

Les outils de communication au cabinet

En règle générale, les professions médicales ne sont pas des adeptes de la communication avec leurs patients. Pendant des années, les patients se soumettaient pieds et poings liés à leurs divers praticiens et attendaient le diagnostic de celui-ci. L'exercice de l'art dentaire en 2008 n'a plus beaucoup de rapport avec celui des années 1970 ou 1980. Différentes techniques et technologies sont apparues et se sont démocratisées. Les charges et contraintes de rentabilité se sont alourdies, les carnets de rendez-vous aussi.

Aujourd'hui, et ce dans tous les domaines d'activités, le facteur "Temps" est l'un des critères les plus complexes à gérer. Tout est urgent et tout le monde court après sa montre. Disposer de temps est devenu un véritable luxe, tant à titre privé que professionnel. Pensez-vous en trouver pour donner des explications ou démystifier des propositions potentielles à vos patients, sans nuire au respect du "timing" de votre agenda ?

Ensuite, les patients sont comme tout "consommateur" de produits ou de services, à l'affût d'informations et de précisions pour prendre des décisions ou vérifier les propositions de leurs médecins ou dentistes traitants.

Nous voyons aisément dans le contexte actuel que passer du temps avec quelqu'un est quantifié au plus juste et que donner des explications à ses patients, sans avoir un œil sur la pendule, n'est pas une tâche aisée ! D'où l'intérêt de recourir à des outils :

- Qui informent les patients, avant leur venue sur le fauteuil ;
- Qui éclaircissent les explications de vos diagnostics ;
- Qui démystifient vos propositions de traitements ;
- Qui ouvrent les yeux aux patients, et font gagner un temps précieux de persuasion ;
- Qui permettent aux patients de vérifier vos propositions.

La décennie passée a fait exploser le parc d'écrans de communication dans tous les lieux publics et privés. Le boulanger, le libraire, le magasin de vêtements, le pharmacien... communiquent ! Pourquoi le dentiste serait le seul ou le dernier à utiliser les outils performants de communication qui sont aujourd'hui à sa disposition ? Bien entendu, il n'est pas question de faire de la publicité, déontologiquement proscrite, mais de plus totalement contre-productive dans le cadre d'un cabinet médical. Voyons quels sont les principaux outils de

communication Praticiens/Patients ayant un intérêt majeur dans un cabinet dentaire. Nous irons de l'arrivée du patient dans le cabinet, à son arrivée sur le fauteuil et son retour à la maison.

Arrivée du patient au cabinet

Après avoir pris son rendez-vous, le patient arrive le Jour J dans votre cabinet, et passe par votre salle d'attente. Ce premier contact avec la salle d'attente est crucial ! Le patient étant seul avec lui-même, a le temps d'observer ce lieu qu'il ne connaissait pas, sans que personne ne le dérange dans ses élucubrations. Il se fera déjà une idée préconçue pour tout ce qui suivra, tout comme le premier contact avec une personne inconnue est également capital dans l'opinion que l'on se fera de cette personne.

Ayez des meubles tristes et usagés, des revues "vues et revues" avec les mots croisés trouvés dans toutes les couleurs de stylos billes, un éclairage blafard, ou une télé diffusant n'importe quel contenu en assénant du bruit, et vous serez sûrs que vos patients se feront une opinion de base d'un dentiste lambda leur réalisant à coup sûr un travail en adéquation avec leurs déductions.

La salle d'attente est un passage obligé du patient avant son premier contact avec le praticien ! C'est un sas de décompression entre le monde extérieur turbulent et la salle de soins où doit régner une certaine quiétude, favorisant un travail réfléchi, minutieux et rassurant. Il faut donc profiter de ce moment de quiétude **et de captivité**, pour diffuser des messages d'information et de détente qui en plus d'informer donneront de vous une image de modernisme et de considération de vos visiteurs. Bien entendu, sans imposer de "bande son" qui "violerait" celui qui souhaite se détendre en feuilletant une revue ou en continuant la lecture du livre qu'il s'est donné la peine d'emporter avec lui.

Pour diffuser ce type de contenu, il existe principalement trois voies :

Le DVD vidéo

Il tourne en boucle à partir d'un lecteur de DVD, c'est la catégorie la plus fournie.



