



Comment attirer de nouveaux patients au cabinet dentaire

Par Roger P. Levin, chirurgien-dentiste

Une augmentation de la production dépend de beaucoup de facteurs. Le premier d'entre eux consiste à gagner de nouveaux patients. Ceux-ci viennent non seulement renouveler votre clientèle de base, mais ils représentent aussi davantage de production par patient. La question est de savoir comment favoriser l'arrivée régulière et substantielle de nouveaux patients au fil des mois et des années? À part les techniques traditionnelles de marketing (qui peuvent être très coûteuses même si elles n'apportent que rarement des résultats satisfaisants), il existe trois nouvelles stratégies testées et éprouvées que vous pouvez mettre en œuvre :

1. Recommandations de patients

Les recommandations personnelles ont toujours représenté la meilleure manière de faire de la publicité. Si vos patients actuels sont satisfaits des services que vous et votre équipe fournissez, vous pouvez compter sur eux pour recommander vos services aux membres de leur famille, à leurs amis, voisins et collègues... *SI* vous les encouragez à le faire.

Il existe de nombreuses manières d'encourager les recommandations de patients. Un simple message placé à l'accueil du cabinet pour indiquer que vous acceptez les nouveaux patients peut être très efficace. Vous-même, les hygiénistes et les autres membres de votre équipe peuvent demander aux patients de recommander vos services à leurs connaissances (des scripts peuvent vous rendre cette tâche simple encore plus facile). Vous pouvez également utiliser d'autres voies de communication directe pour favoriser les recommandations des clients. Les cabinets dentaires qui mettent en œuvre différentes stratégies de recommandations de patients observent l'arrivée régulière de nouveaux patients - entre 40 et 60 % de leur clientèle existante recommande au moins un nouveau patient par année.

2. Prospection au niveau local

Les activités qui augmentent votre visibilité au niveau local sont moins directes, mais tout aussi efficaces à long terme. L'idée est de gagner en visibilité de telle manière que vous et votre cabinet dentaire veniez directement à l'esprit des clients potentiels lorsqu'il s'agit de trouver un dentiste. La prospection peut se faire en commanditant des événements et des équipes sportives locales, en participant à des salons médicaux, en faisant du bénévolat, en donnant des discours et en écrivant des articles sur le thème des soins dentaires pour un public local, et ainsi établir une bonne réputation parmi les membres de la communauté.

3. Présence marketing en ligne

Les activités en ligne de votre cabinet peuvent avoir un impact énorme sur le nombre de nouveaux patients, ainsi que sur la consolidation de la pratique des recommandations de patients et des stratégies de prospection au niveau local présentées ci-dessus. Par exemple, votre site Internet (qui devrait être optimisé afin d'apparaître plus souvent dans les premiers résultats des moteurs de recherche) sera souvent consulté pour voir tous les détails relatifs à votre cabinet après recommandation. De la même manière, vos activités sur les médias sociaux représentent un très bon moyen de faire de la « prospection ». D'autres dimensions de votre présence en ligne, comme la liste de contenu des répertoires, les critiques et les messages publicitaires ciblés peuvent également favoriser et renforcer la pratique de recommandations de patients.

Afin d'augmenter le nombre de nouveaux patients qui franchissent la porte de votre cabinet, concentrez-vous sur ces trois stratégies. Elles représentent le moyen le plus sûr et le plus rentable d'améliorer votre production... un nouveau patient à la fois.