

L'« image de marque » du chirurgien-dentiste DRH

L'image que vous renvoyez à vos assistantes en tant que professionnel, clinicien et Manager, est capitale afin de motiver et fidéliser votre personnel. Vos performances managériales au même titre que vos performances cliniques détermineront ou non la réussite de votre exercice professionnel. Plus encore, la perception par vos patients et par vos correspondants de vos talents de Manager contribuera au faire-valoir et au faire-savoir de la Qualité des services généraux de votre cabinet dentaire.



Rodolphe COCHET
■ Fondateur de Dental RC

Votre « image de marque » de dentiste employeur

Votre notoriété ne saurait se limiter à la perception qu'ont les patients de votre cabinet. L'image que vous représentez auprès de la population des candidats à un emploi est primordiale puisque ce sont vos assistantes qui seront toujours en première ligne, en accueil physique ou téléphonique, et donneront de votre cabinet la première impression, favorable ou non. Avant même de déployer tous vos efforts pour que la Qualité de vos services cliniques et administratifs puisse refléter votre niveau de compétences techniques, vous devez impérativement prendre soin de l'image que vous renvoyez en tant qu'employeur potentiel aux candidats à un emploi éventuel au sein de votre cabinet : assistantes dentaires débutantes ou qualifiées, prothésistes, assistantes de direction, hygiénistes (pays autorisés), dentistes collaborateurs. On parle alors dans le jargon des Ressources Humaines de « Marketing RH »¹ : il s'agit ici de se démarquer en toute transparence et avec honnêteté en attirant et fidélisant les meilleurs candidats et collaborateurs au sein de son cabinet dentaire. La pénurie de main-d'œuvre (particulièrement disparate selon les régions) et plus spécialement la rotation élevée et inquiétante du personnel dentaire (l'Ile-de-France, les régions PACA et Rhône-Alpes présentent un turnover plus important pour les aides et assistantes dentaires que les autres régions. Etude OMPL 2008) obligent les chirurgiens-dentistes à professionnaliser leurs fonctions RH. Un chirurgien-dentiste ne peut désormais plus se contenter de n'être qu'un simple amateur en gestion d'équipe.

1. Publier une offre d'emploi dans la presse dentaire

Afin d'inspirer confiance aux candidats à un emploi dentaire, il est nécessaire que vous diffusiez vos offres sur des supports professionnels de notoriété, de grande audience et adaptés à votre cœur de cible, telles que les revues dentaires profession-

nelles (ex. : *Information Dentaire, Le Fil Dentaire,...*) qui vous permettent de publier une offre qui sera consultée en cabinet dentaire par le personnel. Néanmoins, ces supports ne concernent que les offres d'emploi destinées aux personnels dentaires qualifiés. Il est également fortement recommandé de ne pas lésiner sur le nombre de lignes de texte : plus votre offre sera précise en termes de conditions de travail, de définition de poste, d'avantages sociaux et salariaux, plus vous obtiendrez des candidatures de valeur.

2. Publier une offre d'emploi sur les sites Emploi

Il faut savoir que près de 95 % des candidats à un emploi dentaire n'adressent désormais leur cv et lettre de motivation que par voie électronique. Il est donc capital de ne jamais négliger les médias Internet, en particulier les sites Emploi professionnels généralistes, tels que www.pole-emploi.fr, ou plus spécialement pour le secteur dentaire, www.dentalemploi.com, qui permet non seulement au praticien-gérant de donner un maximum d'informations sur la configuration de son cabinet et le profil du poste, de télécharger une photo de son cabinet ou de sa salle de soins, mais encore d'accéder à la plus grande cvthèque de personnels dentaires, sans même avoir besoin de publier une offre d'emploi.

Votre « image de marque » de dentiste Manager

1. La politique du cabinet

En tant que chirurgien-dentiste Manager, votre « image de marque », ce sont toutes les règles que vous avez édictées ou que vous édicterez afin que votre cabinet fonctionne correctement et surtout durablement. Toute astuce ou recette est donc proscrite. Pour le personnel, l'image de marque du cabinet est fortement représentée par la valeur du poste

de travail : degré d'autonomie, responsabilités, tolérance à l'erreur, politique salariale, formation continue. Le règlement intérieur², même s'il n'est obligatoire que dans les structures de plus de vingt salariés, ne dispense aucun cabinet dentaire de l'affichage dit obligatoire³ : il permet aussi de préciser les règles générales et permanentes relatives à la discipline et notamment la nature et l'échelle des sanctions que peut prendre le praticien employeur.

