

La e-réputation au cabinet dentaire : définition, prévention et solutions ?

Jacques Wemaere

Responsable scientifique : Alain Béry (26 novembre)

Cette séance a pour but de sensibiliser le praticien sur sa visibilité sur internet et sur l'importance exponentielle que prend internet dans la vie de nos patients.

Parlons de nous d'abord : qui n'a jamais regardé les avis TripAdvisor pour choisir entre un restaurant A ou B ? entre l'hôtel C ou D pour nos vacances ? Ce besoin actuel de se forger une opinion avant de vivre un évènement est déjà très ancré dans nos vies, et c'est pareil pour nos patients qui prennent rdv !

Notre image virtuelle a besoin d'être managée et gérée pour éviter de laisser ces genres de commentaire sur notre page Google Business (Fig. 1). Tous ces commentaires sont le plus souvent liés au service : l'accueil, l'attente, le personnel, l'expérience globale du cabinet dentaire. Et la plus grande difficulté, c'est qu'il est extrêmement difficile de les supprimer aujourd'hui !

Cette séance nous permettra de comprendre, puis de mettre en place rapidement des principes essentiels pour maîtriser son image numérique. Pour ceux qui n'auraient pas le courage de le faire eux-mêmes, il existe des sociétés spécialisées dans la gestion de notre image numérique.

Définissons l'E-réputation

L'E-réputation est l'image numérique d'une personne sur internet. Cette e-réputation est entretenue par tout ce qui concerne cette personne et qui est mis en ligne sur les réseaux sociaux, les blogs ou les plateformes de partage de vidéos.

Notre société évolue à grande vitesse : l'essor et le développement du numérique ont fait exploser le temps d'écran (combo téléphone/tablette/ordinateur) pour arriver à 6-8 heures par jour chez les 12-14 ans. Demandez à vos ados de partager leur temps d'écran !

Notre communication évolue également grâce à la levée de l'interdiction absolue de la publicité au sein de la profession avec l'évolution du code de déontologie fin 2020. Pas de panique cependant, cette communication reste très encadrée selon la forme et le support numérique utilisé.

Notre conférencier nous conseille avant tout de nous rapprocher de nos assurances pour prendre l'assurance E-réputation ET la garantie cybercriminalité. En effet, celle-ci peut ainsi prendre en charge une action en justice pour faire retirer un commentaire ou une plainte pour diffamation. De plus, les attaques cybercriminelles qui demandent une rançon pour ne pas effacer les données du cabinet sont de plus en plus fréquentes, il faut s'en protéger !

La gestion de notre E-réputation passe par l'organisation d'une veille régulière :

- faire un état des lieux régulièrement,
- créer un compte Google professionnel pour maîtriser les informations disponibles et pouvoir répondre directement aux commentaires,
- contrôler les nouveaux résultats en tapant son nom et quelques mots-clés.

Pour récupérer son compte business Google, il faut faire une demande auprès de Google. Nous pouvons alors accéder à notre page pour la configurer (Fig. 2).

La relation avec nos patients change également. Aux plus fidèles, il peut être envisagé de demander de poster un bon avis sur la page Google, à l'image de ce que peut nous demander notre pizzeria préférée !

Quelques conseils :

- attention à ne pas répondre à chaud, ce qui peut devenir plus délétère pour notre image,
- ne pas diffuser d'informations sur le patient,
- secret médical tenu sur les réseaux sociaux également,
- attention aux critiques avec les confrères.

Les 4 étapes pour répondre à un avis :

1. Prendre le contrôle de sa fiche Google mybusiness
2. Identifier le type d'avis
3. Formaliser la réponse
4. Vérifier

En cas d'injure ou de diffamation, on peut faire un signalement à Google pour demander le retrait du commentaire.

