

PHARE36

FORMATION

PRÉSENCE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, VOTRE RÉPUTATION ET MÉDECINE DENTAIRE



IMAGE DE MKHMARKETING.WORDPRESS.COM/

Plan de cours

Préparé par Philippe Bussière

Phare 36 inc.

Hiver 2017

PRÉSENTATION

La présence sur le Web pour tous les types d'entreprises de services est aujourd'hui rendue incontournable. Une affirmation comme « Ce qui ne se sait pas, n'existe pas! » pourrait facilement s'appliquer au Web : vous n'y êtes pas présent, vous n'existez pas aux yeux de dizaines de milliers d'internautes. En 2015, alors qu'on dénombre bientôt un milliard de sites Web, comment est-il possible pour une clinique dentaire ou une clinique de soins de santé de tirer son épingle du jeu avec un simple site Web? Comme à l'époque où l'on achetait un espace dans les pages jaunes afin que le téléphone sonne, on doit avoir le même raisonnement avec le Web : est-ce que mon site Web me permet d'attirer de nouveaux clients? Si vous avez investi quelques milliers de dollars dans le développement d'un site Web et que vous n'avez aucune idée de votre retour sur investissement, cette formation est pour vous.

En 2014-2015 au Québec, 23 % des achats en ligne débutait par un résultat de requête sur un moteur de recherche¹. Pour la même période, un adulte sur deux a acheté en ligne et un adulte sur quatre a dépensé en moyenne 295 \$ par mois en ligne². La mode, le divertissement, la culture, l'électronique, la maison et les voyages représentent les grands domaines de dépenses en ligne. Où est la santé? Absente. Bien sûr, vendre des services en ligne est plus difficile que de vendre un bien. Cela ne veut toutefois pas dire que les gens ne magasinent pas des services en ligne. Voici un exemple :

Pour la ville de Québec, de septembre 2014 à août 2015, le terme « **dentiste québec** » et ses dérivés ont à eux seuls été saisis entre **8 000 et 10 000 fois**, par mois seulement, dans Google.

Viennent s'ajouter à votre présence sur le Web, les fameux réseaux sociaux. Parce qu'on en fait tous une utilisation plutôt personnelle, voire ludique (3 adultes sur 4 au Québec sont des utilisateurs des réseaux sociaux³), nous avons tendance à penser qu'ils ne servent qu'à divertir. Il faut tout de même noter que 40 % des adultes québécois prennent en considération les avis et les recommandations de leurs amis et de leurs contacts sur les réseaux sociaux lorsqu'ils magasinent.

¹ Indice du commerce électronique au Québec, CEFRIO, 2014-2015, <http://bit.ly/1NLaWL2>

² *Idem*

³ Les médias sociaux : plus présents dans le processus d'achat des Québécois, CEFRIO, Juillet 2015, <http://bit.ly/1H5Fwrz>

FORMATION

PRÉSENCE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, VOTRE RÉPUTATION ET MÉDECINE DENTAIRE

Objectifs

- Obtenir un meilleur positionnement en ligne
- Déterminer quels outils sont les plus appropriés pour des situations données
- Comprendre l'utilité des statistiques dans l'analyse de votre présence Web
- Prioriser les moyens de communication avec la clientèle et les clients potentiels
- Comprendre le chemin menant un nouveau patient à une clinique dentaire
- Analyser des cas réels de cliniques dentaires à différents stades de réussite

Plan de cours

AVANT-MIDI

Introduction

- Quel type de publicité pratiquez-vous?
- Votre site Web, le début d'une aventure
- Révision du plan de cours
- Tous les sujets souhaités sont-ils couverts?
- Augmenter un chiffre d'affaires : 3 façons d'obtenir des nouveaux patients

Votre site Web

- Satisfaction face à votre site Web
- Qui sont vos visiteurs?
- Quoi mettre en valeur sur votre site
- Qu'est-ce qu'on ne trouve jamais?
- Vos statistiques
- Les images

Les moteurs de recherche

- Ce que les moteurs veulent offrir
- Votre référencement
- Ayez l'air naturel dans vos contenus
- Des règles à respecter
- Faites des liens internes sur votre site
- Inscrivez-vous dans des répertoires

FORMATION

PRÉSENCE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, VOTRE RÉPUTATION ET MÉDECINE DENTAIRE

Le courriel

- Pourquoi demander les courriels?
- Comment les demander
- Comment les utiliser
- La loi C-28

La publicité en ligne

- Le pay-per-click ou le PPC
- Le *Search engine marketing*
- Choisir des mots-clés
- Les règles de l'Ordre des dentistes

APRÈS-MIDI

Les réseaux sociaux

- Leur importance en chiffre
- Où dois-je être présent
- Gestion d'une page Facebook
 - Administrateurs
 - Quoi publier?
 - Les statistiques
- La publicité sur les réseaux sociaux

Attirer des patients à l'ère du numérique

- Définir son offre
- Sur quelles plateformes contribuer
- Pourquoi produire du contenu pour le Web ou pour les réseaux sociaux
- À qui offrir le contenu et pourquoi
- Attirer ou reconquérir des patients
- Évoquez des cas particuliers
- 10 publications faciles à faire et recycler son contenu
- Cibler et segmenter une liste de clients

Gérer votre réputation en ligne

- Googlez-vous votre nom?
- Les sites de notation et d'avis
- Votre empreinte électronique : êtes-vous « trop » ou « pas assez »?

FORMATION

PRÉSENCE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, VOTRE RÉPUTATION ET MÉDECINE DENTAIRE

- Comment réagir à un avis négatif
- Protégez votre réputation en ligne :
- 10 choses à faire
- 10 choses à ne pas faire
- Qui est votre prochain patient en 2017
- Comment vous trouve-t-il?
- Affirmer sa crédibilité sur le Web

Discussion/Atelier - Cas pratiques

- Présenter des cas réels de participants à la formation
 - Plan B : trouver des cas
- Cas #1 : Beaucoup d'améliorations à apporter
- Cas #2 : Sur la bonne voie
- Cas #3 : Exemple de réussite

Prérequis: aucun

Recommandations pour les participants: avoir son ordinateur portable ou sa tablette