



Faire du marketing communautaire une priorité

Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

Le marketing communautaire est une approche sur le long terme visant à établir des relations entre les gens et les organisations d'une communauté, y compris des confrères entrepreneurs, des dirigeants, des groupes caritatifs et des riverains. Participer à de multiples activités communautaires tout au long de l'année vous permet de promouvoir davantage votre cabinet, afin que ce dernier soit reconnu comme la meilleure option pour les soins dentaires dans votre région.

Voici quatre stratégies de marketing communautaire que nous recommandons à nos clients :

1. Organisations : rejoindre la Chambre de commerce et autre groupe similaire vous permettra d'élargir et de rencontrer d'autres entrepreneurs ainsi que des patients potentiels. Vous élargirez ainsi votre réseau, vous vous tiendrez au courant de ce qui se passe au sein de la communauté tout en développant votre notoriété. Bien que vous ne puissiez pas rejoindre toutes les organisations, vous pouvez avoir l'occasion d'effectuer des présentations sur des sujets liés aux soins dentaires dans d'autres groupes.

2. Établissements scolaires : proposez aux écoles locales d'intervenir en leur sein pour parler aux élèves de la santé bucco-dentaire. De nombreuses écoles font appel aux professionnels de la santé pour éduquer leurs élèves sur les questions importantes. En fournissant un service public, vous faites connaître votre cabinet au sein de la communauté.

3. Activités pour les jeunes : de nombreux cabinets dentaires parrainent des équipes sportives d'enfants. C'est un excellent moyen de faire connaître le nom du cabinet auprès des parents et autres adultes de la communauté. Des groupes de musique aux compétitions de karaté, en passant par les clubs de danse, un large éventail d'activités est proposé aux enfants. Cela représente autant d'occasions de soutenir la communauté locale et de promouvoir votre cabinet. Si vous ne parrainez qu'une petite équipe locale, pensez à soutenir une autre activité. Moyennant un faible investissement, votre visibilité est souvent décuplée.

4. Organisations caritatives : défendez une cause... ou deux. Il peut s'agir par exemple de participer à une collecte de denrées alimentaires à l'automne ou de parrainer une équipe lors d'une course à pied de 5 km visant à recueillir des fonds pour la lutte contre le cancer. Quelle que soit la cause défendue, impliquez vos patients et clients pour les sensibiliser aux questions importantes et améliorer votre communauté. Cela ne peut être que positif.

Conclusion

Le marketing communautaire prend du temps. Il s'agit d'un processus progressif, qui se développe année après année, à mesure que vous vous investissez. Ces quatre stratégies vous aideront à développer votre notoriété, faire connaître votre cabinet par le biais du bouche-à-oreille, et finalement attirer de nouveaux patients.