Georges BLANC



Canal 33 : le plus ancien des éditeurs dans ce domaine. Cette société s'est spécialisée dans l'animation des salles d'attente des professions médicales. Canal 33 propose un DVD mensuel sur abonnement qui diffuse dans votre salle d'attente des séquences d'actualité, de mode, de cinéma et de thèmes concernant le domaine bucco-dentaire (Fig. 1).

Vous disposez de dix DVD par an, d'environ 60' chacun, comportant des séquences de 1mn30 à 3 minutes, dont 3 ou 4 pour le "dentaire". La partie dentaire représente une dizaine de minutes. À noter que le contenu du DVD est sonorisé. *Abonnement 29 €/mois - www.canal33.fr*

Quick Dental Info : réalisé par SLBD, l'éditeur de Quick Dental Office. Ce DVD diffuse des animations avec des graphismes en 2D et 3D, en adéquation avec son logiciel de communication spécialisé (QuickDental Office) utilisé au fauteuil (Fig. 2).

Il traite de la plupart des thèmes dentaires intéressant les patients et propose des séquences de questions-réponses sous forme de quizz type "Le saviez-vous?". Il peut être visionné en boucle d'environ 1h30 ou par thème. *490 € env. - www.quickdentaloffice.com*

Visual Relax : commercialisé par le groupe Henry Schein (entre autres), ce DVD propose 40 séquences reprenant les grands thèmes de la dentisterie. La société semble actuellement en vente et ne plus disposer d'un site internet. *890 € env.*

Vidéo Med ou L'Oeil Dentaire : ces deux sociétés proposent le même DVD de 15 modules concoctés par le Docteur Robert Bugugnani et traitant des principaux sujets dentaires et d'orthodontie (Fig. 3).

Les sujets sont sonorisés par une voix-off expliquant les différents domaines traités mais il existe aussi une version muette sous-titrée. Les modules durent de 2 à 7 minutes suivant le thème. *130 € et 190 € (version double sonore et muette sous-titrée) - www.videomed.fr et www.oeil-dentaire.fr*

Foxy DVD : réalisé par Foxy études & développement, ce DVD propose 17 séquences sur les différents thèmes de dentisterie, représentant 1h10 de présentation, entrecoupées d'un écran de bienvenue au nom de votre cabinet (Fig. 4).

Les sujets proposés sont issus du "Concept Attente" que l'on verra dans une rubrique suivante. Ils sont très explicites et simples à comprendre pour les patients. Aucune image n'impressionne, le rythme est étudié pour laisser le temps de l'assimilation et participe à la décontraction des patients. *750 € - www.foxy-ed.fr*

La diffusion via Internet

Pour le moment, deux acteurs ont investi ce domaine : Canal 33, dont nous avons évoqué le contenu un peu plus haut, et qui va finaliser son offre en mai prochain, et

Altitude Multimédia, nouveau venu dans le domaine dentaire (Fig. 5).

Altitude Multimédia propose des packs « clé en main » d'écrans plasma avec player ou ordinateur relié à Internet, plus abonnement mensuel. Un "pack Premium" à 54 €/mois (hors achat du pack « matériel » de base et non connecté à Internet propose 10 à 15 messages personnalisés et cinq

courts métrages de vidéo sur des villes ou lieux touristiques, représentant une boucle d'environ une heure de contenu. Deux autres packs, avec cette fois une connexion Internet, proposent en plus des news, la météo et un éphéméride : le "pack Premium+" à 72 €/mois et un "pack Optimum", à 108 €/mois, qui ajoute enfin des animations ludiques pour les enfants. Sur demande, une équipe de tournage vidéo peut aussi se rendre chez-vous pour réaliser des séquences personnalisées.

Prix indiqués hors achat du pack « Matériel » de base - www.altitude-multimedia.com

L'écran interactif

Foxy études & développement commercialise depuis trois ans le "Concept Attente". Un "Tout en Un" composé d'un écran plat 16/9ème intégrant un ordinateur (sachant aussi lire les DVD) et un système ultra simple de navigation pour les patients (Fig. 6).

