Lien de l'article en ligne :

https://blog.simplebo.fr/comment-developper-sa-patientele

Guide : Comment développer sa patientèle ?



Cet article s'adresse à tous les **professionnels de santé**, thérapeutes et professionnels du bien-être qui souhaitent faire connaître leur activité et **développer leur patientèle**. Vous êtes : dentiste, infirmier, podologue, ostéopathe, sage-femme, psychologue, psychothérapeute, thérapeute, chiropracteur, naturopathe, diététicienne, coach, professionnel libéral médical ou paramédical ? Cet article est fait pour vous !

Qui écrit cet article?

Simplébo travaille avec des milliers de professionnels de la santé et du bien-être au quotidien. Notre mission est de les aider à **développer leur activité libérale**. Nos conseils proviennent de témoignages réels de nos clients qui ont réussi à remplir leur cabinet, et qui partagent ici leurs meilleures astuces.

Simplébo dispense des formations dans plusieurs écoles pour aider les futurs diplômés à **réussir leur installation et développer leur cabinet**. Vous êtes une école et vous souhaitez en savoir plus, contactez Simplébo en <u>cliquant ici</u>

Nous proposons également des formations à distance gratuites (webinars) pour tous les **professionnels libéraux de santé**, **thérapeutes et professionnels du bien-être intéressés par ce sujet**. Si vous souhaitez être informé de la prochaine session gratuite, vous pouvez nous laisser votre e-mail et nous vous préviendrons : <u>cliquez-ici</u>

Les particularités du secteur de la santé et du bien-être

Parmi les conseils ci-dessous, il est possible que certains vous semblent trop "commerciaux". Nous vous laissons le soin de choisir ceux qui vous conviennent, mais soyez ambitieux. Il faudra **sortir de votre zone de confort** pour être visible et vous constituer une clientèle fidèle. Si vous n'avez pas de code de déontologie officiel, de règles du conseil de l'ordre ou de restrictions concernant l'exercice de la profession, **osez communiquer**.

Sommaire interactif

- 1. Créer sa patientèle grâce au bouche-à-oreille
 - a) Organiser un événement par an dans le cabinet
 - b) Perfectionner son image professionnelle
 - c) Se faire connaître dans sa ville
 - d) Faire en sorte que vos clients / patients vous recommandent
- 2. Développer sa patientèle grâce à internet
 - a) Créer un site internet bien placé sur Google
 - b) Être visible sur la carte Google Maps Google My Business
 - c) Utiliser les réseaux sociaux simplement
 - d) S'inscrire sur des annuaires efficaces et gratuits
- 3. Bien penser son cabinet médical ou paramédical
 - a) Optimiser l'extérieur du cabinet
 - b) Améliorer votre salle d'attente
 - c) Aménager votre salle de consultation

1. CRÉER SA PATIENTÈLE GRÂCE AU BOUCHE-À-OREILLE

Être recommandé par des patients ou confrères est très **agréable** et **efficace**. L'erreur classique consiste à attendre passivement ces recommandations.

Dans ce chapitre, nous vous donnons des astuces pour **créer**, **entretenir et dynamiser** ce bouche à oreille.

Ces actions, prises une à une, peuvent sembler insignifiantes. Mais c'est en cumulant ces petites actions que votre bouche à oreille pourra devenir une source intarissable de nouveaux patients.

Organiser un événement par an dans le cabinet

Si l'espace vous le permet, organiser un événement par an dans votre cabinet est un superbe moyen de **doper le bouche à oreille**. En plus de passer un moment agréable, l'objectif est de tisser des liens avec des personnes qui seront vos meilleurs ambassadeurs. Cet événement peut rassembler 5 à 40 personnes en fonction de la taille de votre cabinet.

L'enjeu est de vous rendre visible et de donner une belle image de votre professionnalisme.

Si vous êtes installé depuis moins d'un an, vous pouvez organiser une inauguration.

Si vous êtes déjà installé depuis plus longtemps, tous les prétextes sont bons pour organiser un événement : la nouvelle année, les 5 ans du cabinet, le printemps, un apéritif entre voisins, un atelier, etc.

Qui inviter à votre événement?

- Les **professionnels de santé** de votre ville ou quartier : médecins, thérapeutes, pharmaciens, etc.
- Un représentant de la Mairie : le responsable de la communication ou des commerçants, voire le Maire si vous êtes dans une petite ville

- Les **présidents et membres des associations** de la ville qui pourraient vous recommander : par exemple les associations sportives si vous êtes ostéopathe
- Vos amis proches et votre famille : ils pourront vous aider le jour J. Vous pourrez ainsi vous concentrer sur vos invités
- Tous **vos voisins**
- Les membres du conseil syndical de votre copropriété

Même si tous ne viendront pas, il est bienvenu d'envoyer à toutes ces personnes une invitation. C'est un moyen de leur rappeler que vous existez et de vous montrer sympathique.

Vous ne pourrez pas discuter longuement avec chacun de vos invités, mais ceux-ci parleront entre eux et des souvenirs pourront se créer, dans votre cabinet.



Le conseil Simplébo

En moyenne, un quart des invités viendront, et ils ne seront pas là tous en même temps. Pensez donc à inviter un maximum de monde. Si vous avez le numéro ou l'adresse email des invités, n'hésitez pas à leur envoyer un rappel le jour J. Si vous n'êtes pas à l'aise avec **l'organisation d'un événement**, envoyez au moins une lettre lors de votre installation ou des cartes de vœux. Nous vous proposons un modèle de lettre d'invitation au format word, <u>cliquez-ici</u>

Que servir lors de votre événement?

- N'oubliez pas que la première impression est toujours la bonne.
- Pensez à **privilégier des aliments sains**: vous êtes professionnel de la santé ou du bien-être, il faut être cohérent. Si vous servez des chips et du soda, l'image sera moins bonne que si vous servez un kir, des grandes bouteilles ou bonbonnes d'eau aromatisées et des petits fours.
- Pour alléger votre budget global, vous pouvez faire une demande de carte Métro en tant que professionnel et y faire vos courses en préparation de l'évènement.



Comment organiser l'espace?

- Pensez à mettre des **bouquets de fleurs ou des plantes**, cela habille tout de suite la pièce ; ce sera l'occasion de vous présenter au fleuriste du coin.
- Placez des cartes de visite à différents endroits.
- Si vous avez la place, prévoyez **quelques chaises** pour des personnes qui souhaiteraient s'asseoir, ils resteront un peu plus longtemps.
- Si vous avez un **écran dans la salle d'attente**, prévoyez une présentation de votre métier, la présentation de vos formations, la liste des maux que vous traitez, etc.



Petites astuces complémentaires

- Idéalement, pensez à **prendre un ou deux « serveurs »** (cela peut être des amis) qui se chargeront de servir les verres et assureront la propreté du buffet.
- Créez un événement Facebook pour y **inviter les participants**. C'est un prétexte pour ajouter ces participants en ami sur Facebook et tisser un lien plus fort avec eux.
- Prenez quelques **photos de l'événement**. Vous pouvez demander à un ami de les prendre. Ce sera un moyen de communiquer sur vos réseaux sociaux.

