



CONCEVOIR UN BRAINSTORMING

AU CABINET DENTAIRE



RODOLPHE COCHET

Fondateur
de Dental RC
Coaching
en organisation des
cabinets dentaires

Le concept de brainstorming a été inventé par Alex Osborn¹, grand patron d'une agence de publicité américaine. Ce processus créatif de nouvelles idées a émergé en 1940 pour promouvoir son agence auprès de ses prospects et pour fidéliser ses clients.

Trop d'équipes dentaires sont sclérosées par un manque de communication interne qui peut conduire à une dégradation progressive de la cohésion d'équipe et de la qualité globale des services du cabinet dentaire.

L'OBJECTIF D'UN BRAINSTORMING EN DENTISTERIE

La finalité principale de ce processus d'idéation consiste dans l'implication de tous les membres de l'équipe, sans exception, en vue de formuler un maximum d'idées sur tous les sujets relatifs à la gestion et à l'organisation du cabinet dentaire. Les domaines d'application sont assez vastes puisqu'ils couvrent entre autres la facilitation courante d'une prise de décision et de manière globale la gestion des projets, la recherche d'une innovation technologique, l'amélioration

de la démarche Qualité du cabinet ou l'optimisation de la communication avec les patients, les correspondants et les prestataires (fournisseurs).

POUR QUE ÇA MARCHE...

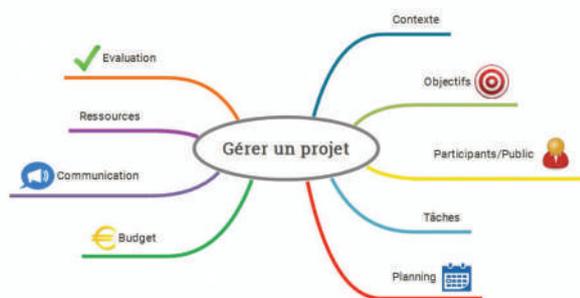
Il est important que personne, quel que soit son statut au sein du cabinet, ne se sente jugé même si certaines idées peuvent paraître à première vue en total décalage avec la réalité. Aussi, les séances de brainstorming ne doivent pas être

intégrées aux réunions d'équipe dont le but principal est de relever les dysfonctionnements et irrégularités ('indésirables') au sein du cabinet et de les corriger en éditant un nouveau protocole ou bien en le mettant à jour. La durée d'une séance de brainstorming ne doit pas être inférieure à 1H, à moins qu'il ne s'agisse d'une séance dirigée, sur un sujet précis et très clairement circonscrit, par exemple : 'vos idées pour rénover la salle d'attente du cabinet' ou bien encore 'vos idées pour limiter le nombre d'impayés'. Dans ce cas, 15 à 30 minutes peuvent suffire. En effet, à la différence d'une réunion d'équipe, il ne sert à rien de prolonger une séance de brainstorming juste pour respecter le planning préétabli. Aussi, ces séances ne doivent pas être programmées trop à l'avance sur l'agenda et encore moins sur toute l'année. Elles ne doivent pas non plus être perçues comme une contrainte ni comme une obligation.

LES 3 TECHNIQUES DE BRAINSTORMING QUI FONCTIONNENT AU CABINET DENTAIRE

1 LE MIND MAPPING (OU LA CARTE MENTALE)

Le concept du Mind Map² a été développé par Tony Buzan



dans les années 70. Il est d'apparence assez simple et se veut surtout ludique. Il consiste à dessiner sur une page blanche en son centre une idée centrale puis de relier des branches à cette idée première qui représentent des idées secondaires et ainsi de suite. Il est à ce stade très important que chaque branche (schéma 1) ne soit toujours associée qu'à un seul mot. Cette cartographie mentale très largement utilisée ne peut suffire à approfondir un projet et il faut clairement au cabinet dentaire se limiter à un nombre réduit de ramifications conceptuelles. Elle doit être par ailleurs strictement utilisée au tout début d'un projet ou afin de développer une idée initiale ou une suggestion d'un acteur de l'équipe. En effet, si l'idée ne produit aucune ramification, mieux vaut la laisser tomber et passer à autre chose en évitant de perdre son temps. Par exemple, vous décidez d'investir dans la rénovation du cabinet ou bien dans la formation continue de votre équipe, le Mind Mapping est dès lors la technique qu'il vous faut.

2 LE SWOT

La Matrice SWOT (schéma 2) est un outil d'analyse stratégique qui permet de visualiser les forces (Strengths), les faiblesses (Weaknesses), les Opportunités (Opportunities) et les Menaces (Threats) d'une Entreprise ou d'un projet en prenant en compte les facteurs positifs et négatifs, internes et externes. Il est capital de ne jamais entamer une démarche d'analyse SWOT en partant d'un sujet trop général comme : 'les forces, faiblesses, opportunités et

menaces de notre cabinet dentaire'. Il faut donc toujours cibler un Domaine d'Activité Stratégique (DAS) et spécifique, par exemple : 'la réputation de notre cabinet dentaire sur le Web' ou 'le réseau de nos correspondants de santé'.



3 LE QQOQCCP

Héritée de la philosophie d'Aristote, cette technique de questionnement (Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Pourquoi ?) permet d'analyser une situation et est notamment utilisée en gestion de projet afin de maîtriser tous ses tenants et aboutissants ainsi que dans le cadre de la démarche Qualité inhérente aux activités d'une entreprise, notamment quand il s'agit de comprendre ou d'analyser les causes d'un problème.

Prenons le cas d'un **appel manqué** au cabinet dentaire : il



faut éviter que cela se reproduise. La question **QUI** vous permettra d'identifier par exemple la personne responsable de la gestion du standard ; la question **QUOI** facilitera la description du problème et de son impact sur la réputation du cabinet ; la question **OÙ** nous interrogera sur la localisation (disponibilité, accessibilité) du protocole de gestion des appels entrants ; la question **QUAND** nous informera sur les circonstances temporelles ou chronologiques de la survenance de l'évènement ; la question **COMMENT** nous en dira plus sur son déroulement ; la question **COMBIEN** sur la récurrence de l'affaire en question et la question **POURQUOI** sur la ou les causes possibles et factuelles de l'incident.

DENTAL RC
Coaching en organisation
des cabinets dentaires depuis 1999
 7 rue Nicolas Houel - 75005 Paris
www.dental-rc.com - Tél. : 01 43 31 12 67
rodolphe.cochet@dental-rc.com

⁽¹⁾ Alex Osborn, L'imagination constructive. Comment tirer parti de ses idées. Principes et processus de la Pensée créative et du Brainstorming, Dunod, 1959.
⁽²⁾ Tony Buzan, Chris Griffiths, Mind maps : améliorer son efficacité au travail ; organisation, négociation, changement, vente (2ème édition), Eyrolles, 2019.