Le système offre 50 modules différents et silencieux de deux à cinq minutes (directement sur disque dur). Trois modules sont personnalisés pour mettre en valeur vos compétences, votre personnel, vos structures et protocoles d'hygiène. Les patients sont invités sur des écrans personnalisés et variés à venir utiliser l'appareil, leur choix se faisant ensuite à l'aide de sous-menus (Fig. 6). Si aucun patient ne sélectionne un module, le système en déclenchera un de façon aléatoire au bout de deux minutes d'inactivité.

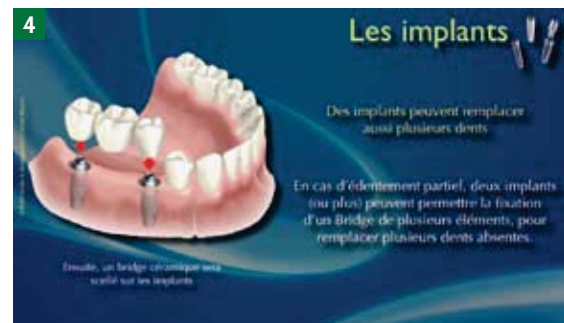
Outre les trois modules personnalisés présentant votre cabinet, vous disposez de modules traitant des principaux thèmes de la dentisterie et de l'orthodontie, plus 11 modules artistiques et d'évasion. Si vous possédez un Cerec, un module gratuit (en vidéo) vous sera offert sur simple demande.



© SLBD



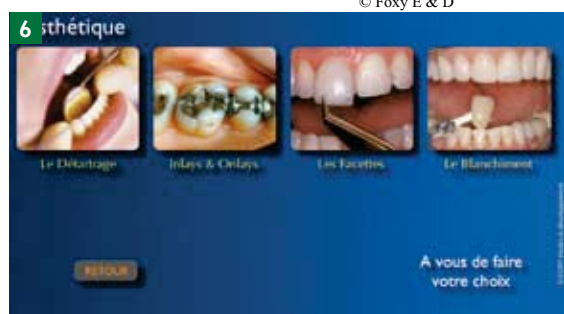
© Vidéo Med/L'œil Dentaire



© Foxy E & D



© Altitude Multimedia



© Foxy E & D



7

Le coût du Concept Attente est de 5 990 € (184 € x 36 mois), incluant un écran Haute Définition de 32", l'ordinateur, le système de navigation et trois heures et demi de contenu avec les modules personnalisés. Des écrans de 37 et 42" sont disponibles.

www.foxy-ed.fr

Tous ces outils sont très précieux, et comme à notre habitude, ils seront généralisés dans les cabinets français quand tous les Italiens, Allemands et autres européens en seront tous équipés. La communication en salle d'attente est très percutante, elle suscite beaucoup de questions et de demandes "en aval", car elle donne aux patients des bases (une information de premier niveau) leur permettant de pouvoir formuler des demandes, qui en temps normal, ne seraient pas exprimées.

Le Patient sur le Fauteuil

La radiographie panoramique

C'est le premier outil de communication à utiliser. Elle permet la discussion autour d'une synthèse générale et l'ébauche d'un plan de traitement global (Fig. 7).

La petite astuce : montrez à vos patients leur radio panoramique sur votre écran ou sur votre négatoscope, dans le bon sens (comme aux USA), afin que la compréhension soit facilitée. Le grand confort, autant pour le patient que le praticien, est de disposer de l'appareil dans le cabinet.

Le logiciel de communication multimédia spécialisé

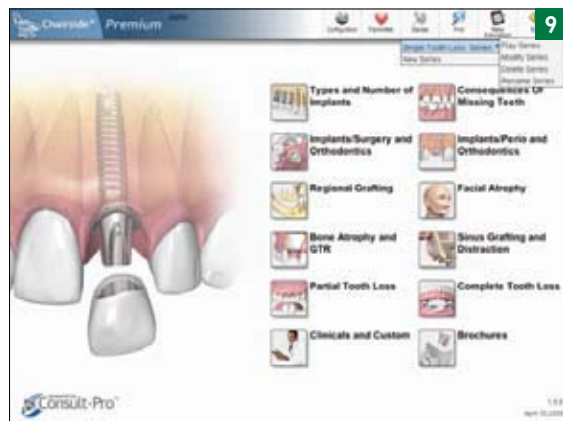
Un second outil également bienvenu. Rien à voir (contrairement à une idée reçue et fortement ancrée) avec le contenu d'un système de communication en salle d'attente destiné à informer les patients au premier niveau et à susciter des questions et des demandes, mais qui n'est pas prévu pour éclaircir des traitements, soins ou interventions concernant directement le patient vous faisant face.