Perfectionner son image professionnelle

Dégager une image très professionnelle rassure et incite vos patients / clients à vous recommander auprès d'autres personnes.

Créer une adresse email professionnelle

Votre adresse email fait partie de votre "vitrine professionnelle". Il convient de choisir une adresse sérieuse et simple à écrire pour vos patients.

Nous vous déconseillons d'utiliser votre adresse email personnelle.

Évitez donc les adresses de type "pierredu89@wanadoo.fr" ou "paul-le-surfeur@hotmail.com".

Nous vous recommandons de privilégier une adresse email intégrant votre activité, par exemple : "michel.dupond.psychologue@gmail.com"

Pour créer une adresse qui termine par @gmail.com gratuitement, rendez-vous sur :

https://accounts.google.com/SignUp

Pour faire encore plus professionnel, vous pouvez créer une adresse qui reprend l'adresse de votre site internet. Exemple : claire.dupond@sophrologue-nantes.fr, si votre site internet s'appelle "www.sophrologue-nantes.fr"

L'équipe Simplébo peut vous aider dans cette démarche en gérant pour vous la création de votre **adresse email professionnelle**. Une fois votre adresse email créée, il faut naturellement la partager : sur vos cartes de visite et vos factures.

Configurer votre signature automatique d'email

La **signature automatique d'email** est un élément aussi simple qu'important à mettre en place.

Voici un exemple:

- Michel Dupond -

Podologue à Cergy-Pontoise Uniquement sur rendez-vous

Site web: www.dupond-podologue-cergy.fr

Tél: 01.54.94.02.34

- Une belle signature automatique d'email, bien complète, renvoie une **image très professionnelle**, ce qui va rassurer votre destinataire, patient ou confrère.
- Son automatisation permet de ne pas avoir à la réécrire à chaque nouvel email et ainsi de **gagner un temps précieux** dans la journée.
- Elle vous permet d'améliorer la visibilité de votre site internet.
- Vous pouvez la paramétrer sur votre ordinateur, mais aussi sur votre smartphone.

Pour vous aider à **créer une signature automatique**, Simplébo a créé une notice simple, pour chaque type d'adresse email (free, sfr, gmail, laposte, wanadoo, etc)

Accéder à la notice pour créer ma signature automatique d'email.

Votre photo professionnelle

Avoir une **photo professionnelle** est important et vous servira beaucoup. Vous pourrez vous en servir sur votre site internet, sur d'éventuels flyers ou plaquettes pédagogiques, ou encore sur vos profils de réseaux sociaux. Votre photo professionnelle doit être :

- De bonne qualité
- Claire
- Avec une posture positive
- Dans un cadre neutre

Nous vous déconseillons de faire vous-même un "selfie" pris sur les plages de vos vacances.

Voici un exemple de photo à éviter :



et un exemple de photo recommandée :



Votre répondeur téléphonique

On ne le réalise pas toujours, mais le répondeur téléphonique est crucial :

- C'est souvent la première impression que vous donnez
- Il permet de donner des informations utiles et de gagner du temps
- S'il est mal fait, les client raccrochent et appellent un concurrent
- S'il est bien fait, les clients raccrochent et se rendent sur votre site pour prendre rendez-vous

Voici un exemple de répondeur idéal :

"Bonjour, je ne peux vous répondre pour le moment, mais je vous invite à consulter mon site internet et à demander un rendez-vous directement en ligne.

Rendez-vous sur www.nom-de-votre-site.fr. Vous pouvez également me laisser un message, et je vous rappellerai très rapidement. Merci! Au revoir."

Voici un exemple de répondeur à éviter :

"Bonjour, vous êtes bien sur le répondeur de Michel Dupond. Je suis actuellement indisponible. N'hésitez pas à me laisser un message et je vous rappellerai dès que possible. Merci! Au revoir."



Si votre budget vous le permet, nous vous conseillons de prendre un télésecrétariat. C'est LA solution pour ne perdre aucun appel.

Se faire connaître dans sa ville

Se faire connaître auprès de vos futurs patients

- Si votre profession s'adresse aux sportifs (podologue, ostéopathe, nutritionniste, etc) contactez-les associations sportives de la ville, et proposez leur une mini-conférence ou un atelier de découverte après leur séance de sport. Ils bénéficieront de vos conseils et vous vous ferez connaître comme un expert de votre activité libérale.
- Contactez les entreprises de votre ville pour leur proposer d'intervenir auprès des salariés.
- Quelle que soit votre activité, vous pouvez proposer une intervention au sein même de la mairie, au bénéfice des fonctionnaires de la ville.
- Une autre bonne initiative est de lire le dernier journal de la ville pour identifier les prochains événements organisés. Vous pouvez proposer à l'organisateur d'y contribuer, par exemple via un atelier pour **faire connaître votre activité**.

7

Le conseil Simplébo

Nous vous recommandons de contacter ces entreprises et associations par des lettres manuscrites, qui seront bien plus lues que des lettres tapées à l'ordinateur.

Autre conseil : adressez votre courrier à une personne précise de la structure (celui qui prend les décisions), et non à la structure en elle-même.

Exemple : adressez la lettre à :"Michel Dupont - Président Association ***" et non à : "Association *** ".

Enfin, proposez **un aperçu de votre expertise** gratuitement peut être une solution pour tisser un premier contact, mais attention de ne pas le faire régulièrement pour ne pas dévaloriser votre profession.

Découvrez notre modèle d'email à envoyer à une association ou une entreprise locale pour proposer une intervention. <u>cliquez-ici</u>

- À l'issue du premier contact, vous pouvez proposer un tarif préférentiel aux membres de ces structures. Cette réduction doit être mineure. Le responsable de la structure fera un email aux bénéficiaires pour les informer de cette bonne nouvelle. Demandez-lui de mettre le lien de votre site internet dans son email d'information.
- Demandez à la mairie d'apparaître sur tous les supports possibles :
 - Dans le prochain journal de la ville. Ce n'est pas de la publicité, c'est une information que la mairie sera ravie de relayer pour montrer le dynamisme de la ville.
 - Dans le guide des professionnels de la ville et/ou sur le site de la mairie s'il y a un annuaire en ligne : rapprochez-vous de l'équipe communication de votre mairie.



Le conseil Simplébo

Certains praticiens n'ont pas le tempérament pour mener ces actions, qui peuvent sembler trop commerciales. Une méthode alternative pour se faire connaître dans sa ville est d'avoir un site internet bien référencé sur Google des mots-clés comme "métier + votre ville".

Exemple:



Psychologue Bailly

Si vous êtes dans une toute petite ville, il peut être pertinent de viser plusieurs villes, voire le département.

Si vous êtes dans une ville de taille moyenne, visez votre ville, tout simplement.

Si vous êtes dans une grande ville, il est pertinent de viser un arrondissement uniquement.

Des outils d'analyse de référencement naturel (SEO) nous donnent **le nombre de recherches** qui sont faites sur des mots clés, voici quelques exemples :

Mot clé	Nombre de recherches sur Google	
Psychologue Paris 15	1600 / mois	
Sophrologue Lyon	450 / mois	
Naturopathe 77	50 / mois	
Ostéopathe Bailly	4 / mois	



Le conseil Simplébo

En plus d'être référencé sur "Métier + Ville", il peut être intéressant de cibler d'autres mots clés plus ciblés.

