En parlant de service à la clientèle…
Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

Malheureusement, une excellente dentisterie seule ne garantit pas la réussite de votre cabinet, car les patients ont tendance à penser que tous les dentistes ont des connaissances et compétences cliniques comparables. Pour que votre cabinet se distingue des autres, tout en consolidant les relations avec les patients existants et en en attirant de nouveaux, vous et votre équipe devez posséder de solides compétences en matière de service à la clientèle. En fait, vous devez trouver les bons mots pour vous adresser à vos patients, pas seulement pour les motiver, mais aussi pour montrer que vous vous souciez personnellement d'eux et de leur santé bucco-dentaire. Élaborer un script vous aidera à le faire invariablement.

Le premier appel aux clients potentiels

La première, et donc la plus importante, utilisation de scripts pour le service à la clientèle se produit avant même qu'une personne ne devienne votre « client », ou patient. Lorsque votre réceptionniste répond au téléphone et entend que l'interlocuteur souhaite venir à votre cabinet, il doit utiliser le script immédiatement. Cette conversation téléphonique est cruciale pour 3 raisons. Tout d'abord, une quantité considérable d'informations doit être échangée en seulement quelques minutes. Ensuite, comme il s'agit de la « première impression » classique, l'appel doit également commencer à créer de la valeur et transmettre de l'énergie, de l'enthousiasme et de la sympathie. Pour finir, bien évidemment, votre réceptionniste doit fixer un rendez-vous pour l'appelant. Les scripts sont la meilleure façon de bien orchestrer autant d'éléments différents.

L'expérience du nouveau patient... et plus encore

La première visite d'un patient est une autre occasion primordiale d'utiliser un script. D'un accueil chaleureux à un départ enjoué, chaque interaction avec les membres de l'équipe (vous y compris) doit renforcer l'impression que donne votre cabinet de fournir un service à la clientèle haut de gamme.

L’un des nombreux éléments scénarisés que vous devez inclure dans la première visite, et les visites suivantes, est ce que j’appelle « Les 10 faits en or ». Grâce aux conversations que vous et votre équipe avez avec les patients, vous devez utiliser les scripts pour apprendre au moins 10 faits personnels les concernant (centres d’intérêt, musique favorite, futures vacances, etc.). Une fois partagées avec l’équipe, ces informations serviront de base pour une relation patient-cabinet continue, la caractéristique principale d’un service à la clientèle de qualité.

Un service à la clientèle supérieur s’appuie autant sur ce que vous dites que sur ce que vous faites. Les scripts vous permettront d’exprimer de façon claire et cohérente l’engagement de votre cabinet à satisfaire les besoins des patients et à dépasser leurs attentes.