Ces logiciels, acquis sous forme de DVD que vous installerez à demeure dans votre PC, vous feront gagner



8

du temps dans vos explications et surtout contribueront largement au "consentement éclairé" que vous êtes tous obligés d'offrir à vos patients. En utilisant des animations explicites, beaucoup plus pertinentes que de grandes phrases truffées de termes techniques de dentisterie, que peu de patients sont à même de com-



© Consult Pro

prendre. Deux acteurs principaux se partagent ce secteur, QuickDental Office et Consult Pro.

QuickDental Office propose des modules d'animations en 2D et 3D de très bonne facture. Le logiciel offre environ 2 000 documents, 120 animations 3D et 60 animations en 2D. Des photos de cas cliniques sont également disponibles pour étayer vos démonstrations (Fig. 8).

Vous pouvez également adjoindre des éléments graphiques (traits, flèches, cercles...), des commentaires et incorporer également vos cas personnels à l'aide de photos, que vous pouvez retoucher. QuickDental Office vous offre encore la possibilité de créer un diaporama sur mesure à partir de ses contenus et des vôtres. Vous pouvez enfin éditer des fiches d'information à remettre aux patients, pour chaque situation clinique. QuickDental Office est déjà installé dans 4 000 cabinets en France. *750 € le logiciel*

Consult Pro est un logiciel canadien très pointu, décliné sous plusieurs versions : Dentisterie générale, Implantologie, Parodontologie, Chirurgie orale, Endodontie, Orthodontie. Consult Pro permet de créer ses propres modules de présentation (Fig. 9).

Tous les DVD de ce programme ne sont pas en français. Au moment où je rédige cet article, Consult Pro ne semble plus commercialisé en France. *Entre 800 et 2 000 € selon versions - www.consult-pro.com*

Ces logiciels vous rendront de grands services et contribueront largement à l'approbation de vos plans de traitement.

La Caméra endobuccale

La caméra endobuccale est un maillon intéressant dans la communication directe avec le patient lors de l'examen clinique où quand vous souhaitez mettre en évidence un point particulier à la vue du patient. Le résultat sera souvent plus probant que celui obtenu en lui tendant un miroir (Fig. 10).

Elle vous fera gagner un temps précieux si vous disposez d'un écran sur votre fauteuil, votre éclairage opératoire ou si vous avez installé un éclairage lumière du jour intégrant



10

© Acteon Satelec

2 Produits pour communiquer avec vos patients

Quickdental Info

DVD Pour informer en salle d'attente

Durée 1H30.

Questions-réponses

Quizz

Vrai ou faux

Le saviez-vous?



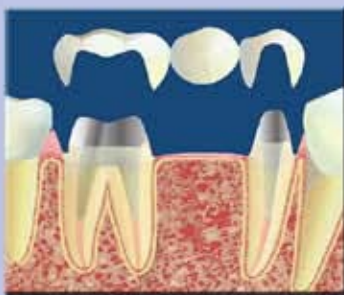
Quickdental Office 3D

Logiciel pour la motivation au fauteuil

180 Animations 3D, 2D.

Photos, fiches d'information.

Possibilité d'incorporer vos cas cliniques.



4000 UTILISATEURS



© SLBD

un écran de télévision (Ekler, Zenium). La grande discussion reposera sur le choix entre le numérique et l'analogique (vidéo), chaque fabricant et utilisateur ayant son avis immuable sur le sujet. Pour ma part, je suis tenté de choisir une caméra analogique, dite "vidéo", car je pense que la caméra endobuccale est un outil qui doit être disponible instantanément à n'importe quel moment, pour étayer ses propos et gagner un précieux temps d'explications.

La caméra vidéo peut être reliée en direct sur un moniteur à écran plat ou un moniteur mixte "informatique/vidéo" et sera capable d'afficher instantanément l'image à montrer au patient. Une caméra endobuccale numérique obligera à entrer dans des menus d'imagerie et de diffusion.

