



Rodolphe COCHET
Fondateur de Dental RC
Coaching en organisation
des cabinets dentaires

SOIGNER SA RÉPUTATION PROFESSIONNELLE

Construire sa réputation prend des années, il suffit de quelques mois pour la dégrader. Le soin apporté à sa réputation professionnelle ne saurait se réduire à la question tant débattue de l'E-réputation ou de la réputation digitale. Soigner son image, c'est aussi se soucier de sa posture en tant qu'employeur, communicant et manager. La réputation des professionnels de soins dentaires se décline donc sur plusieurs axes, dans la gestion de la relation à ses patients, ses recrues, ses employés et ses correspondants. Elle se joue avant tout au cabinet parmi son équipe et certainement pas sur les réseaux sociaux !

Congrès de l'ADF 2023

Judi 30 novembre 2023 – 16h00-17h00

Responsable scientifique : Nelly Pradelle

Conférencier : Rodolphe Cochet

LA QUESTION DE L'E-RÉPUTATION

Les commandements sont nombreux : serment d'Hippocrate, code de déontologie, code de la santé publique, règlement général sur la protection des données... Ils obligent notamment nos chirurgiens-dentistes à prendre un maximum de précautions quant à l'exposition en ligne de leurs pratiques, de leur cabinet ou de leur équipe. Force est de reconnaître qu'il est quasiment impossible de prendre la main sur la gestion de sa réputation ni de la piloter lorsqu'on s'expose notamment sur les réseaux sociaux, en particulier Facebook et Instagram. Cette raison suffit amplement pour éviter de s'afficher, quelles qu'en soient les modalités (forme, contenu), sur tous les réseaux sociaux, quels qu'ils soient. Seul LinkedIn à la limite peut représenter quelques avantages à l'égard de ses correspondants. La meilleure manière de maîtriser sa réputation en ligne est d'être totalement absent de tous les réseaux sociaux (sauf à titre personnel), quoi qu'on en dise, et de disposer d'un site Web dédié éventuellement associé à une fiche Google Business (annuaire Google Maps) correctement administrée. Quant aux avis, qu'ils soient positifs ou négatifs, le mieux est de ne pas y répondre afin d'éviter que cette réponse ne se retourne contre soi (publicité indirecte), sauf à considérer que l'un deux porte atteinte à l'intégrité du praticien ou soit diffamant. Dans un tel cas, il convient par exemple de saisir son syndicat, le conseil de l'ordre, un avocat. N'oubliez pas non plus que l'exposition de son cabinet ou de son équipe sur les réseaux sociaux peut également avoir des répercussions négatives auprès des correspondants de santé, tant sur le fond que sur la forme !

LA MARQUE EMPLOYEUR

Ce sujet n'a quasiment jamais été abordé dans le secteur des soins dentaires. Pourtant, la question du turnover ou de la rotation des équipes dentaires est au cœur des préoccupations des praticiens, gérants de cabinets ou de centres dentaires. La Marque Employeur est justement l'arsenal dont dispose un recruteur pour attirer les talents au sein de son cabinet. Combien de praticiens se plaignent soit de ne pas recevoir suffisamment de candidatures, soit de recevoir des postulants dont le profil ne correspond

pas aux pré-requis de la fiche de poste, quand celle-ci a été éditée. Or, dans la grande majorité des cas, tout est question de méthodologie et d'« outillage ». Et force est de constater qu'en la matière, nombre de professionnels de soins dentaires tout comme certains responsables (RH) de centres dentaires n'emploient pas les méthodes de Marketing RH les plus efficaces ni les plus pertinentes puisqu'une majorité des offres d'emploi sont encore publiées et entassées sur des sites d'annonces et dans des groupes Facebook, alors même que ce dernier a mis fin au système de publication et de diffusion des offres d'emploi depuis fin 2022 ; quant aux pratiques de pré-sélection et de sélection, elles restent encore trop intuitives et ne s'appuient pas sur les avancées scientifiques considérables de cette dernière décennie notamment en matière de recrutement prédictif.

LA POSTURE MANAGÉRIALE

On se définit tant par ses compétences techniques et son degré d'expertise que par son comportement en situation de travail. La posture qu'adopte le chirurgien-dentiste ou l'orthodontiste dans son mode de management ou de communication avec ses employés tout comme avec ses patients notamment a un impact majeur sur l'adhésion de ces derniers au bilan diagnostique, aux préconisations thérapeutiques ainsi qu'à leur fidélité au cabinet. Les soft skills (ou compétences comportementales et relationnelles en situation de travail) dont nombre de professionnels de santé n'ont pas une pleine conscience (*à juste titre, puisqu'on en parle vraiment que depuis quelques années*) et qu'ils n'ont pour la plupart jamais évalué scientifiquement via un parcours de coaching managérial ou de développement personnel, sont pourtant les dispositions naturelles ou spontanées que les patients perçoivent de prime abord. Un patient peut-il réellement évaluer le niveau de compétences techniques d'un professionnel de soins dentaires ? À l'évidence non, en règle générale. Il devient donc primordial, dans le cadre de son développement professionnel continu, de se soucier également de ses éventuelles carences comportementales, relationnelles, managériales et organisationnelles. Soft skills et hard skills sont les deux facettes indissociables de la réussite professionnelle des chirurgiens-dentistes et de leur équipe et il convient de les cultiver !