Si cette démarche vous intéresse, c'est le métier de Simplébo! En savoir plus sur les services de Simplébo

Se faire connaître auprès des professionnels de santé de la ville

Les professionnels de la santé et du bien-être de la ville peuvent également vous recommander à leurs propres patients. Pour cela, il faut être pro-actif :

 Allez vous présenter aux pharmacies, maisons de retraite, cliniques, laboratoires d'analyses médicales, centres de radiographies ..., selon votre spécialité. Une façon simple d'aborder les gens est de s'intéresser à eux : posez des questions sur leur activité, leurs spécialités, demandez à visiter les lieux. Ils vous poseront ensuite des questions tout naturellement. Autre méthode imparable : amenez leur une lettre de présentation et des cookies faits maison à partager avec leur équipe en milieu d'après-midi.

- Même si vous êtes installé depuis longtemps, et même si vous ne souhaitez pas organiser d'événement dans votre cabinet, toutes les occasions sont bonnes pour envoyer une lettre aux autres professionnels de la ville : voeux de début d'année, proposition de café. L'objectif est de leur rappeler que vous existez.
- Demandez systématiquement à vos patients comment ils vous ont connu. Si c'est un autre professionnel de santé ou du bien-être qui vous a recommandé, il est indispensable de le **remercier à chaque recommandation**. Cela l'incite fortement à le refaire! Un email fait l'affaire, mais vous pouvez également rédiger une lettre et l'envoyer par la poste ou demander au patient de la remettre en main propre lorsqu'il retournera le voir. Si c'est un professionnel soumis au secret médical, et si vous avez l'accord du patient, vous pouvez y intégrer un rapide compte rendu de votre séance avec le patient. Cela contribuera à votre professionnalisme aux yeux de ce confrère.

Recevez par email notre modèle de lettre de remerciement de recommandation en cliquant ici

 Lorsque c'est nécessaire et pertinent, orientez votre patient vers d'autres professionnels de santé compétents de la ville. Ils n'hésiteront pas à vous rendre la pareille. Vous pouvez rédiger et donner à votre patient une lettre expliquant votre diagnostic en lui disant "Je vous invite à aller consulter M.Dupond et à lui remettre cette lettre. Je lui explique mon diagnostic".

Faire en sorte que vos patients vous recommandent

Vos patients actuels sont vos meilleurs alliés pour **développer votre activité**. La fidélisation de la patientèle est un excellent moyen de vous faire connaître.

Imaginez que chaque patient, dès qu'il en ressent le besoin, s'empresse de reprendre rendez-vous dans votre cabinet, et surtout pas un autre.

Imaginez que chaque patient parle de vous à ses proches, de façon proactive.

Ce serait génial, votre cabinet serait rempli. C'est tout l'objet de ce chapitre.

Une façon subtile d'inciter vos patients à reprendre rendez-vous, et surtout à vous recommander, est de faire en sorte qu'ils pensent à vous régulièrement.

La question est donc : comment faire en sorte qu'ils pensent à vous continuellement ?

Le cheval de Troie

Faites en sorte que chaque patient prenne **votre carte de visite**. Cette carte de visite finira dans son porte-monnaie, sur son bureau, sur son frigo, ou dans le saladier de l'entrée.

Tant qu'il aura cette carte, il pensera inconsciemment à vous chaque fois qu'il la verra. Pour que votre patient prenne votre carte, nous vous conseillons plusieurs incitations :

- Mettez des cartes de visite dans votre salle d'attente et sur votre bureau
- Joignez votre carte de visite à la facture que vous lui remettrez
- **Donnez en main propre** la carte à la fin de la consultation accompagnée d'une petite phrase de type "Si vous avez une question en lien avec la consultation, n'hésitez pas à me contacter"
- Si vous avez un site internet, vous pouvez la donner en disant "N'hésitez pas à consulter mon site internet, j'y ai rédigé un article en lien avec votre motif de consultation"
- Vous pouvez **noter au dos de votre carte** la date et l'heure du prochain rendez-vous, puis donner la carte

Astuce : en complément des cartes de visite, il est idéal de **créer des plaquettes spécifiques** à chaque pathologie ou type de clients.



Exemple de porte-cartes disposé sur le bureau

Quelles informations mettre sur la carte de visite?

Informations minimums au recto:

- Nom
- Prénom
- Métier
- Adresse du cabinet
- Téléphone
- Adresse de votre site internet
- Préciser "Prise de RDV en ligne" si c'est le cas
- Adresse email

Au verso:

- Motifs de consultation
- L'adresse de votre site internet

Mauvais exemple



- Adresse email peu professionnelle
 - Photo trop personnelle
 - Texte peu lisible (bleu sur bleu)

Exemple à suivre



- Les informations nécessaires sont présentes
 - Bon contraste
 - Design sérieux et épuré

Comment créer vos cartes de visite?

Simplébo vous recommande un acteur spécialisé dans la conception et **impression de** cartes de visite pour les professionnels libéraux : Origa Print.

Ce site vous permet de concevoir très simplement vos cartes de visite. Vous n'aurez qu'à compléter vos informations et des suggestions de cartes de visite seront faites automatiquement.

L'astuce qui fait la différence!

Votre patient vous recommandera si vous le marquez, si vous sortez du lot. Juste après chaque consultation, vous avez une occasion de le faire, en lui montrant votre professionnalisme et votre bienveillance hors du commun. Voici comment :

Nous vous conseillons de lui adresser un **email "post-consultation"**, dans lequel vous pouvez lui recommander un article de votre blog. Cet article peut, par exemple, contenir des conseils en lien avec son motif de consultation ou les informations sur ses feuilles de soins. Cette astuce a fait ses preuves, elle permet :

- De montrer au patient votre professionnalisme
- D'améliorer sa prise en charge grâce à un email de conseils ou une meilleure compréhension
- De l'inciter à aller découvrir votre site internet

- De **gagner du temps**: le patient ne vous reposera pas plusieurs fois les mêmes questions si tout est expliqué dans l'article en question
- De montrer votre efficacité dans la continuité des soins
- D'appuyer votre argumentation lors d'une prescription à un patient

À titre d'exemple, si vous êtes ostéopathe et qu'un patient vous consulte pour un lumbago, vous pouvez lui envoyer un de vos articles, intitulé "Que faire en cas de lumbago?". Cet article reprendra la définition du lumbago, ses causes, les conseils que vous lui avez donnés pendant la consultation, et des conseils de prévention. Le patient se sentira pleinement pris en charge et vous ne perdrez pas de temps à lui répéter plusieurs fois ces conseils. Vous aurez simplement à lui dire « Ne vous inquiétez pas, je vous envoie tous les conseils par mail à la fin de la consultation ». Bien sûr, envoyer un article ne remplace pas vos conseils, mais les complète. Cette démarche va surprendre vos patients. Vous risquez de recevoir des avis positifs de ce type:



J'avais déjà fait une séance d'ostéopathie dans un autre cabinet et je n'étais pas très satisfait. Par contre, cette ostéopathe est parfaite! Compétente et passionnée, elle est aussi très accueillante, souriante, elle connait très bien son métier et prend son temps pour donner des explications. J'ai eu tout ce dont j'attendais d'une séance d'ostéopathie, et j'ai eu en plus des conseils pour le sport. Je recommande.

