les texter immédiatement. Vous devez les appeler. Pourquoi leur téléphoner? Vous devez les appeler, car les patients afficheront deux niveaux d'inquiétude. D'abord, ils auront peur pour leur sécurité. Lorsque vous les appelez, écrivez vos scripts dès maintenant. Vos scripts devraient être élaborés en ce moment. Vous les appelez et leur expliquez comment vous assurez leur sécurité. Ensuite, le deuxième facteur. Il y aura des patients avec des difficultés financières ou qui ont peur d'en avoir ou qui s'inquiètent à ce sujet.

Nous savons, à la suite de la récession de 2008, 2009, et nous avons un grand centre de données chez Levin, l'entreprise que j'ai fondée, nous avons beaucoup de données. Nous avons la preuve que plusieurs patients ont arrêté de voir le dentiste pour leur hygiène par peur de dépenser de l'argent et plusieurs ne sont jamais revenus. Nous devons donc les appeler et lors de cet appel, nous allons leur donner de nouveaux renseignements, notamment comment nous assurerons leur sécurité. Nous allons leur parler de ma recommandation, les options financières étendues, dont nous parlerons très bientôt. Nous appelons une fois par semaine pendant trois semaines. Hygiénistes dans ce webinaire, si vous téléphonez à vos patients d'hygiène, il

Il y a beaucoup plus de chances qu'ils prennent un rendez-vous que s'ils reçoivent un appel de la personne à la réception ou, pire encore, s'ils reçoivent un courriel ou un texto.

Après trois appels, soit un appel par semaine pendant trois semaines, c'est l'étape du texto, et vous devriez rédiger maintenant vos messages textes. Encore une fois, la compassion est la clé que vous devriez utiliser dans tout ce que vous faites. Expliquez-leur que nous vivons une période sans précédent, que vous avez vraiment hâte de les voir, que vous les espérez en santé. Vous leur écrivez pour leur offrir un rendez-vous et dire qu'ils trouveront des détails, et assurez-vous de cela, sur votre site. Comment vous assurez la sécurité des patients, sans oublier de mentionner les différentes options financières, comme le financement sans intérêts. Encore, j'y arrive dans quelques minutes et on en parlera plus amplement.

Après l'envoi de trois textos en trois semaines, vous passez au courriel et vous envoyez trois courriels que vous rédigez maintenant. Vous avez le temps, de la maison. Utilisez un ton positif, invitant, rempli de chaleur et de compassion, pour offrir un rendez-vous et demander de vous contacter. Si, au bout du processus de neuf semaines, soit trois appels, un par semaine pendant trois semaines, trois textos, un par semaine pendant trois semaines, trois courriels, un par semaine pendant trois semaines, s'il n'y a aucun contact, passez à un cycle de suivi de 90 jours. Certains patients reviendront à 90 ou 180 jours, ou en cas d'urgence, si vous gardez contact avec eux. C'est le temps de vous dépasser pour rester en contact avec les gens.

Bon, j'espère que vous allez bien, que vous trouvez ça intéressant. Que ça vous donne des idées. Comme j'ai déjà dit, ce ne sont pas des recommandations, car je dis certaines choses que je n'ai jamais dites avant. D'autres choses sont à l'opposé de ce que j'ai déjà dit. Maintenant, dans cette crise de COVID-19 sans précédent, nous avons des choses à faire pour s'assurer de la réussite de votre reprise. Donc, la deuxième étape, soit l'amorce du redressement, il y a un ensemble d'actions,

notamment trois choses sur lesquelles il faut vous concentrer. Je partage avec vous, je ne sais pas pour vous, mais les samedis et dimanches ressemblent beaucoup aux lundis, mardis, mercredis, jeudis et vendredis.

De notre côté, nous avons travaillé, comme indiqué, de 12 à 14 heures par jour sur des stratégies de redressement, à parler à nos clients et à créer le programme de redressement, que je suis heureux de partager en grande partie ici aujourd'hui. Une chose qui s'est produite est que j'ai créé un document contenant 35 stratégies de reprise à appliquer maintenant et lorsque les cabinets rouvriront. En voici trois qui peuvent être appliquées à l'étape deux. La première est la production. La production doit reprendre vite. Je vais vous parler d'une discussion que j'ai eue vendredi. J'ai reçu un appel d'un dentiste, qui fait partie de nos clients, dont le cabinet a du succès, et dont le personnel, comme pour tout le monde, a été congédié. Il est à la maison et voit ses clients en urgence, au besoin. Il m'a dit que sa chef de bureau n'était pas d'accord avec lui pour fixer d'abord des rendez-vous aux patients les plus productifs.