Adopter la bonne stratégie de réponse

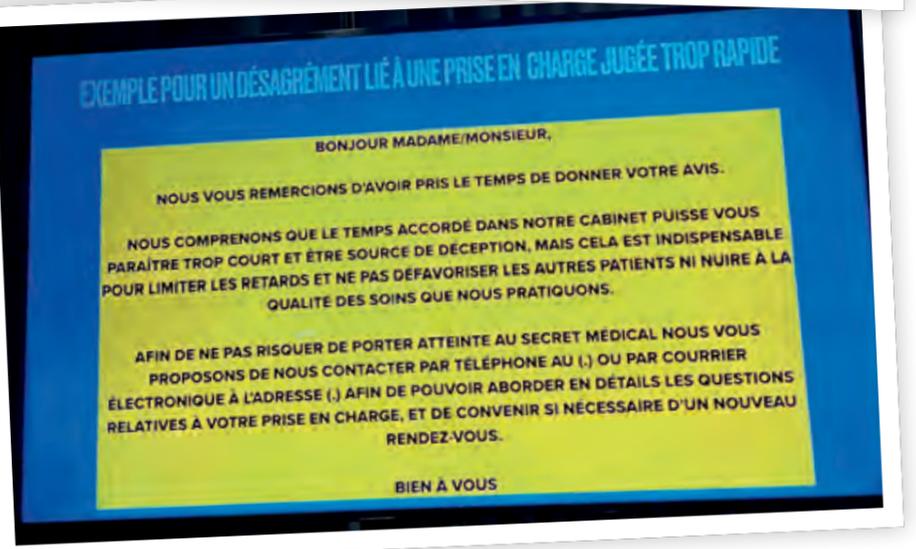
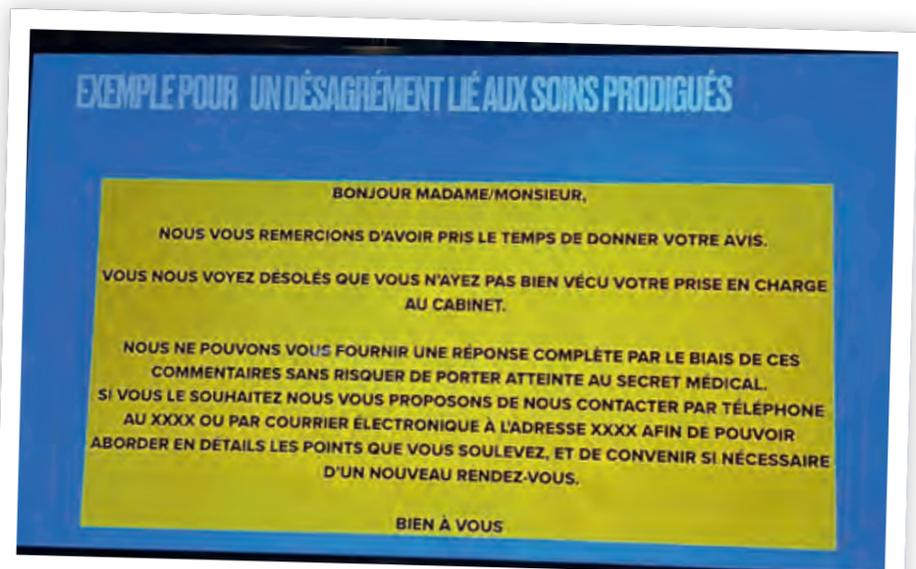
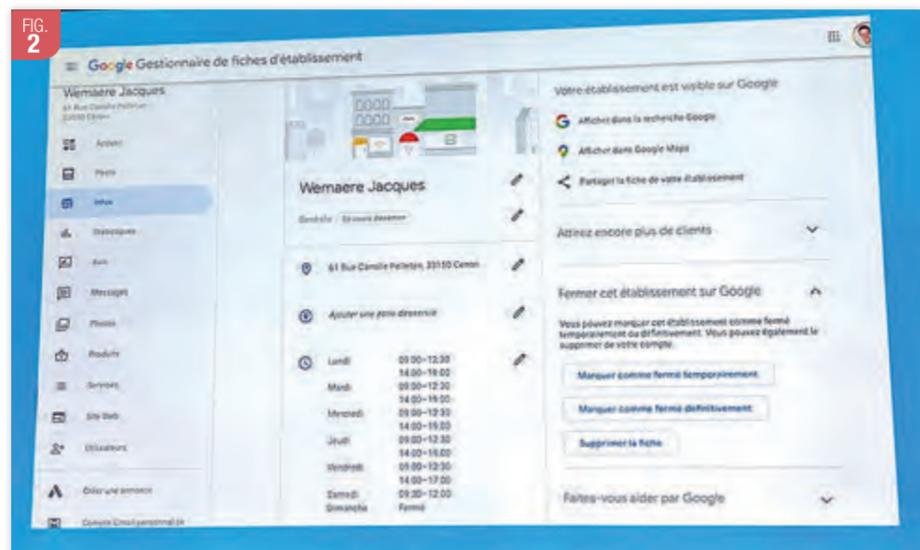
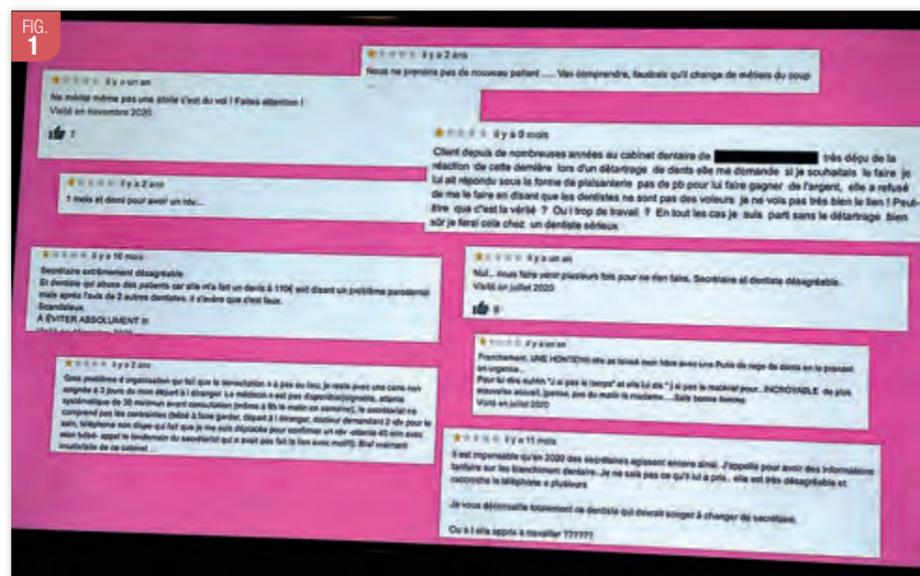
- La stratégie de neutralité correspond à l'absence de réponse suite à une critique numérique. Le praticien souhaite ainsi éviter la polémique.
- L'action pacifique consiste à formuler une réponse empathique à la personne ayant laissé un avis négatif.
- La stratégie défensive consiste à demander à l'auteur (quand il est identifié et connu) de retirer