S'il vous a parlé de sa mère qui souffre d'arthrose, n'hésitez pas à lui envoyer un de vos articles lié à cette pathologie. Cela aboutira parfois à un rendez-vous supplémentaire. Pour vous aider dans cette démarche, nous mettons à votre disposition un **modèle** gratuit d'email post-consultation.

À la fin d'une série de séances, vous pouvez également envoyer un **email** "post-résultats".

C'est l'occasion d'inciter subtilement votre patient à vous laisser un commentaire positif sur internet.

Recevez immédiatement nos modèles d'email post-consultation et post-résultats en <u>cliquant ici</u>.

L'intérêt des réseaux sociaux

Les français passent en moyenne 1h22 par jour sur les réseaux sociaux. C'est énorme. C'est affligeant, mais c'est en fait **une belle opportunité**.

Si vos clients vous suivent sur les réseaux sociaux, chaque publication de votre part sera un rappel de votre existence et de votre dynamisme. Lorsqu'un besoin se présentera, un nom leur viendra automatiquement en tête : le vôtre. Si vous n'êtes pas féru des réseaux sociaux, vous pouvez uniquement **relayer les articles** que vous rédigerez dans le blog de votre site internet.

-<u>W</u>-

Le conseil Simplébo

A ce stade, vous savez comment marquer vos patients, et les inciter à penser régulièrement à vous. S'ils pensent à vous, ils reprendront rendez-vous régulièrement, et seront vos ambassadeurs!

Mais lorsqu'ils parleront de vous à un ami, ce dernier aura un réflexe : taper votre nom sur Google pour en savoir plus, et se faire sa propre opinion sur vous.

S'il ne trouve rien de rassurant sur Google, il aura tendance à vous comparer avec d'autres professionnels, et sûrement à en choisir un qui a l'air plus professionnel. À l'inverse, s'il trouve un site internet complet, rassurant, avec vos formations, votre démarche, et les informations pratiques du cabinet, il aura bien plus tendance à prendre rendez-vous tout de suite!

Conclusion : le bouche à oreille fonctionne mieux si vous avez **un beau site internet** !



2. DÉVELOPPER VOTRE PATIENTÈLE GRÂCE À INTERNET

Créer un site internet bien placé sur Google

Est-il vraiment nécessaire d'avoir un site internet?

Ne pas en avoir peut être pénalisant. Voici trois anecdotes qui illustrent les raisons de **créer un site internet** en tant que professionnel libéral médical, paramédical, ou professionnel du bien-être :

1) Avec un site, le bouche à oreille marche mieux

Claire a mal au dos. Elle en parle à ses proches, qui lui recommandent 2 ostéopathes. Pour choisir, Claire tape leurs noms sur Google. Le premier a juste une fiche sur les Pages Jaunes. Claire privilégie naturellement le deuxième, car il a **un site internet complet**, rassurant, avec des témoignages de patients satisfaits et même les honoraires du praticien. Claire apprécie particulièrement le site qui contient un blog avec des articles de fonds. Cela montre que l'ostéopathe est investi et passionné. Elle trouve d'ailleurs un article qui correspond à sa douleur, elle se dit que l'ostéopathe connaît bien le sujet. Elle prend rendez-vous sans hésiter.

Conclusion : le bouche à oreille marche mieux si vous avez un site internet moderne et complet !

2) Avec un site, les recommandations par des confrères marchent mieux

Le docteur Dupont reçoit Claire en consultation. Face à sa pathologie, il lui recommande de vous consulter. Il donne simplement votre nom à Claire. De retour chez elle, Claire **tape votre nom sur Google**, pour décider d'elle-même si elle va suivre la recommandation du docteur. Si vous avez un site internet complet et rassurant, il y a plus de chance que Claire prenne rendez-vous.

3) Le référencement Google

Pierre habite Cergy et souffre du dos. Contrairement à Claire, il est pudique et préfère ne pas en parler à ses proches. Il va donc directement sur Google et tape "ostéopathe

Cergy". Les premiers résultats sont des ostéopathes qui ont un site internet complet et **optimisé pour le référencement**. Il va comparer les 2 ou 3 premiers sites. Un ostéopathe qui n'est pas dans les premiers résultats, ou qui a juste une fiche dans un annuaire n'a aucune chance d'être choisi par Pierre.

Dans chacun de ces trois scénarios, avoir un site internet favorise la prise de rendez-vous! Voici quelques témoignages de professionnels ayant créé un site internet pour développer leur activité <u>en cliquant ici</u>.

Comment appeler votre site internet?

Il peut être pertinent de réserver rapidement une adresse pour votre site internet, avant qu'un concurrent ne mette la main dessus.

Trois types d'adresses s'offrent à vous :

- Une adresse incluant Métier + Ville : www.osteopathe-versailles-78.fr
- Une adresse incluant Métier + Nom : www.dieteticienne-demoly.com
- Une adresse incluant juste votre nom: www.nicolas-brinster.fr

Le conseil Simplébo

Il faut que votre adresse soit mise en "HTTPS" pour que votre site soit sécurisé et bien référencé.

Chez Simplébo, nous aidons nos clients à choisir l'adresse la plus pertinente, nous nous occupons de la démarche de réservation pour eux, puis nous mettons **le site en HTTPS**. Voir des exemples de sites créés par Simplébo

8 erreurs à éviter à la création de son site web

Erreur n°1 - Créer son site soi-même de A à Z sans avoir des compétences poussées

Créer un site soi-même grâce à un outil en ligne peut sembler alléchant et à portée de main. Néanmoins, cette solution ne correspond pas à tous les publics :

- Les **outils "quasi-gratuits"** sont souvent compliqués, vous devez y passer de nombreuses soirées.
- Ces outils cachent souvent de nombreuses fonctionnalités payantes indispensables.
- Ils vous obligent parfois à mettre de la publicité sur votre site internet, c'est contraire à votre déontologie.
- Ce n'est pas idéal pour le référencement Google, car vous n'avez ni le temps ni les compétences techniques pour maximiser votre référencement et respecter les règles de Google tout seul. Vous ferez donc une dépense certes faible, mais inutile.

Erreur n°2 - Payer des frais de création trop élevés

En tant que professionnel de la santé ou du bien-être, votre besoin est relativement simple. Pour tant, de nombreux prestataires proposent des tarifs supérieurs à 3000 € pour la création de votre site. Nous vous conseillons de choisir un acteur spécialisé, comme Simplébo, qui connaît parfaitement votre métier et propose donc des tarifs extrêmement abordables.

Erreur n°3 - Signer un contrat qui vous bloque

Il est normal de payer un abonnement pour votre site internet. C'est même indispensable, notamment pour vous décharger de tout ce qui est technique :

- L'hébergement, le nom de domaine, et le "https" de votre site qui doivent être renouvelés chaque année
- Les mises aux normes Google régulières pour que votre site soit bien placé sur Google
- Les mises à jour de sécurité pour ne pas vous faire pirater
- Les mises à jour pour que votre site reste compatible avec les derniers navigateurs, mobiles et tablettes
- L'accès à un logiciel pour que vous puissiez modifier vous-même le site simplement

 Un service-client de réactif qui pourra vous conseiller pour optimiser cet outil de travail

Néanmoins ne signez jamais de contrat avec un engagement de durée (12, 24, 48 mois). Un prestataire de qualité n'a pas besoin de "bloquer" ses clients pour les fidéliser. Privilégiez les abonnements "sans engagement", comme celui de Simplébo, c'est un gage de qualité.