Je la comprends bien, à son avis, encore, la compassion, ce n'est pas juste pour les patients qui ne sont pas à haute production de devoir attendre davantage pour faire réparer une carie. Je lui ai expliqué que c'est une question de leadership de son côté. Oui, vous devriez voir en premier les patients les plus productifs. Cela est crucial, puisqu'il faut que des revenus passent la porte. Production égale recettes, recettes égale trésorerie et trésorerie égale revenus. Il faut donc faire les activités les plus productives en premier, dont je vais bientôt vous parler, mais à la fois, il devait lui expliquer pourquoi il voulait prioriser les activités les plus productives. Il m'a dit : « Roger, j'ai expliqué ce que vous avez dit ici. ». D'accord, ça ne suffit pas. J'espère que tout ce que j'ai dit est automatiquement accepté. Mais ça ne suffit pas.

Il a dû lui expliquer que si des recettes ne passent pas la porte rapidement, soit un des principaux facteurs d'un redressement d'entreprise, il devrait peut-être mettre à pied

plus de gens, diminuer le nombre d'heures de travail de chacun, effectuer des changements qui ne sont dans l'intérêt de personne. Il lui a expliqué qu'il faisait cela pour redresser l'entreprise, pour lui-même, mais aussi pour le personnel et les patients. D'abord, nous voulons réaliser les activités les plus productives rapidement. Pour y arriver, ce sont mes recommandations ou idées, quand vous serez de retour, vous aurez une très forte demande refoulée.

Nous parlons de nouvelle réglementation, à savoir ce qui pourrait entrer en vigueur. Combien de patients pourrons-nous voir? À quoi ressemblera le contrôle des infections? Voici ma réponse : pour le moment, je l'ignore. Ni vous ni moi ne savons. N'oubliez pas ce que j'ai dit au début, nous en ignorons plus que nous en savons. Je peux seulement élaborer des modèles en fonction d'aujourd'hui et de ce que nous savons. Une fois la nouvelle réglementation connue, nous pourrons modifier et adapter les modèles. Pour le moment, on s'attend à ce que vous ayez une forte demande refoulée et que vous soyez très occupés pendant un ou deux mois suivant votre réouverture. C'est un échancier de 12 mois. Dans les deux premiers mois, vous devriez être très occupés.

Il faut augmenter les recettes aussi vite que possible. Nous recommandons donc, ou bien ce sont mes idées, d'augmenter vos heures. Vous devez travailler les soirs, les samedis, travailler autant qu'il est possible de le faire, physiquement et confortablement. Il ne faut pas vous épuiser. On ne veut pas se rendre là. On veut hausser les recettes. L'autre raison des heures étendues est la quantité de patients qui retourneront au travail et ont épuisé leurs congés et leurs journées de vacances, ces gens ne prendront pas congé du travail, ils craindront de prendre congé du travail. Si vous n'ouvrez pas en soirée ou les fins de semaine, en dehors des heures normales, ces patients ne reviendront pas. Un rappel de la dernière diapo, l'un de nos principaux objectifs est de ramener le maximum de patients.

Nous ajoutons des heures et des jours. Je sais que c'est dur de garder cela en tête, je trouve

aussi que nous sommes concentrés seulement sur la reprise. Ce n'est pas toute votre carrière. Cela pourrait durer de six à douze mois, pour ensuite réduire vos heures, comme on le verra bientôt. Du troisième au cinquième mois, votre pratique va ralentir. Simplement parce que la demande refoulée aura été comblée et que des patients ne reviendront pas. Des patients d'hygiène ne reviendront pas, des traitements ne seront pas automatiquement acceptés. Face à tout ça, vous vivrez une situation qui va vous amener à ralentir, et vous devez vous y préparer.

Ce n'est pas une bonne nouvelle, mais mon travail est de vous dire ce qui se passera à notre avis. Ce qui va se passer, selon nous, c'est un ralentissement au cours duquel la production diminuera de 15 à 50 %, selon la qualité de la préparation de votre reprise. Du troisième au cinquième mois, vous aurez besoin de tout resserrer, soit vos heures et vos journées d'ouverture, vos systèmes, vos procédures, et ce sera une période où vous verrez les facteurs fondamentaux de votre pratique, et vous saurez sur quoi travailler.

Le deuxième facteur de l'étape deux est la fidélisation des patients. Le moyen le plus rapide de garder vos patients est de leur fixer un rendez-vous rapide. Un patient à l'horaire a de fortes chances de rester avec vous. Le nouveau mantra sera : « Personne ne quitte votre cabinet sans son prochain rendez-vous. » Faites tout ce que vous pouvez pour fixer un rendez-vous à chaque patient avant son départ. Troisièmement, vous devrez augmenter vos efforts de marketing. J'ai quelques commentaires un peu directs à ce propos. Premièrement, il y a des firmes de marketing. Je suis dentiste, je reçois les mêmes sollicitations qui cherchent à me vendre du marketing. On veut vous convaincre que c'est bon pour votre marque ou vos RP.