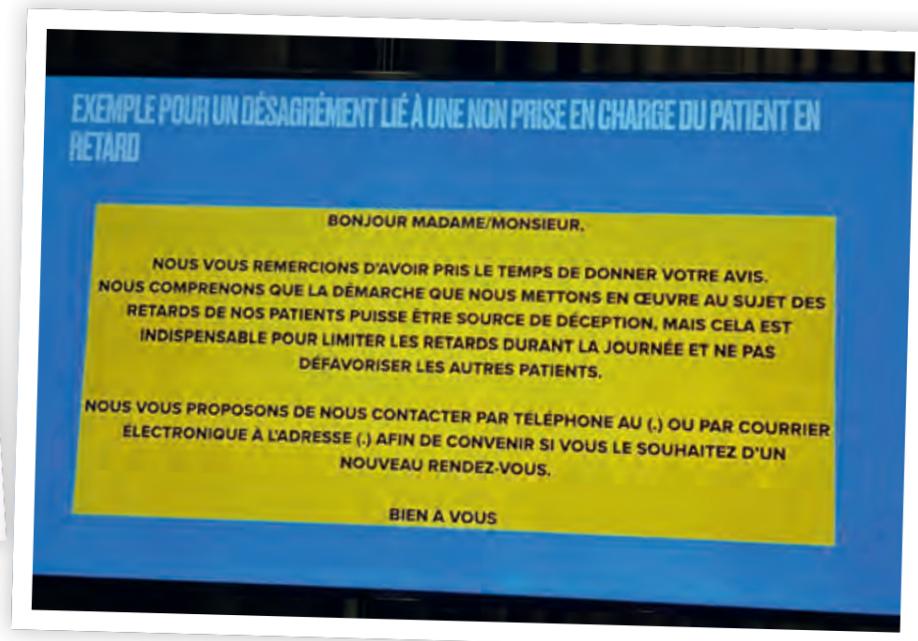
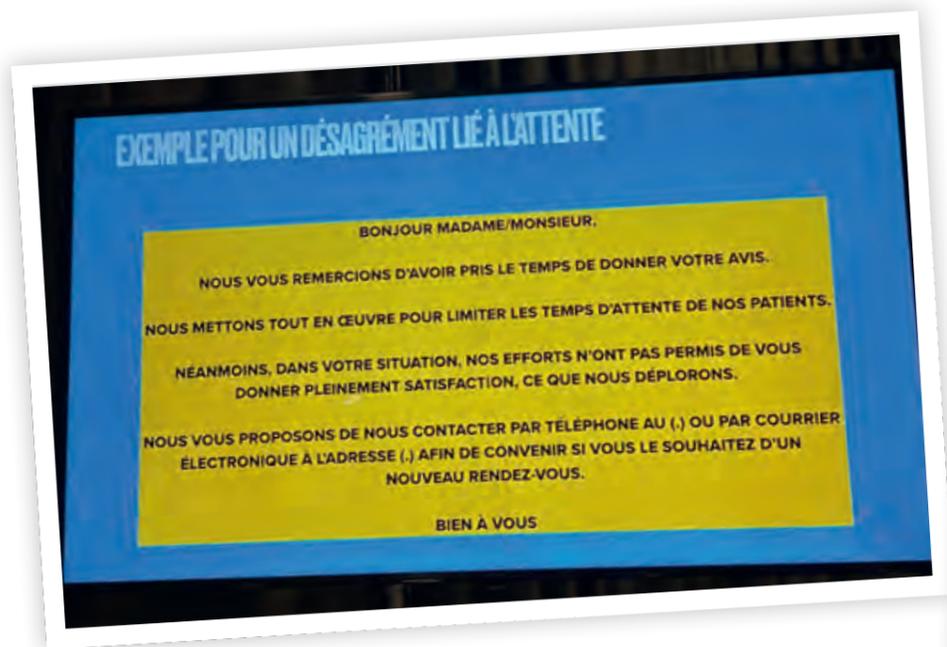
son avis afin qu'il disparaisse du site concerné. Même si l'auteur utilise un pseudonyme, le contact est tout de même possible. Comment réagir face à des avis postés sous pseudo ? Les avis anonymes sont très fréquents. Certains internautes ne désirent parfois pas que leurs noms et prénoms apparaissent. Cependant, il peut également s'agir d'avis frauduleux. Dans ce cas, après avoir répondu à ces avis, la meilleure stratégie consiste à signaler tout avis frauduleux auprès de Google, mais aussi à diminuer leur impact par l'attribution de nouveaux avis positifs.