Par ailleurs, vérifiez que vous avez la possibilité de **récupérer l'adresse du site** et vos contenus en cas de résiliation. Certains prestataires vous bloquent en vous "louant" cette adresse sans vous donner la possibilité de la récupérer en cas de départ. En résumé : restez libre !

Erreur n°4 - Créer un site presque vide

En plus de **respecter les normes de Google**, votre site doit contenir plus de contenu que vos concurrents pour être bien référencé.

Erreur n°5 - Copier-coller des textes déjà présents sur d'autres sites

Attention, Google considérera que vous avez fait du plagiat. Vous vous retrouverez alors pénalisé et dans les catacombes de Google, bien loin de la première page.

Erreur n°6 - Trop attendre pour mettre son site en ligne

Si vous ne mettez pas votre site en ligne, vos concurrents peuvent le faire et prendre de l'avance sur vous. Il est préférable de mettre son site rapidement en ligne, quitte à l'améliorer plus tard.

Erreur n°7 - Oublier de diffuser son site

L'adresse de votre site doit être mise partout :

- Sur vos cartes de visite
- Dans votre signature automatique d'email
- Sur vos factures
- Sur vos profils de réseaux sociaux
- Sur les annuaires où vous êtes inscrits

Erreur n°8 - Attendre passivement que son site monte sur Google

Pour qu'un site internet donne des résultats, il est nécessaire de créer des contenus de temps en temps, et d'appliquer les conseils de ce blog.

Payer un prestataire pour créer votre site internet et attendre passivement des résultats ne fonctionnera jamais. C'est un travail d'équipe entre votre prestataire et vous. Vous avez juste à **trouver le bon prestataire** (Simplébo bien sûr) pour vous lancer dans la création de votre site!

N'hésitez pas à laisser des commentaires en bas de cet article en ajoutant d'autres erreurs à éviter que vous auriez vécues.

Comment créer un site web de professionnel libéral?

Voici un récapitulatif des **3 types de prestataires** pour créer un site internet professionnel :

Outils quasi-gratuits (WordPress, Wix, Drupal)	Agences web traditionnelles	Acteur spécialisé pour les professionnels libéraux (Simplébo)
Nécessite des compétences techniques en référencement Google et développement web	Possibilité de créer un site très technique avec des fonctionnalités particulières	Possibilité de modifier votre site simplement tout en étant aidé pour la partie technique
Nécessite du temps pour créer et maintenir à jour le site Output Des le company de la company	Nécessite un budget supérieur à 3 000 € pour la création ou la rénovation de votre site	Parfait pour être rapidement visible sur Internet et bien référencé sur Google
Vous devez importer vos images ou en acheter sur une plateforme	Vous pouvez tout déléguer à un prestataire extérieur (attention aux frais supplémentaires)	Vous cherchez une solution abordable et clé en main

Vous avez déjà un site web professionnel ? Il est certainement temps d'effectuer la rénovation de celui-ci afin d'en améliorer les performances afin d'élargir votre patientèle grâce à Internet.

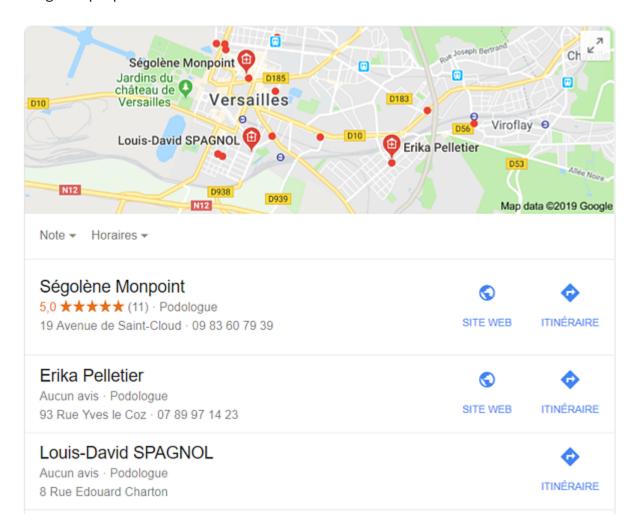
Être visible sur la carte Google Maps - Google My Business

Qu'est-ce que la carte Google appelée "Google My Business" ou "Google Maps" ?

Les internautes ont tendance à chercher des professionnels proches de chez eux.

Ils sont nombreux à aller sur leur ordinateur ou leur smartphone, et à taper **"métier + ville"** sur Google, comme par exemple "Podologue Versailles".

Google va proposer une liste de sites internet et une carte en haut des résultats :



Apparaître sur cette carte est gratuit et très important pour votre visibilité sur Internet.

Pour y apparaître, vous devez **créer une "fiche Google My Business"** également appelée "fiche Google Maps".

Comment créer une fiche Google Maps?

- Avant toute chose, il faut disposer d'une adresse email qui termine par @gmail.com
 - Pour en créer une, rendez-vous sur accounts.google.com/SignUp
- 2. Ensuite, rendez-vous sur www.google.fr/business et suivez les différentes étapes

Comment être premier sur la carte de Google?

Complétez au maximum votre fiche Google My Business
 Plus votre fiche est complétée (horaires, site web, grand nombre de photos, description longue, coordonnées, etc.), plus vous aurez de chances d'apparaître en haut des résultats.

Dans votre description, pensez à **mettre les mots clés** sur lesquels vous souhaitez apparaître, cela y contribuera (types de clients, maux traités, etc.)

Ayez un site internet bien référencé

Si votre site internet est **bien référencé sur Google**, votre fiche Google My Business aura tendance à être mieux placée. Découvrir notre article détaillé qui explique comment être premier sur Google.

Ayez au moins 10 avis positifs sur cette fiche Google Maps

Le nombre d'avis est un des critères du classement. Il faut en avoir plus que vos concurrents, et au moins 10. Il n'est pas toujours évident de demander des avis à vos clients ou patients, voici quelques astuces pour les inciter à vous en laisser :

- Suggérez-le dans votre email post-consultation évoqué plus haut
- Pendant la consultation, si votre patient vous demande comment vous allez, répondez-lui : "A merveille! Je viens de lire un avis positif laissé par un client, ça fait plaisir!"

Cela donnera des idées à celui qui est en face de vous.

Remarque: seuls les clients qui ont une adresse email qui termine par @gmail.com peuvent vous laisser un avis sur votre fiche Google. Les autres pourront toujours laisser un témoignage dans le livre d'or de votre site internet si vous en avez un. Voici un exemple de livre d'or sur un site Simplébo.