Je crois que dépenser de l'argent sur du marketing en ce moment est pas mal de l'argent jeté par les fenêtres et vous n'avez pas les moyens. 90 à 100 % de vos dépenses de marketing devraient être éliminées, ou l'avoir été il y a trois à quatre semaines. Vous ne devriez pas y consacrer d'argent jusqu'à

l'aube de votre réouverture. Voici le danger : Nous n'avons aucune idée du marketing qui fonctionnera. Les firmes de marketing donnent l'impression que vous n'avez qu'à adhérer à leur programme, et que vous obtiendrez plein de patients. Un, c'est faux. Deux, plusieurs patients ne se présentent pas et refusent le traitement parce qu'il n'est pas assuré.

Le marketing sera différent lorsque nous rouvrirons. Il faudra tisser des liens avec les gens, il faudra développer des relations. Il faudra faire plus que créer une publicité Facebook et s'attendre à ce que les gens accourent à votre cabinet. Soyez prudents. Le meilleur moyen de l'être, et je suis en faveur du marketing... Le meilleur moyen de l'être sera de ne pas signer de contrats coûteux et de longue durée. Visez le court terme. En marketing, la première étape d'une campagne de marketing est une étude de marché ou un essai sur le marché. Si vous optez pour des programmes à long terme et vous vous retrouvez coincés parce qu'on vous a convaincus, et vous n'avez fait aucun essai, vous ne savez pas si ça fonctionne.

Vous devez donc comprendre que le marketing sera différent. Rien dans l'avenir ne sera comme dans le passé, du moins, pas au cours des 12 mois suivant la réouverture. J'aime le marketing. Je crois aussi que votre meilleur marketing sera créé à l'interne. Des stratégies de marketing pour prendre grand soin de vos patients. J'exprime clairement aux gens d'appeler entre trois et sept patients chaque jour, de prendre le téléphone, de leur dire bonjour.

Je fais un autre webinaire avec Dr David Hochberg, dans le même panel. Ancien président de l'American Academy of Implant Dentistry, et nous sommes ensemble sur ce panel. J'ai fait cette recommandation et David l'a suivie. Il a une pratique privée à Atlanta, et chaque jour dans le webinaire, lorsqu'il a ses cinq minutes de parole, ce qui se passe, selon David : « J'ai fait ce que Roger a dit, j'ai appelé mes patients, et c'est génial. Ils adorent avoir des nouvelles et savoir que je me soucie d'eux. » Commencez vos appels. Membres de l'équipe, vous pouvez appeler vos patients pour

prendre de leurs nouvelles. Ce sont vos clients. Si vous ne restez pas proches de vos clients, ils ne resteront pas avec vous.

Nous passons donc à l'étape trois. C'est l'étape de la reprise. Sur l'échéancier, j'espère que ce n'était pas confus, je vous ai parlé des deux premiers mois et de la demande refoulée. Ici, le danger est que vous soyez si occupés que vous pensiez que c'est normal. La normalité à venir ne sera pas la normalité que l'on a connue il y a environ 5 semaines. Nous passons à la deuxième phase, du troisième au cinquième mois sur l'échéancier, pendant lesquels la production diminuera. Je le garantis, presque tous, vous verrez une diminution de la production dans cette phase. Mais tout va bien aller, parce que c'est normal. Un redressement d'entreprise prend du temps, programmer les choses autrement pour la reprise, à moins d'avoir une pièce où vous fabriquez gants, masques et respirateurs, vous aurez besoin de temps pour votre redressement.

Nous voici à la phase trois de l'échéancier, que je n'ai pas encore abordée : du sixième au douzième mois. C'est là que se passera la reconstruction. Ça correspond à la phase trois que nous appelons la reprise. Notre objectif est d'aider la plupart des cabinets à atteindre 80 % ou plus de leurs recettes mensuelles moyennes d'ici le 12 mois de cet échéancier. Si cela se produit, tout va bien aller, et vous reconstruirez de là. Il y a quatre choses à faire à l'étape trois, celle de la reprise. Un, solidifier vos systèmes. Nous enseignons les systèmes depuis 36 ans. La firme est née en tant que firme de consultation sur les systèmes. Et je suis d'avis que les pratiques mises en œuvre dans les systèmes ont bien réussi.