- La démarche offensive s'appuie sur l'action en justice afin de faire supprimer un avis négatif ou obtenir réparation. Pour les avis illicites, prenez un avocat ou un service juridique (de votre assurance, syndicat, etc.) tant pour déterminer le caractère illicite que pour les suites à donner à cette situation. Dans ce cas, conserver les preuves de l'avis en question est indispensable. Une issue amiable peut être trouvée à tout moment même si la voie judiciaire a été amorcée. La stratégie offensive est envisageable uniquement lorsque l'avis est illicite. Parfois, il est possible de ne pas avoir recours à une action juridique. Les éditeurs/hébergeurs mettent souvent en place un système de signalement des avis dépassant le cadre de la liberté d'expression (par exemple, sur la fiche Google My Business).

Une des stratégies peut aussi être de ne pas répondre aux commentaires trop anciens pour ne pas créer une activité sur une page où il y en avait peu. La réponse du praticien doit fermer la discussion ou inviter le patient à reprendre contact directement avec le cabinet.

Le guide du Conseil National de l'Ordre des médecins est très intéressant à télécharger sur internet.





Comment agir ?

Il est conseillé dans toute réponse à un commentaire négatif de :

- remercier dans un premier temps le patient d'avoir laissé un avis ;
- lui faire comprendre que vous avez compris la nature de son désagrément ;
- si le désagrément est fondé, d'en expliquer la cause et les éventuelles mesures mises en œuvre pour le pallier ;
- si le désagrément n'est pas fondé, d'informer l'auteur du commentaire de votre surprise à sa lecture ;
- si nécessaire, de préciser à l'auteur du commentaire que vous ne pouvez lui fournir une réponse complète sans risquer de porter atteinte au secret médical ;
- enfin, de proposer à l'auteur du commentaire de vous contacter sur vos coordonnées professionnelles afin de permettre de trouver une solution aux difficultés qu'il a pu rencontrer.

Conclusion : maîtriser sa @réputation

Différenciez bien votre univers professionnel de votre vie privée

- Utilisez des pseudos différents
- N'acceptez pas vos patients comme amis virtuels
- Choisissez les paramètres de confidentialité les plus élevés

Créez votre propre site ou blog professionnel

- Valorisez vos compétences additionnelles
- Améliorez l'information destinée à vos patients
- Restez en accord avec le Code de déontologie

Mettez à jour votre profil professionnel

- Sur les plateformes de prises de rendez-vous
- Sur les annuaires
- Sur les services de géolocalisation

Restez vigilant et prudent

- Organisez une veille régulière sur les moteurs de recherche
- Évitez le bad buzz avec des sujets polémiques et des réactions excessives

Chers lecteurs, chers Confrères, à vos claviers !!!
PS. N'hésitez pas aussi à lire (ou relire) l'article d'Alexandre Eichelberger de AONews #28 ! ■

Cyril Licha



XO FLOW – LE PREMIER UNIT DENTAIRE NUMERIQUE

XO FLOW est le premier unit dentaire numérique incluant des séquences de travail, des applications dentaires, une connexion réseau et de nombreuses autres spécificités jamais vues auparavant.

Le Dashboard
C'est une interface tactile intégrée à la console instruments accessible par le dentiste et l'assistante pour gérer toutes les fonctions de l'unit en restant concentré sur le patient.

Le Navigator
C'est un écran tactile regroupant les applications dentaires, la programmation de l'unit et l'intégration des autres périphériques et logiciels connectés au réseau. Votre scanner intra oral peut y être connecté grâce à l'application Remote Desktop.

N'hésitez pas à contacter votre partenaire XO local pour une démonstration et à vous rendre sur le site www.xo-care.com

Vous avez fait un excellent travail. XO FLOW est très intuitif. C'est très impressionnant.

Dr. Gérard Tolila.



XO FLOW a remporté deux prix Red Dot Awards. Les catégories « Dispositifs médicaux et technologies » et « Produits innovants ».