- Répondez à tous les avis, cela vous fait également gagner des points auprès de Google.
- Faites un post sur votre fiche Google Maps de temps en temps

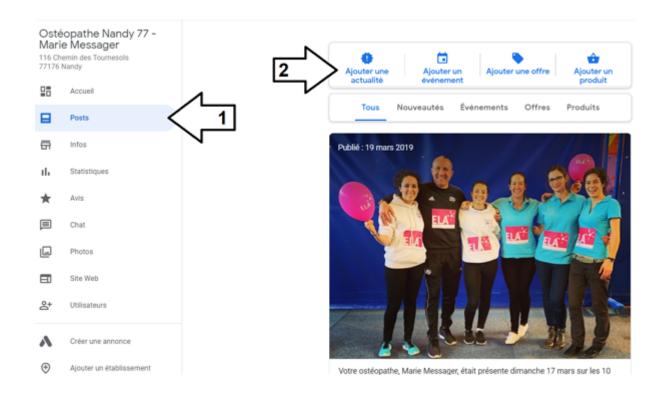
Sur cette fiche Google, vous pouvez faire des publications, comme sur Facebook. Cela contribue fortement à faire monter votre fiche dans le classement.

Pour gagner du temps, vous pouvez simplement rédiger des articles sur le blog de votre site internet, et les relayer sur votre fiche Google Maps. Vous faites ainsi d'une pierre trois coups :

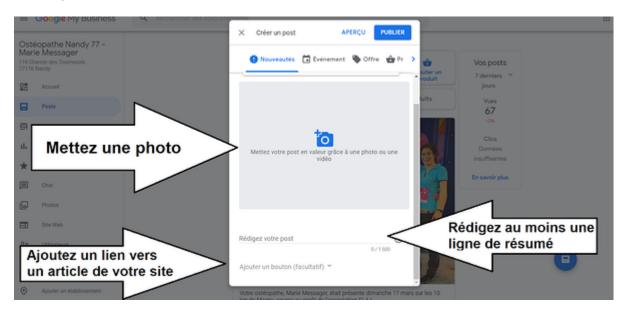
- Vous optimisez le référencement de votre site
- Vous optimisez le référencement de votre fiche Google My Business
- Vous rendez service à des clients / patients qui souhaitent en savoir plus sur certains sujets

Pour faire une publication:

- 1) Connectez-vous à votre fiche en allant sur https://www.google.com/intl/fr_fr/business/
- 2) Allez dans l'onglet "Posts" puis cliquez sur "Ajouter une actualité"



3) Remplissez le formulaire



Plus vous respecterez ces règles, plus votre fiche montera dans les résultats.

Le bonus géographique

Lorsqu'un internaute fait une recherche, Google le géolocalise et lui propose les cabinets les plus proches de là où il se trouve. Cela a tendance à favoriser les

professionnels qui sont situés en centre-ville, car il y a souvent plus d'habitants autour d'eux.



Le conseil Simplébo

Attention aux arnaques : des sociétés étrangères peu scrupuleuses appellent régulièrement les professionnels de la santé pour leur proposer un référencement en 1ère position sur Google My business (sans préciser sur quels mots clés) moyennant un paiement de quelques centaines d'euros. Elles ont de très bons arguments (garantie de résultat, références de clients satisfaits, etc.) mais nous vous recommandons vivement de les éviter et de rester maître de votre fiche Google.

Même si ces sociétés ont quelques clients satisfaits qui servent de façade, la grande majorité des autres n'ont pas les résultats promis. Ces clients insatisfaits n'engagent presque jamais de procédure juridique pour se faire rembourser, car la démarche est longue et ne représente que quelques centaines d'euros. Le meilleur gage de qualité est de payer la prestation **après** satisfaction, ou via un abonnement **SANS** engagement. Le prestataire a ainsi tout intérêt à vous satisfaire pour vous fidéliser.

Choisissez un prestataire qui vous conseillera gratuitement pour la création et l'optimisation de cette **fiche Google Maps**, comme Simplébo! Il sera pertinent de relier votre fiche Google et votre site internet pour optimiser leur référencement respectif. Votre conseiller Simplébo pourra vous accompagner dans cette démarche.

Utiliser les réseaux sociaux simplement

Votre métier n'est pas de passer des heures devant votre ordinateur, ni d'entretenir des relations virtuelles avec vos clients / patients. Voici nos conseils pour tirer le meilleur des réseaux sociaux, sans y passer beaucoup de temps.

Sur quel réseau social s'inscrire?

Il existe des dizaines de réseaux sociaux, notamment Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat, Instagram, Pinterest, etc. Notre conseil est de vous inscrire au minimum sur les deux réseaux sociaux suivants : Facebook et Linkedin. S'il fallait en choisir un troisième, ce serait Instagram.

Si vous n'avez pas le temps...

Si votre agenda est chargé, ou que vous manquez de motivation pour **animer vos réseaux sociaux**, voici la méthode idéale :

- 1. Sur votre site, créez de nouvelles pages régulièrement, par exemple via la rédaction d'articles dans votre blog
- 2. Partagez simplement ces articles sur tous vos réseaux sociaux.

Avec Simplébo, un seul clic suffira pour faire ce partage.

Rédiger au moins un article par mois est idéal.

Ces articles peuvent par exemple être une explication de votre activité par type de patients :

- La sophrologie pour les sportifs
- La sophrologie pour les femmes enceintes
- La sophrologie pour les salariés (...)

Ou encore une explication de votre activité par type de maux traités :

- La sophrologie pour diminuer le stress
- La sophrologie pour arrêter de fumer
- Sophrologie et maux de ventres (...)

Vous l'avez compris : rédiger un article par mois sur votre blog aura un impact énorme :

- Cela rassurera vos futurs clients et vos confrères
- Cela maximisera votre crédibilité
- Cela améliorera votre position sur Google
- Cela vous permettra de faire des publications sur Google My Business et vos réseaux sociaux en 1 clic

Utiliser Facebook judicieusement

1) S'inscrire sur Facebook

Facebook enregistre en moyenne, chaque jour, plus de 32 millions de visiteurs en France.

Ces chiffres vous montrent à quel point, il est important d'être présent sur ce réseau et d'y parler de votre activité. Vos patients ou futurs patients y sont forcément.

Nous vous conseillons de créer :

- Un compte Facebook: c'est un compte personnel créé en votre nom propre. Vous pouvez ajouter des "amis", leur écrire, écrire des publications, diffuser des photos. Vous pouvez limiter la visibilité de ces éléments à vos amis. Personne d'autre ne pourra les voir si vous le décidez. Vous pouvez très bien choisir de ne pas publier des choses personnelles, et vous limiter à des publications professionnelles!
- Une page Facebook professionnelle: c'est une page publique, dédiée à votre activité professionnelle. Le nom de votre page peut être, "Sophie Martin Naturopathe à Versailles". Une page professionnelle doit être créée à partir de votre compte personnel. N'importe quel patient pourra "aimer" votre page, et ainsi suivre ce que vous publiez dessus.

-

Le conseil Simplébo

Il est pertinent de mettre le lien de votre site internet sur votre page Facebook, et inversement. Chaque patient qui "aime" votre page pourra voir vos publications sur Facebook. C'est un formidable outil pour leur rappeler que vous existez. Ils penseront à vous à chaque fois que vous publierez quelque chose sur votre page. Ils auront ainsi le réflexe de reprendre rendez-vous et de vous recommander dès qu'une occasion se présentera.