Cela me semble très bien. Et il semble que Levin Group a aidé beaucoup de monde, et c'est ce que nous voulons. Mais ce n'est pas ce que j'ai dit. L'idée n'est pas ce que Levin Group a fait. Il n'est pas encore question de systèmes. Ce que je vous dis, c'est que j'ai vu plusieurs cabinets, au fil du temps, qui avaient des systèmes terribles ou médiocres, des profits et des revenus excellents. Après la récession de 2008, 2009, cela a commencé à changer. La raison : les données. Si vous avez des données,

et nous n'en avons pas pour ce qui se passe, mais nous avons des données pour 2008 et 2009, la plus longue et profonde récession de l'histoire des É.-U. Si vous regardez les données préalables à 2008, 91 % des cabinets dentaires étaient en croissance chaque année. Réfléchissez-y. C'était un secteur où 91 % des entreprises vivaient de la croissance chaque année. C'est comme gagner à la loterie. Si vous deveniez dentiste et aviez un cabinet, une équipe et des patients, vous gagniez la loterie.

Certains gagnaient un plus gros lot, mais vous gagniez tous à la loterie. Après 2008 et 2009, ça a commencé à changer. 75 % des cabinets ont eu une baisse de production entre 2008 et 2012. Pas chaque année, mais au cours de certaines années. Le vent a commencé à tourner en 2014 mais la croissance était faible. L'industrie était en croissance au niveau des cabinets, et la production augmentait d'à peine 1 à 2 %. Eh bien, récemment, l'économie était en feu, les choses vont bien, on recommence à bien se sentir. Et ceci arrive. Cela aura des répercussions profondes. C'est un fait, c'est ce qui se passe. À l'étape de la reprise, vous aurez besoin d'excellents systèmes. Les cabinets qui n'en ont pas, je crois, auront de grands défis à relever. Pas comme dans le passé, de très grands défis.

Vous devez fixer des rendez-vous, vous avez besoin d'assurances, de finances, de présentation de cas, de service à la clientèle, d'hygiène et de réactivation. Les absents, le recouvrement, les patients retardataires, en retard, les services différents. Il vous faut des systèmes pour tout. Dans votre cabinet, si vous n'avez pas d'excellents systèmes, votre recouvrement sera plus long et plus difficile. Et dans quelques cas, il pourrait ne donner aucun résultat, dans plusieurs cas même. Mettez vos systèmes en place pendant que vous avez le temps. Mon message serait que la meilleure approche est celle de l'efficacité. Vous voulez les systèmes les plus efficaces et efficaces possibles. Il faut éliminer tout relâchement.

Et, membres de l'équipe, lorsque vous aurez ces systèmes, vous devez les suivre comme on conduit une voiture. Vous ne conduisez pas parfois dans la mauvaise voie. Vous n'enfonchez

pas les freins, forçant les gens à foncer dans votre voiture. Vous ne brûlez pas les feux rouges, car vous savez que les risques sont élevés, que vous ne voulez pas prendre pour ne pas être blessé. Ne pas avoir de systèmes efficaces et simples, alors que nous avons abandonné tout ce qui est compliqué, toutes les étapes inutiles, sans mesurer les résultats presque quotidiens maintenant, pour savoir où vous êtes dans la reprise, c'est comme ces facteurs de mauvaise conduite mentionnés il y a un instant.

Numéro deux, suivez vos IRC. Voici une autre chose intéressante. Au cours des 36 dernières années, environ, Levin Group a créé 25 indicateurs de rendement clés, ou des statistiques que nos clients suivent chaque mois, et ils sont très importants. Mais en reprise, nous simplifions. Il y a environ cinq ou six statistiques clés que vous devez suivre lors d'une reprise. La différence est que vous devez faire un suivi quotidien, en détails et avec précision, et vous devez savoir immédiatement quand un indicateur de rendement clé est en dehors de la plage où elle devrait être. Quelques exemples, parmi eux : production, recettes, trésorerie. Est-ce que je parle d'argent? Oui, exactement. Une entreprise ne peut exister sans production, recettes et trésorerie.

Et je ne parle pas de revenus. Parce que la première étape est un autre IRC, le PM, le point mort. L'un des exercices que nos clients font actuellement, je vais vous parler d'autres exercices effectués par eux dans quelques instants, est d'identifier le point mort. Au retour dans votre cabinet, combien de recettes devrez-vous générer chaque mois, et chaque semaine, pour atteindre le point mort? Chaque semaine, il y a un point mort et chaque semaine est différente. Chaque mois, il y a un point mort et chaque mois est différent. Disons que votre propriétaire vous donne trois ou quatre mois non pas d'amnistie, mais de crédit sans payer de loyer. Bon, cela contribue à abaisser un point mort. Mais ensuite, quelques mois plus tard, vous devez atteindre un point mort encore plus élevé que lors d'un mois moyen.

