

La communication du cabinet dentaire sur le web

Dans un monde de plus en plus connecté, le réflexe internet est devenu une réalité incontournable. Le domaine de la santé ne fait pas exception à la règle. Au moindre symptôme, l'internaute va se renseigner ... De quelle maladie souffre-t-il ? Quel praticien consulter ? Ce professionnel de santé est-il présent sur internet ? Que l'on soit pour ou contre, on ne peut pas nier les faits, l'information sur la santé et sur les professionnels de santé passe désormais par internet.

Tous les acteurs du secteur depuis les chirurgiens-dentistes, en passant par les médecins, les sages-femmes, les masseurs-kinésithérapeutes ... commencent donc à prendre en main leur présence sur le web. Et plutôt que de subir, ils ont décidé d'agir et d'exister sur Google, via un site internet.

Le site internet du chirurgien-dentiste.... Est-ce légal ?

La première question qui vient à l'esprit du praticien est évidente : est-ce légal d'avoir un site internet? La réponse est clairement positive. L'Ordre National des Chirurgiens-Dentistes précise que le praticien peut avoir son site internet. Mais attention, ce n'est pas un chèque en blanc ! L'Ordre a publié la Charte ordinaire applicable aux sites internet professionnels des chirurgiens-dentistes.

Tout praticien se doit donc de lire la Charte disponible à l'adresse, www.ordre-chirurgiens-dentistes.fr, le site du Conseil de l'Ordre... et de mettre en application ce qui y est requis (même le présent article ne remplace pas la lecture de la charte!). En cas de doute, il ne faut pas hésiter à interroger les instances ordinaires.

Le principe général de la Charte est clair : le site internet ne doit pas être une publicité pour le praticien, mais un vecteur d'information.

Il convient donc de **bannir la publicité dans le contenu du site**. Pour caricaturer on ne peut pas publier sur son site une phrase du type « Je suis le meilleur chirurgien-dentiste de la ville ! ». On ne peut pas non plus présenter de cas du type « avant-après », c'est assimilé à de la publicité. En résumé, il convient de rester dans le factuel, et présenter

le cas échéant des explications ou des articles scientifiques incontestables.

La publicité, on peut donc la trouver dans le contenu du site ... mais on peut aussi la trouver dans la façon de mettre en valeur le site sur les moteurs de recherche.

A ce jour, en France, l'essentiel des recherches sur internet sont effectuées sur Google. Pour simplifier, nous n'évoquerons que le leader des moteurs de recherche. Mais, nos remarques sont aussi valables pour les autres moteurs tels que Bing, Yahoo,...

La façon dont un site apparaît sur une page de recherche, c'est le référencement. Il existe deux types de référencement :

- **Le référencement payant.** Google place un site internet en tête des recherches en échange d'un paiement (système d'enchère). Le résultat proposé par Google est précédé d'un petit logo « annonce » qui montre que c'est une publicité. Un tel référencement peut s'avérer très cher

puisque l'annonceur paie au clic. **Ce référencement, où l'on paie le moteur de recherche est formellement interdit**, à ce jour, par les Conseils de l'Ordre des différents professionnels de santé. C'est de la publicité, et c'est donc interdit.



- **Le référencement naturel** (SEO, "search engine optimization" en anglais). C'est un référencement, qui arrive naturellement, si le site est bien conçu, et vient répondre à une demande du public. On trouvera le site sur Google **sans** la mention « annonce », donc en dessous des réponses sponsorisées. **Ce référencement naturel est autorisé par la déontologie.**

Il ne sert à rien d'avoir un site internet, si on ne peut pas le trouver sur Google, il convient donc de travailler avec un créateur de site internet qui s'occupera donc aussi du référencement **naturel**. Ainsi le praticien disposera d'un outil qui répondra aux besoins des patients.

Un site pour quoi faire ?

Précisons d'abord ce que n'est pas un site internet. Un site internet, ce n'est pas une page facebook, un blog, ou un forum.

Tous les outils qui permettent une interaction "online" sont a priori interdits. Echanger avec des patients sur des données de santé, et rendre ces informations publiques, c'est dangereux ! Par ailleurs, fournir des conseils sans voir le patient... c'est aussi dangereux.

En revanche, le site internet "vitrine" est lui autorisé. L'échange d'informations se fait du praticien vers le patient d'aujourd'hui et de demain.

Les patients cherchent sur internet le praticien qui pourra les traiter. Par conséquent, sans site internet, le cabinet n'existe pas sur la toile, et cela se ressentira tôt au tard sur le renouvellement de la patientèle.

Les patients recherchent des informations sur leur chirurgien-dentiste comme les horaires d'ouverture, le plan d'accès, Sans site internet, il faudra mobiliser du temps pour répondre au téléphone, pour fournir des informations basiques, comme l'adresse, l'accès, les horaires, ...

Le site internet permet aussi au praticien de compléter l'information qu'il fournit au cabinet. Ainsi, grâce à des illustrations, des fiches, des vidéos, le patient comprendra mieux ce qui est proposé par le cabinet. Là encore, le praticien gagne du temps, et le patient est mieux accompagné.



Comment créer son site internet ?

Le site internet n'est donc pas superflu, ... c'est un outil de travail nécessaire. **Quelles sont les solutions pour les plus avantageuses pour le cabinet qui souhaite exister sur la toile ?**

La réponse n'est pas unique. Un passionné pourra investir du temps et **faire seul son site internet** ... cela lui demandera beaucoup de temps pour être efficace, mais si c'est un hobby, alors le temps de ne compte pas !

Le site peut aussi être construit **avec un webmaster dédié**. Le coût est généralement élevé. Il faudra payer à la création une somme conséquente, puis un abonnement annuel limité en général pour le nom

de domaine et l'hébergement. Pour ce type de solution, on n'a pas de droit à l'erreur. Compte tenu de l'investissement initial, il faut être certain d'avoir choisi le bon interlocuteur qui sera capable de réaliser un site complet et de mettre en place le référencement naturel. Il faudra bien préciser quels sont les coûts des modifications. Par ailleurs la durée de vie d'un site est rarement supérieure à 24 mois... il faudra donc renouveler le site...

Enfin, on peut choisir une **offre clé en main, tout compris, sans frais de création, par abonnement**. Le montant mensuel varie entre quelques dizaines d'euros, et plusieurs centaines. Pour ce type d'offre, il faut se poser les bonnes questions dès le départ :

Quelle est la durée de l'engagement ? Le référencement naturel (autorisé) est-il inclus ?

Les modifications du site internet sont-elles incluses dans le prix ? La résiliation est-elle possible ?

A ce titre, un praticien m'a raconté qu'il avait, sans le savoir, signé pour un contrat sur 4 ans, non résiliable. Il avait reçu « deux sympathiques commerciaux » dans son cabinet, et déplorait avoir signé trop rapidement.

Le maître mot, pour le choix du prestataire est donc de comparer. De la même façon que les patients se renseignent sur internet, ou parlent à d'autres patients, le professionnel de santé doit chercher et comparer sur internet. Il ne faut pas hésiter à se renseigner auprès de confrères.

Stéphane Cohen

www.denti.site – info@denti.site