Voici un exemple de page Facebook de professionnel de santé.

2) Comment inciter vos patients à aimer votre page Facebook?

Il n'est pas évident de demander à ses patients d'aimer sa page Facebook.

Voici quelques astuces pour augmenter le nombre de personnes qui le feront :

- Mettez le lien de votre page dans votre signature automatique d'email.
 Nous vous conseillons une courte phrase de type :
 Pour suivre l'actualité du cabinet : www.lien-de-votre-page-facebook.fr"
- Mettez votre page Facebook bien en avant sur votre site internet
- Si quelqu'un commente une de vos publications, répondez-lui.

Utiliser Linkedin judicieusement

La démarche sur Linkedin est strictement identique à Facebook :

- Créez un compte personnel
- À partir de ce compte, vous pouvez **créer une page professionnelle** pour votre cabinet
- Mettez le lien de votre site internet sur cette page, et inversement
- Publiez de temps en temps sur Linkedin les nouvelles pages créées sur votre site internet en 1 clic

En bonus : Instagram

Instagram permet de **publier des photos de votre cabinet** ou de votre pratique. Ce réseau social peut être très pertinent si votre pratique est en lien avec le physique ou quelque chose de visuel (exemple : diététicienne, nutritionniste, coach sportif, etc.) ou si vous animez des événements.

Les clients qui vous suivent sur Instagram penseront à vous à chaque fois que vous ferez une publication, et auront donc plus tendance à prendre rendez-vous!

S'inscrire sur des annuaires efficaces et gratuits

Pourquoi s'inscrire sur des annuaires?

Il est pertinent de s'inscrire sur des annuaires pour deux raisons :

- Sur ces annuaires, vous pourrez mettre des liens vers votre site. Ces liens sont très bénéfiques pour le référencement de votre site internet sur Google. Pour comprendre ce point, vous pouvez lire notre article sur les liens entrants.
- Il existe des internautes qui vont sur ces annuaires directement, sans passer par Google.

Sur quels annuaires faut-il s'inscrire?

Certains pensent qu'il faut s'inscrire sur un maximum d'annuaires. C'est totalement faux. Être inscrit dans des milliers d'annuaires de piètre qualité est d'ailleurs **pénalisé par Google**. Il faut s'inscrire dans des annuaires de qualité. Nous vous conseillons de vous inscrire dans 3 à 5 annuaires sérieux.

S'inscrire dans quelques bons annuaires prend quelques minutes et est extrêmement bénéfique pour **le référencement de votre site** sur Google, sur des mots clés comme "métier + ville".

Voici un annuaire créé par Simplébo, où vous pouvez vous inscrire totalement gratuitement <u>en cliquant ici!</u>

Voici un lien qui vous permet de vous inscrire sur un annuaire de thérapeutes de qualité, et qui vous permet de mettre un lien vers votre site internet gratuitement : Résalib

Par ailleurs, nous avons créé **une liste des meilleurs annuaires gratuits** pour les différents professionnels de la santé et du bien-être, et adaptée à votre statut juridique. Téléchargez-la <u>en cliquant ici</u>



3. BIEN PENSER SON CABINET MÉDICAL OU PARAMÉDICAL

Après avoir parlé du numérique, revenons dans la vie réelle!

Bien penser votre cabinet est primordial pour trois raisons :

- 1. Votre cabinet est LE lieu qui vous représente.
- 2. La première impression est très importante. En un coup d'œil, vos patients / clients jugent votre cabinet et vous jugent inconsciemment dans la foulée.
- 3. **Avoir un cabinet accueillant** contribue à la qualité de la prise en charge, tout simplement parce que cela détend et rassure votre client / patient avant la consultation.

Optimiser l'extérieur du cabinet

Le jeu commence avant même de passer la porte de votre cabinet!

Il faut optimiser l'extérieur de votre établissement, avec deux objectifs en tête :

- Aider les patients qui ont rendez-vous à trouver le cabinet facilement
- **Être visible** pour les habitants qui passent à côté de votre cabinet

La plaque de votre cabinet

Proche de la porte d'entrée extérieure, il est conseillé de mettre une **plaque professionnelle**. Vous pouvez y indiquer au minimum votre nom, votre métier, votre numéro de téléphone, l'adresse de votre site internet, et éventuellement la précision "Sur rendez-vous".

Pensez à vérifier que votre règlement de copropriété autorise l'installation de cette plaque, et si oui, quel type de plaque (matériau, forme, couleur, dimensions, etc.).

Par courtoisie, nous vous conseillons de **demander l'avis du conseil syndical**, même s'il n'y a pas de contre-indication dans le règlement de copropriété.

Des conseils basiques qui s'avèrent utiles pour ouvrir un cabinet médical ou paramédical.

Les vitres de votre cabinet

Si vous êtes au rez-de-chaussée, vous pouvez utiliser vos vitres pour **interpeller les passants** en disposant un film semi-transparent dessus.

Ce film doit être assez fin pour laisser passer suffisamment de luminosité, et suffisamment opaque pour flouter les vitres du cabinet et permettre une intimité aux patients.

Vous pouvez par exemple:

- Mettre de simples lettres (exemple "Ostéopathe")
- Indiquer l'entrée de votre cabinet sur les vitres avec une flèche
- Mentionner votre métier, l'adresse de votre site internet et/ou vos horaires

Quelques précautions:

- Il conviendra de vérifier que votre ordre professionnel ne l'interdit pas
- Comme pour la plaque, demandez l'avis du conseil syndical
- Évitez les enseignes lumineuses pour économiser une éventuelle taxe sur la pollution visuelle



Panneau de signalisation

La France compte plus de 50 000 ronds-points. Si vous êtes dans une petite ville, contactez la mairie pour demander la mise en place d'un panneau qui indique la direction de votre cabinet. Cette démarche est facilitée si vous disposez d'un cabinet pluridisciplinaire, ou si vous avez donné un nom à votre cabinet. Pour installer son cabinet dans une zone géographique précise, de nombreux praticiens utilisent cette bonne pratique. Exemple ci-dessous : "Cabinet des Tournesols".



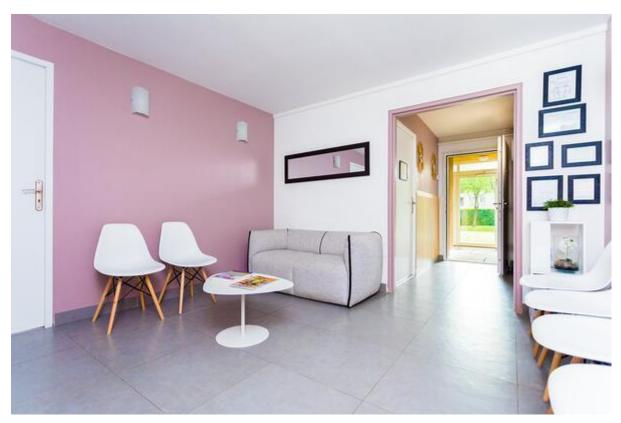
Exemple de panneau de signalisation indiquant le "Cabinet des Tournesols"

Améliorer votre salle d'attente

Dès l'entrée dans la salle d'attente, vous devez faire vivre à vos patients une expérience mémorable. Voici nos conseils pour optimiser votre salle d'attente de professionnel de la santé ou du bien-être.