C'est important à savoir. Vous ne voulez pas vous réveiller et ne pas pouvoir payer vos

factures. Cela va bien aller, promis, pour la plupart d'entre vous, si vous suivez mes suggestions. Vous devez savoir que la première étape est le point mort. Ne pensez pas profiter maintenant, ne pensez pas aux revenus. Si vous atteignez le point mort, vous survivrez, c'est excellent. Vous voulez survivre, avant tout. Vous pourriez réussir l'étape du point mort, et les premiers mois suivant votre réouverture. Le danger serait alors de penser que tout va bien. L'argent entre, les patients sont présents, mais qu'arrivera-t-il aux mois trois, quatre et cinq dans l'échéancier? Il y aura un ralentissement, vous devez donc être préparés.

Numéro trois de l'étape de reprise, la formation transversale. Je ne m'y suis jamais opposé, mais je n'ai jamais adoré la formation transversale. J'ai toujours pensé que c'était mieux de devenir super spécialisé et d'exceller dans son domaine. Mon opinion a changé parce que l'époque est différente. Il y a six semaines, mon opinion était différente. Je pense maintenant que la formation transversale des membres de l'équipe peut vous procurer une grande flexibilité. Hygiénistes, s'il y a un absent, vous pouvez faire une autre tâche pour aider, car il est évident que la réalité des affaires a changé. Membres de l'équipe, c'est grâce à vous que ce cabinet va se redresser, mais si vous ne l'aidez pas suffisamment à se redresser, tout le monde ne survivra pas, et ce serait vraiment dommage.

J'ai une grande compassion, mais en 2008-2009, l'hygiène dentaire a perdu des plumes et vous voulez que ces patients reviennent et que les choses avancent. Une hygiéniste qui téléphone à un patient passé dû a beaucoup plus de chances de convaincre ce patient que la réceptionniste. Nous le savons, grâce aux données. Et le numéro quatre. Au fait, une autre raison pour la formation transversale : si vous prolongez vos heures, certaines personnes ne pourront ou ne voudront pas travailler plus. Vous ne formerez pas des personnes qui veulent se joindre à l'équipe et savoir quoi faire et rendre les choses possibles. Tout le monde devra mettre l'épaulé à la roue au retour. Je connais une chef de bureau de très haut niveau. Elle a un salaire très élevé. Elle en mérite chaque sou. Elle a aidé à bâtir ce cabinet. Nous avons travaillé avec eux comme client

longtemps, jusqu'à 2,2 millions de dollars. Au début, ils étaient à 525 000 \$.

Elle a appelé son médecin et a dit : « Je vais faire tout ce qui est nécessaire pour que nous réussissions. Je vais tout faire à titre de chef de bureau. Mais rappelez-vous, j'étais auparavant assistante. Si vous avez besoin, je suis prête. Peu importe la tâche, peu importe les heures, je suis prête à m'investir. » C'est une excellente attitude. C'est une attitude supérieure. Plutôt que de dire : « Je suis chef de bureau, je ne dois pas faire ces tâches. » Et c'est vrai. Mais en redressement, c'est tout à fait différent. N'oubliez pas que c'est seulement pour le redressement. Pas pour toujours.

Numéro 4 : accumuler des réserves. Quatre éléments vont aider votre cabinet à reprendre vie : premièrement, les recettes, deuxièmement, l'argent. Comment accumuler des réserves? Les recettes. Vous surveillez vos dépenses sans tout couper. Vous développez des recettes, de la trésorerie, vous gardez vos revenus modestes aussi longtemps que possible. La trésorerie, ce sont des revenus éventuels, qui vont vous protéger, si vous n'en avez pas besoin. 90 % des cabinets dentaires avaient moins d'un mois de trésorerie quand la COVID-19 a frappé. Pas pour critiquer. Ce sont simplement des renseignements factuels. Nous suggérons d'accumuler jusqu'à quatre mois de trésorerie. Nous ne savons pas ce qui vient, ni ce qui va se produire, mais si vous avez de la trésorerie, tout ira bien.

Si votre redressement est efficace, si vous augmentez vos recettes, la trésorerie est là. Il pourrait y avoir une technologie pour augmenter vos recettes, un membre de l'équipe que vous souhaitez embaucher pour augmenter vos recettes. Il existe plusieurs types d'opportunités pour les cabinets avec argent, et pas autant pour les cabinets sans trésorerie. Recettes, trésorerie. Le troisième élément clé, ce sont vos conseillers. Avoir des conseillers qui ne sont pas que des conseillers, mais qui comprennent la reprise et le redressement d'entreprise.