Il faut aussi garder à l'esprit que la plupart des images que l'on souhaitera montrer aux patients ne seront pas archivées dans leurs dossiers personnels, elles n'ont pour rôle que l'intérêt ponctuel de l'affichage. Dans le cas d'un besoin d'archivage, il sera toujours temps de jouer avec la souris. Attention à bien disposer d'une carte d'acquisition numérique pour les caméras vidéo directes.

Une caméra endobuccale doit impérativement disposer d'un gel d'image simple à utiliser et ne provoquant pas de "bouge" au moment du déclenchement de l'action de gel d'image. Les pédales ont pour cela de réels atouts, mais encomrent encore un peu plus le sol à l'arrière du fauteuil.

Lors de l'acquisition d'une caméra endobuccale numérique ou vidéo, veillez à vérifier la vitesse de l'autofocus (système permettant la mise au point automatique), certaines donnent le vertige à force de chercher la mise au point. Autre atout important : la profondeur de champ, souvent liée à la qualité de l'éclairage de la caméra ; elle vous évitera les mises au point intempestives dès que vous bougez un peu.

Dans la série "On n'arrête pas le progrès", le groupe Acteon propose une caméra endobuccale indépendante ou intégrable dans un unité, permettant, moyennant accessoires, de choisir les teintes des dents (Sopro 717).

Le patient prêt à partir

Les Fiches informatives

Avant le départ d'un patient, vous pouvez lui remettre une fiche d'information générique ou personnalisée, ou encore un petit dépliant fourni par les fabricants d'implants, labos pharmaceutiques, UFSBD...

Des éditeurs proposent des fiches en quadrichromie sur les principaux sujets dentaires, des logiciels comme

QuickDental Office (Fig. 11) permettent également de concocter ses propres fiches. Et si vous en avez le talent et le courage, vous pouvez élaborer vous-même des fiches personnalisées. Le patient aura alors tout le loisir de la compulser à son retour à la maison. Les fiches remises en main propre aux patients ont beaucoup plus d'efficacité que les mêmes fiches disposées en présentoir dans une salle d'attente.

Le Patient arrivé chez lui

Internet !

Là, vous ne contrôlez plus rien, c'est la loi de la jungle ! Si vous ne leur avez pas fourni de renseignements suffisamment clairs et précis, beaucoup de patients iront à la pêche à l'info, pour le meilleur ou pour le pire, en consultant des forums où il est question de problèmes, d'escroqueries, d'expériences personnelles plus ou moins heureuses, etc (Fig. 12).

Certains tomberont sur des sites avec des photos capables de dissuader le plus téméraire des patients de venir s'asseoir sur un fauteuil de dentiste. L'idéal est donc de bien utiliser les différents moyens que nous venons de passer en revue, d'être clair dans ses propos et d'éviter comme la peste l'emploi de termes techniques abscons, sans en avoir démystifié le sens.

Reste qu'il est possible de créer votre propre site Internet, comme cela se fait dans d'autres pays. Pour éviter les problèmes de déontologie tatillonne ou de confrère susceptible, vous lui adjoindrez un mot de passe, afin que le patient d'un confrère ne s'égaré pas par inadvertance sur un site risquant de le pousser à l'infidélité.

La plupart du temps, le mot de passe en question relève de la plus haute cryptologie, comme "dr.martin" pour le site du praticien du même nom ! Il est étonnant qu'une clinique dentaire ou un institut dentaire ne rencontrent pas ce type de problème !

Voici un bref tour d'horizon des outils de communication à destination de vos patients, que vous pouvez utiliser aujourd'hui. Gageons que les années à venir nous en apportent bien d'autres. En attendant, vous avez de quoi être efficaces et de quoi valoriser vos compétences. ♦

Note de l'auteur : Je suis moi-même fabricant et éditeur de systèmes de communication en salle d'attente, j'espère avoir traité avec honnêteté et responsabilité cet article sur les outils de communication "Praticiens/Patients" sans mettre en avant les produits que je commercialise et sans discréditer les autres. Il y a de la place pour toutes les bonnes idées.



© Stockexpert / Foxy