- 1) La propreté est cruciale. **Une hygiène parfaite** est associée à la qualité de vos soins et votre sérieux.
 - Si votre salle est utilisée 1 à 3 jours par semaine, un ménage 1 fois par semaine est idéal.

- Si votre salle est utilisée 4 à 5 jours par semaine, un ménage 2 fois par semaine est idéal.
- Si votre salle est utilisée 6 à 7 jours par semaine, un ménage 3 fois par semaine est idéal.
- 2) L'insonorisation entre la salle d'attente et la salle de consultation est très importante. Si un patient qui est en salle d'attente entend la consultation, il ne sera pas à l'aise lorsque son tour viendra. Si vos murs ne sont pas assez épais, vous pouvez diffuser une musique de fond en salle d'attente. Un simple lecteur radio ou MP3 avec quelques musiques en boucle et une mini-enceinte feront l'affaire. Attention, la salle d'attente étant considérée comme un lieu public, vous êtes censé déclarer cette diffusion auprès de la SACEM ou utiliser des musiques libres de droits.
- 3) Les couleurs de la salle d'attente doivent idéalement être chaudes. Il est conseillé d'éviter le rouge. Pour le respect des normes d'accessibilité, les couleurs des portes doivent être différentes de celles des murs.



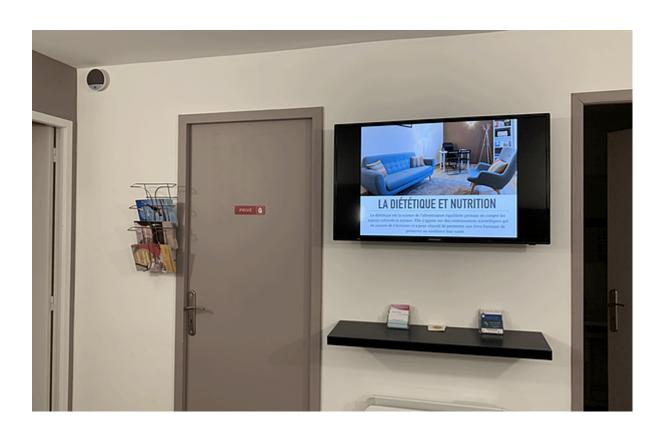
4) Vos patients apprécieront le fait d'avoir à disposition **une fontaine à eau**. Un professionnel de la santé connaît l'importance de l'hydratation. Attention, de nombreux professionnels nous ont raconté quelques mésaventures : la salle d'attente

peut vite se transformer en champ de bataille d'eau si vous accueillez des enfants. Choisir une fontaine à eau assez haute peut être une décision stratégique.

5) Des gadgets et finitions pour rendre l'attente plus agréable :

- Un chargeur universel de téléphone mobile
- Une petite affiche avec les codes Wifi
- Une poubelle
- Un porte parapluie
- Quelques jeux pour les enfants
- Des magazines. Privilégiez ceux ayant une "durée de vie" plus longue, comme les magazines d'information générale.

6) Si l'espace vous le permet, vous pouvez prévoir un écran mural où vous pourrez diffuser une série d'images qui défilent pour présenter en détail votre activité, les maux traités, les différents types de patients que vous adressez. C'est d'autant plus pertinent si vous êtes dans un cabinet pluridisciplinaire : vous pourrez ainsi présenter les différentes professions du cabinet. Il n'y aura pas de redevance audiovisuelle à payer, car vous n'avez pas besoin des chaînes de télé.



7) Vous pouvez **mettre vos cartes de visite**, celles de vos confrères, de vos collaborateurs dans la salle d'attente.



8) Les plus investis proposeront **des plaquettes pour chaque type de patients** (sportifs, femmes enceintes, etc.) ou chaque type de maux traités.



Aménager votre salle de consultation

Votre salle de consultation doit avant tout être **pratique pour vos soins**. Il faut néanmoins concilier le côté **pratique** et le **confort** des patients.

1) Le confort des patients :

- Un portemanteau
- Si vos patients doivent enlever leurs chaussures : un chausse-pied et un tapis à laver régulièrement
- Si vos patients doivent se déshabiller : une température élevée
- Des mouchoirs
- Des vitres floutées pour leur intimité

2) La décoration:

- Si l'espace et l'éclairage vous le permettent, une vraie plante adoucit l'atmosphère
- Si votre salle est petite, un miroir peut donner une impression d'espace



3) Votre professionnalisme et votre pédagogie :

- La pédagogie fait partie du processus de traitement des patients. Un tableau véléda peut vous permettre de prodiguer de précieuses explications complémentaires.
- Des accessoires ludiques et visuels peuvent compléter cette démarche pour donner des explications au patient. À titre d'exemple, un ostéopathe peut s'équiper d'un squelette, un podologue d'un pied synthétique, une sage-femme

d'un bassin, etc.



- Derrière votre bureau, **encadrez vos diplômes** et formations complémentaires.
- Sur votre bureau, **disposez vos cartes de visite** et éventuellement celles des confrères que vous recommandez.





Méfiez-vous de ceux qui vous diront que **développer votre clientèle** est facile. C'est faux !

Vivre de votre passion est un objectif de vie qui mérite de l'investissement. Être un bon professionnel de la santé est nécessaire, mais ce n'est pas suffisant lorsque la concurrence est rude.

En résumé, voici les 5 points essentiels de cet article :

- 1. Pour développer sa patientèle en profession libérale, il faut oser être pro-actif.
- 2. Les gens qui entendent parler de vous vont sur Google et tapent votre nom.

Ils décident s'ils veulent prendre rendez-vous en fonction de ce qu'ils y trouvent. Le bouche à oreille marche donc mieux si vous avez un site internet récent, complet et esthétique.

Un site permet également à vos clients de demander un rendez-vous à toute heure du jour et de la nuit, chez eux ou depuis leur travail, en toute discrétion. Bouche à Oreille + Site internet = Prise de rendez-vous!

- 3. Les gens introvertis iront directement sur Google pour **chercher un professionnel**, sans demander autour d'eux. Ils taperont "métier + ville" et choisiront parmi les sites qui arrivent en tête des résultats.
- 4. Plus vous êtes actif sur les réseaux sociaux, plus vos patients pensent à vous, plus ils reprennent rendez-vous et vous recommandent.
- 5. L'extérieur du cabinet, la salle d'attente et la salle de consultation ne doivent pas seulement être pratiques. Chaque détail compte. Objectif : donner envie au patient de revenir, et lui donner une certaine "fierté" de vous recommander à ses proches.

Pour **obtenir des résultats** qui sortent de l'ordinaire, il faut fournir des efforts supérieurs à la moyenne. Professionnels de la santé et du bien-être, cet article est votre article : n'hésitez pas à mettre en commentaires vos remarques, questions, conseils, et critiques. Nous y répondrons avec plaisir. Contactez-nous par email à cette adresse : equipe.simplebo@mails.simplebo.fr

N'hésitez pas à le partager sur vos réseaux sociaux pour rendre service à d'autres professionnels de la santé!

Lien de l'article en ligne : https://blog.simplebo.fr/comment-developper-sa-patientele