Discutons maintenant de stratégies pour se préparer à la reprise. Dans environ 15 minutes,

je passerai aux questions/réponses avec grand plaisir. Donc, la première chose qu'un dentiste doit faire, le dentiste d'abord, puis certains membres du personnel, est d'écrire un plan de redressement stratégique COVID-19 d'une page. C'est essentiel. C'est ce qu'il faut faire dans un redressement d'entreprise. Si vous allez sur notre site Web, levingroup.com, c'est gratuit, nous voulons aider les gens, visitez la page d'accueil de levingroup.com, allez au COVID-19 Resource Center, tout est gratuit. Allez au plan de redressement stratégique d'une page, il est très simple à comprendre, vous pouvez le lire, et je vais l'expliquer.

Par contre, je vous préviens, un plan d'une page semble facile. Sérieusement, à quel point un plan d'une page peut-il être compliqué? La réponse est que c'est vraiment beaucoup de travail. C'est du travail ardu. Je l'ai fait pour Levin Group. Donc, nos clients, heureusement, la plupart de nos clients, travaillent directement avec nous, se préparant pour la reprise, mais il nous fallait voir plus loin. Vous devez savoir que j'ai fait 10 révisions du plan de redressement stratégique d'une page. Je vous le dis, laissez passer une journée. Travaillez-y à 9 heures, 11 heures, 15 heures. Votre cerveau a besoin de temps pour travailler là-dessus. Parlez-en à vos conseillers, obtenez les meilleures idées. Vous ne réussirez pas seul à vous sortir de ce problème. Vous devez vous en sortir avec les autres, avec d'excellents conseillers et des ressources hors-pair.

Parlez-en avec votre CPA, avec votre avocat. Travaillez avec vos conseillers à ce plan d'une page. C'est l'un des facteurs les plus importants. Je le répète. Je suis un peu réactif, car je veux vraiment que les gens le fassent, car je sais combien c'est précieux. Vous prenez une feuille et la divisez en quatre, et chaque quart a un sujet : le cabinet, le personnel les patients et les finances. Dans chaque quart, vous inscrivez trois à quatre stratégies de grande valeur qui vous aideront au fil de la reprise. Il est seulement question de reprise et cela ne sera pas comme avant. Dans chaque catégorie, vous inscrivez de trois à quatre stratégies à forte valeur ajoutée. Ce sont les stratégies qui vous aideront au redressement.

Ceci appartient au concept appelé le principe 80-20. Selon le principe 80-20, 80 % de vos résultats proviennent de 20 % de vos efforts. Cela s'applique directement au plan de redressement stratégique de COVID-19 d'une page, car dans votre plan, 20 % de vos stratégies vous permettront de réaliser 80 % ou plus de votre reprise. C'est pour cette raison qu'on limite chaque catégorie à 4 stratégies. Dans la catégorie Cabinet, vous inscrire peut-être le nombre de patients que vous prévoyez réactiver et ce nombre changera chaque jour, lorsqu'ils sont mis à l'horaire. Sous Finances, vous pourriez écrire le montant de trésorerie voulu dans quatre ou cinq mois, ou six mois ou douze mois. Vous pourriez inscrire les recettes mensuelles moyennes de réouverture.

Sous Personnel, vous pouvez écrire de rassembler, recréer l'équipe. Il nous faudra un but commun lors de la réouverture. Aux personnes présentes, j'espère que je fais un bon travail et que vous comprenez pourquoi la reprise est si importante. Ce ne sera pas : on rouvre, vous arrivez et tout revient à la normale. Ce ne sera pas comme ça du tout. En fait, nous passerons du chaos de la demande refoulée à un ralentissement, à un travail de reprise, c'est ce que vous commencez à comprendre. Mais nous voulons unir, réunir l'équipe, et il nous faut un but commun pour y arriver. Vous pouvez identifier cela dans votre plan d'une page.

Sous Patients, identifiez la production moyenne par patient que vous espérez réaliser à la réouverture de votre cabinet, et le nombre de patients actifs que vous voulez dans votre cabinet. Ce sont des facteurs clés que vous voulez absolument garder en tête. Préparez votre plan d'une page, finalisez-le, révisez-le... un essai sous pression. C'est une consultation, vous avez l'air intelligents et habiles. Demandez à des gens : « Qu'en penses-tu? » Parlez à votre conjoint, collègue, aux experts qui peuvent vous aider, car réussir ce plan est un geste puissant pour votre reprise.

Oui, préparez vos patients, communiquez régulièrement avec eux. Vos patients devraient entendre parler de vous une fois par semaine

au minimum. Dites-leur ce qui se passe. Envoyez une communication. Souhaitez-leur prospérité et santé, mais soyez en contact avec eux. N'attendez pas qu'il soit temps de rouvrir. Je vois des courriels envoyés qui ne sont pas appropriés. Je vous le dis, parce qu'ils ne sont pas bons. Ils est écrit : « Votre rendez-vous du 18 avril a été annulé. Nous serons en contact. » Aucune compassion dans ce courriel. Vous commencez votre message en reconnaissant où nous nous situons face à nos patients. « Mme Jones, nous vivons des moments sans précédent. » Puis vous leur souhaitez la prospérité.