2. L'éthique du praticien

La notion d'éthique, quant à elle, est l'outil de fidélisation qui a le plus d'impact sur les performances, l'implication et la responsabilisation du personnel dentaire. Un praticien gérant qui laisse entendre à son personnel qu'un cabinet dentaire est une simple entreprise, que ses patients ne sont pour lui que de simples clients, et qu'un devis de soins est assimilable à n'importe quel autre devis obtiendra de son assistante dentaire en particulier un moindre investissement et une fidélité entamée par un défaut de confiance notable dans la représentation qu'elle se fait couramment des Professions de Santé. De manière plus flagrante, l'assistante dentaire véhiculera plus ou moins consciemment auprès des patients, contre son gré, l'image d'un cabinet médical mercantile impliquant également de la part des patients une tendance accrue à la négociation ainsi qu'une opposition quasiment naturelle aux préconisations thérapeutiques.

3. L'esprit d'équipe

L'équipe d'un cabinet dentaire détermine l'image de marque fondamentale du cabinet dentaire auprès des patients, des correspondants du cabinet, des fournisseurs et autres prestataires de services. Cet esprit d'équipe n'est certainement pas exclusivement lié à la bonne ambiance ou à la bonne entente des acteurs du cabinet. Il est perceptible dans le sentiment du patient d'être entre les mains de professionnels aguerris qui, chacun à son niveau (statut, poste, compétences), contribuera à la qualité des prestations cliniques du praticien. L'image de marque du chirurgien-dentiste Manager est perçue de manière positive par le patient lorsqu'il voit l'assistante dentaire travailler au fauteuil en véritable binôme avec son praticien, dotée d'un sens aigu de la coordination et de l'anticipation, sans stress apparent, sinon celui ayant trait à la complexité de l'acte. Lorsqu'un patient est satisfait des services rendus par l'une des assistantes, aide-opératoire ou secrétaire de direction, c'est très souvent le praticien lui-même qui en sera félicité parce qu'il aura

2388000-34432133-3409-88746-32489-43324-09-00012-4-0024-689908-3546602



su faire la preuve de son professionnalisme. L'esprit d'équipe est aussi perceptible dans le soin qu'apportent les praticiens-Managers à certains détails représentatifs et symboliques de cette cohésion : la tenue vestimentaire (il est souhaitable de différencier la blouse clinique de son assistante dentaire de la tenue tout aussi professionnelle de l'assistante de direction qui sera plutôt en tailleur, sans négliger un badge nominatif avec l'intitulé du poste), la création d'un cadre-photo qui sera posé sur la borne d'accueil et également représenté en salle d'attente (photo du praticien et de ses assistantes, avec une légende définissant l'intitulé du poste, et éventuellement, les responsabilités au sein du cabinet) seront entre autres, autant d'éléments constitutifs de la singularité et de l'identité de l'équipe. Si tous les praticiens français n'ont pas encore pris la mesure du rôle éminemment managérial⁴ qu'ils doivent assumer au sein de leur cabinet dentaire, auprès de leur équipe, les patients eux-mêmes, particulièrement avisés, ne manqueront pas de le leur rappeler... ◆

1 L'expression « Marketing RH » ne s'applique bien entendu qu'aux candidats à un emploi : il s'agit de management interne exclusivement.

2 Les cabinets dentaires de moins de vingt salariés qui souhaitent établir un règlement intérieur doivent cependant respecter les conditions d'élaboration prévues par les articles L. 1321-1 et suivants du Code de travail.

3 Le Fil Dentaire, numéro 38, décembre 2008, « l'affichage obligatoire en cabinet dentaire », par Rodolphe Cochet.

4 Par opposition à « commercial ». Le « Mesnagement » à la française n'a rien à voir avec du commerce ou du Marketing. « Toute la Vérité sur le Management », Information Dentaire numéro 14, 8 avril 2009, par Rodolphe Cochet.

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