

Sites Internet : où en est la profession ?

Les sites Internet dentaires devaient augmenter le nombre et la qualité des nouveaux patients, donner une image professionnelle du cabinet... Ont-ils rempli leurs missions ? Le point deux ans après la mise en ligne des chirurgiens-dentistes.fr.

■ Par Jean-François LANG



Face aux plus de 30 millions de Français « on line », la profession ne pouvait plus ignorer le phénomène et toutes les possibilités qu'apporte de ce « nouveau » moyen de communication. Premier vecteur de communication privée entre les Français (37 % des communications entre individus) devant même le téléphone portable (32,1 %) ou le téléphone fixe (30,9 %), Internet représente un élément de communication du ►

Nommer son site

- Les règles de nommage d'un site Internet sont les suivantes:
 - Pour les praticiens-personne physiques : « *dr-nom-prénom.chirurgiens-dentistes.fr* » ou « *nom-prénom.chirurgiens-dentistes.fr* ». Toute mention du lieu d'exercice du praticien est prohibée.
 - Pour les personnes morales, les SEL : « *selarl-dénomination sociale.chirurgiens-dentistes.fr* ».
 - Pour les SCP : « *SCP-raison sociale.chirurgiens-dentistes.fr* »
 L'Ordre peut refuser la mise en service d'une adresse non conforme, la nouvelle demande d'adresse entraînerait alors une nouvelle facturation (autour de 6 euros).

En savoir plus Comment mon nom de domaine est-il créé chez Promopixel ?

Après avoir signé la « charte de qualité applicable aux sites web des chirurgiens-dentistes », le praticien dépose une demande de création de nom de domaine conforme aux règles de nommage édictées par le Conseil National de l'Ordre des Chirurgiens-Dentistes auprès d'un bureau d'enregistrement client de Promopixel, et après s'être acquitté des frais d'enregistrement que les bureaux ont la liberté de définir. À l'aide de procédures informatiques automatisées, le bureau d'enregistrement dépose à son tour une requête au registre Promopixel qui avertit automatiquement et en temps réel le Conseil de l'Ordre, seul décisionnaire en bout de chaîne. Si le nom de domaine est validé, le bureau d'enregistrement est alors prévenu et informe lui-même son client futur titulaire du nom de domaine. Jamais PROMOPIXEL ne contactera le client final. En cas de refus, le bureau d'enregistrement est également averti de la décision et du motif (nom invalide, charte non signée, coordonnées saisies insuffisantes, etc.).

*contact Promopixel :
29, rue Popincourt - 75011 Paris
Tél. : 01 42 05 62 71
Fax: 09 57 84 34 89
E-mail : infos@promopixel.com -
Site Internet:
www.promopixel.com/

Dr Jean-Marc Opoka
omnipraticien à Metz (57)
Site en ligne depuis novembre 2007
<http://dr-opoka-jm.chirurgiens-dentistes.fr/>




« Internet permet au praticien d'expliquer à ses patients (et à ses patients potentiels) la philosophie et les habitudes du cabinet »

► cabinet dentaire plus important que l'annuaire téléphonique ou même que la plaque à l'extérieur du cabinet. La France accusait un retard concernant l'utilisation d'Internet par les professionnels de santé. Depuis 1995, l'Ordre est titulaire du nom de domaine Internet « chirurgiens-dentistes.fr », ce qui lui permet de garantir aux sites Internet des chirurgiens-dentistes de disposer d'une adresse se terminant en «chirurgiens- dentistes.fr». Depuis sa création, cette terminaison de domaine était gérée, pour le compte du Conseil national, par l'Association française pour le nommage Internet en coopération (AFNIC). Ce n'est plus le cas. Depuis mars dernier, l'AFNIC a souhaité se désengager de cette gestion. Afin de permettre aux chirurgiens-dentistes de pou-

Le saviez-vous ?

Le « .fr » est l'extension la plus intuitive aux yeux des internautes français : selon sondage TNS-Sofres, 86 % d'entre eux recherchent d'abord sous « .fr » le site Internet d'une entreprise française.

voir continuer à enregistrer leur site avec cette terminaison explicite et particulièrement lisible pour les patients, l'Ordre a décidé de confier à Promopixel*, la gestion de ce nom de domaine. Les praticiens disposant d'un site en « chirurgiens-dentistes.fr » doivent demander à leur bureau d'enregistrement de se rapprocher de la société Promopixel (en tant que nouveau registre de noms de domaine, la société ne réalise plus de vente en direct de sites Internet pour les cabinets dentaires français).