« Nous espérons votre famille en santé et en sécurité. Malheureusement... » Excellent mot, « Nous devons... » pas annuler, ne dites pas annuler. « Nous devons déplacer votre rendez-vous du 18 avril qui était prévu à 15 heures. Nous communiquerons avec vous rapidement pour fixer un nouveau rendez-vous. D'ici là, pour toute question et toute préoccupation, n'hésitez pas à nous téléphoner au... » Puis vous pouvez dire : « Si vous avez une urgence dentaire, téléphonez-moi directement, voici mon numéro de cellulaire. Nous prendrons soin de vous. Restez en sécurité et en santé. » C'est beaucoup mieux que : « Votre rendez-vous a été annulé. Nous serons en contact. »

La communication est un des éléments les plus importants. Une communication dans laquelle vous vous reconnaissez. Communication, bienveillance compassion, préoccupation. Ce sont des manières puissantes d'être en relation, de parler à vos patients ou vos clients. Reportez-les au bon moment. Appelez-les pour prendre rendez-vous et assurez-vous que si on appelle au cabinet, c'est une personne qui répond. Nous travaillons avec un dentiste très prestigieux. Je ne le nomme pas, car il donne des conférences dans son domaine et vous savez peut-être qui c'est. Je vais parler de lui. Pendant trois heures, chaque jour, c'est lui qui répond aux appels au cabinet et aux appels des patients. Il dit : « Roger, ils m'appellent. Ils appellent et je réponds. » Et chaque personne dit : « Ouah, je ne pensais pas vous parler. »

Il adore. Il aime faire ça. Parce qu'il est une vedette qui se comporte et qui agit comme une personne très ordinaire. C'est un gars génial,

pas imbu de lui-même, malgré ses grands accomplissements. Trois heures par jour, il répond au téléphone, en rotation avec son monde. Répondez à vos appels. Donc, ensuite, préparons les finances de votre cabinet. Précisons quelques détails ici. Calculez vos points morts pour savoir exactement ce qu'il vous faut. Surveillez l'écart entre votre point mort et vos recettes. Il sera positif ou négatif, presque jamais exact. S'il est négatif, vous saurez quoi couvrir. S'il est positif, vous saurez que des profits vont entrer, ce qui est excellent.

Une des manières pour réussir ceci est d'étendre vos options de tarifs. J'ai mentionné que nous allons parler de vos options financières. C'est crucial et extrêmement et essentiellement important. Ce ne sera pas comme dans le passé. Il y a deux choses à faire, en plus des options financières normales : Un, le financement des patients. Vous vous dites peut-être : « Roger, financer les patients existe depuis longtemps. » Ok, mais voici ma version du financement. Vous voulez augmenter vos recettes du financement des patients de 200 à 300 %. Pourquoi? Car beaucoup de patients ne reviendront pas ou n'accepteront pas de traitements, parce qu'ils ne peuvent pas payer ou qu'ils pensent ne pas avoir les moyens ou ne veulent pas payer. Les gens sont financièrement inquiets.

Ce n'est pas pire, car le marché boursier a augmenté jusqu'à aujourd'hui. Je crois qu'il a baissé. Mais le marché boursier a augmenté d'environ 25 % depuis sa chute, et les gens se sentent mieux. En fait, quand on se remettra de la crise de la COVID-19, nous serons dans une récession relativement profonde pour un temps. J'espère que ça se replacera vite, ce serait génial. Pour commencer, nous serons en récession économique profonde. Dans une telle récession, les gens cessent de dépenser. Ils gardent leur voiture, leurs vêtements plus longtemps. Cela représente des défis pour les designers, les marques de designers, les fabricants automobiles de luxe. Oubliez l'industrie des croisières, c'est un tout autre sujet en soi. Qui sait ce qui se passera.

Avoir plus de patients financés est crucial. À chaque appel, à chaque patient, dans votre script, j'ai dit que j'en parlerais, il faut

mentionner que le financement sans frais est offert. Les gens seront alors confiants de pouvoir prendre rendez-vous et d'en avoir les moyens. Ils aiment entendre que c'est sans intérêts. Ensuite, les plans de paiement. Je n'ai jamais pensé que j'utiliserais ces mots. Pendant 36 ans, je me suis opposé aux plans de paiement. C'est un excellent moyen de ne pas être payé. Le problème est qu'avec les plans de paiement, vous êtes face à des patients qui ne paieront pas, ce n'est pas la majorité. Pourquoi est-ce OK? Car dans une usine, on accepte parfois un contrat pour atteindre le point mort, pour payer les comptes, la main-d'œuvre, et espérer de meilleurs contrats.

