

Rester pertinent dans un monde numérique

Alors que la connectivité mondiale monte en flèche, les changements générationnels sont appelés à jouer un rôle plus important dans la détermination des comportements que les différences socio-économiques. Véritables natifs du numérique, les individus de la génération Z sont en mesure d'influencer à une échelle que les générations précédentes ne pouvaient qu'imaginer.

En années, la différence entre la génération Y et la génération Z peut être faible, mais l'écart entre les deux est énorme. L'immédiateté est essentielle à une époque où le parcours client n'a jamais été aussi complexe. Tout est maintenant disponible en appuyant sur un bouton, et ce bouton est rarement plus loin que le bout du bras sur un appareil mobile. Comment pouvez-vous devancer une génération qui semble toujours arriver la première ? Comment attirer et retenir l'attention d'un jeune de la génération Z dont le monde, également appelé phygital, est à parts égales physique et digital ?

Dans ce monde physique, il est important de vous assurer que vous êtes pertinent(e) pour les consommateurs dans les deux dimensions. Vous devez aller au-delà de leurs attentes, les ravir et les intéresser chaque fois qu'ils passent la porte du cabinet. Il est essentiel de mettre en place un cabinet qui offre à la fois d'excellents soins cliniques et des expériences extraordinaires en quantités égales. Entourer un patient d'une technologie à la fois impressionnante et fonctionnelle est essentiel pour retenir ceux qui recherchent en permanence ce qui se fait de mieux.



Garder vos patients est tout aussi important que d'en attirer de nouveaux. La génération Z a le monde au bout des doigts ; en tant qu'individus, ils ne téléphonent pas pour prendre un rendez-vous ou n'attendent pas que quelqu'un réponde à leurs questions au bout de quelques jours - ils veulent que tout se passe immédiatement. Laisser un patient livré à lui-même pendant trop longtemps aura pour conséquence sa prise en charge par quelqu'un d'autre qui est prêt à l'aider maintenant.

Un défilement rapide sur des sites de partage sociaux tels qu'Instagram vous montrera le besoin d'expériences à partager. Que vos patients partagent ou non en ligne, vous voulez leur laisser une impression durable qu'ils peuvent partager avec leurs amis. Qu'est-ce que votre cabinet apporte pour rendre un patient désireux de partager son expérience avec le reste du monde ?

Il est irréaliste de donner à chaque patient une expérience individuelle, mais c'est ce à quoi les patients commencent à s'attendre. La génération Z s'attend à ce que tout tourne autour d'elle. Il est donc essentiel de créer au moins l'illusion que tel est le cas.

L'outil SmileView est un excellent exemple de la façon dont la technologie peut mobiliser et enthousiasmer un patient avant même qu'il ne prenne place dans le fauteuil. SmileView est un outil mobile basé sur le Web qui permet aux consommateurs de faire un autoportrait et de



visualiser à quoi pourrait ressembler leur sourire après le traitement. Le fait de susciter l'intérêt du patient avant qu'il ne prenne place dans le fauteuil lui permet non seulement de voir à quoi son sourire pourrait ressembler, mais aussi de minimiser le temps passé sur le fauteuil à essayer de lui « vendre » le traitement au patient - le plus difficile est déjà fait , il peut voir les résultats et ils les veut.