Il peut arriver que certains plans ne paient que 60 ou 70 %. Vous aurez couvert vos frais, peut-être même fait un peu de profit. Ce n'est pas ce que vous voulez entendre, ce que je veux vous dire, mais c'est la réalité. Si nous n'avons pas de patients financés et des plans de paiement, et nous n'en informons pas les gens au téléphone, patients actuels et nouveaux, beaucoup de ces patients pourraient ne pas revenir. Dans plusieurs cabinets, 15 % de vos patients ne reviendront pas, et j'essaie de vous aider à abaisser grandement ce pourcentage. Enfin, accumuler la trésorerie, c'est quand même votre argent qui est toujours dans vos coffres, si vous ne le dépensez pas, et l'argent est vraiment roi, comme le découvrent les entreprises. Si vous avez de l'argent, vous survivrez, puis irez mieux.

Je suis fatigué de ces entreprises qui tentent de me montrer comment survivre et prospérer. Maintenant, il faut survivre, faire des profits, des revenus et traverser la reprise. Diversifiez vos fournisseurs, trouvez-en de nouveaux. Côté dépenses, vous pouvez commencer à soumissionner à l'externe vos dépenses. Choisissez les 10 plus importantes, il y a le loyer, vous n'y pouvez pas grand-chose, et obtenez des soumissions. Pas parce que vous allez quitter vos fournisseurs. Car vous voulez comprendre vos options. Dans certains cas, vous resterez avec les entreprises de confiance qui proposent des produits et une recherche extraordinaires.

Mais du côté des assurances, plus tard cette année, lorsque vous réviserez vos différentes

polices d'assurance, si vous demandez des soumissions, vous saurez où se situe le marché. Dans bien des cas, vous trouverez de meilleures offres, car les entreprises voudront avancer avec vous, sachant que vous avez réussi à traverser la reprise. Oui, les commandes en ligne seront essentielles. Vous ferez plus de commandes en ligne, mais observez votre manière de commander. Votre chaîne d'approvisionnement. Ayez votre équipement de protection individuelle (ÉPI), vos gants, vos masques, etc. Veillez à obtenir les produits dont vous avez besoin.

À propos, rapidement, tout cela sera fabriqué en usine, et sera disponible, mais lorsqu'il est question d'ÉPI, je suggère de tenir 125 à 150 % de l'inventaire normal en stock, car nous ne savons pas à quel moment nous en aurons besoin. Lorsqu'il est question de patients, et je me dépêche afin qu'on ait quelques minutes pour les questions et réponses, l'argent pourrait être rare. Veillez à communiquer avec chaque patient au téléphone. Au début, pas à la fin, au début de chaque présentation de traitement, précisez que vos options de financement sont souples. Dites-moi d'entrée de jeu que vous rendrez le traitement abordable plutôt que de me laisser penser qu'il est exorbitant et que je ne peux me le payer.

Je vais donc refuser ou ne pas me présenter ou ne pas revenir. Du déjà-vu... Nous avons des preuves, au fil de la récession de 2008-2009. Cela va se produire encore. J'ai parlé du financement des patients. Une autre question : les plans d'adhésion internes. Voici une nouvelle manière de les voir. Certains de vos patients auront perdu leur emploi. Lorsqu'ils perdent leur emploi, ils perdent leur assurance. S'ils perdent leur assurance, ils pourraient ne pas revenir. À moins qu'ils aient une autre option. S'ils peuvent opter pour un plan d'adhésion interne...

Ces plans existent depuis un moment. Il y a cette entreprise que j'aime : Dental HQ. Je les connais bien, et leurs clients semblent être très heureux. Ils existent depuis longtemps, ne sont pas encore gros, mais ils tentent de grossir, ils font de la publicité. Pour le moment, vous pourriez l'offrir à vos patients qui n'ont plus

d'assurance, et qui veulent rester avec vous, pour rendre la chose abordable.

Enfin, dernière chose dont je n'ai pas parlé avant. Je ne croyais jamais dire ça. Vous pourriez réduire vos tarifs pour les 12 prochains mois, surtout pour ce qui est non urgent, cosmétique, implants, aligneurs. Ce sont des interventions non urgentes pour la

majorité, car ils ont le choix d'y donner suite ou non. Tous ces facteurs peuvent être amoindris en disant à la patiente : « Mme Jones, il vous faut un implant qui coûte 400 \$ de moins, en ce moment, en collaboration avec votre spécialiste. » Les gens apprécient vraiment que vous les contactiez et les aidiez. Leur mentalité change complètement, ils se disent « comment y arriver » plutôt que « je n'y arriverai pas ».