La France rattrape son retard

L'observation de nos voisins européens démontre l'importance prise par Internet dans la relation professionnelle de santé/patient. Mais tous les pays ne sont pas égaux face

à l'évolution technologique, du fait de réglementations plus ou moins contraignantes. Ainsi en Espagne, 15 % des cabinets ont une vitrine sur le net, qu'elle soit très élaborée avec animations flash ou plus rudimentaire. Aux Pays-Bas, pratiquement tous les chirurgiens-dentistes ont leur site qui sont regroupés par zone géographique et l'utilisation du site est déjà très ancrée dans les habitudes, puisque la prise de rendez-vous se fait en ligne. Nos voisins italiens quant à eux ont deux types de sites : des sites personnels de praticiens, mais également des sites plus généralistes proposant de la

Du côté des patients

Tout ce que le patient a toujours voulu savoir...

Tous les praticiens le savent, les patients n'osent pas toujours poser toutes les questions avant une intervention. Pudeur, peur, timidité... de nombreuses raisons expliquent cette hésitation.

Alors aujourd'hui, pour ses questions sans réponse, le patient se tourne vers les forums de discussion, où l'information n'est évidemment pas fiable et sur lesquels toutes les dérives sont possibles. Or un patient mal informé peut différer ou renoncer à une intervention, risquant de voir son confort diminué à terme et sa pathologie aggravée. Le patient trouve grâce à Webdentiste une information dont il sait qu'elle a été contrôlée et validée par l'UFSBD et un collège d'experts. La recherche d'informations médicales par un non-médecin est toujours anxiogène, surtout si la source n'est pas clairement identifiée et crédible. À ce titre, la Charte ordinaire de « qualité » applicable aux sites web des chirurgiens-dentistes adoptée par le conseil national de l'Ordre des chirurgiens-dentistes le 15 mars 2008 conseille « aux praticiens de demander la certification de leur site auprès de la Fondation Health On the Net (HON), choisie par la Haute Autorité de Santé (HAS) comme l'organisme officiel qui certifie tous les sites français de santé. »





Obligations (rappel)

Le conseil départemental doit être informé sans délai de la mise en ligne du site. Le praticien certifiera avoir pris connaissance des « principes réglementaires et déontologiques applicables au Web dans le cadre de l'orthodontie » et s'engagera à modifier son site en fonction des nouvelles recommandations de l'Ordre et des observations éventuelles qui seront formulées par son conseil départemental. Un lien automatique sera institué vers un emplacement du site public de l'Ordre fixant les règles déontologiques de la profession et les recommandations en matière de nouveaux moyens d'informations. Les seuls liens autorisés sont ceux :

- au site public du conseil national de l'Ordre : www.ordre-chirurgiens-dentistes.fr
- à l'annuaire : www.annuaire.chirurgiens-dentistes.fr
- aux sites d'informations certifiés par la fondation Health On the Net.

Dr Jean-François Georges
omnipraticien à L'Etang-la-Ville (78)
Site en ligne depuis mars 2009
<http://dr-georges-jf.chirurgiens-dentistes.fr/>

« Complément du bouche à oreille, les sites permettent de chercher la confirmation d'une recommandation d'un proche »

Dr Luc Poty
chirurgien-dentiste exclusif en ODF à Reims (51)
Site en ligne depuis décembre 2008
<http://dr-poty-luc.chirurgiens-dentistes.fr/>




PUB

Note
www.praxiskom.fr/: créateur de site Internet
www.webdentiste.fr/
<http://dentiweb.fr/>

documentation ou même des diagnostics rapides par mail ! Au Royaume-Uni on compte plus de 500 sites référencés et regroupés dans un annuaire. Nos voisins allemands, italiens, anglais ou suisses ont largement intégré Internet à leur palette d'outils de communication. Les praticiens frontaliers étaient jusqu'alors confrontés à une concurrence à armes inégales. C'est sans doute pour cette raison qu'ils sont parmi les premiers à avoir compris l'intérêt des sites professionnels... « Je fais partie des premiers dentistes à avoir eu recours à Webdentiste, explique le Dr Jean-Marc Opoka, omnipraticien à Metz. Avec un recul de presque deux ans, je peux dire que cette formule est très intéressante et surtout parfaitement étudiée pour les praticiens. Les patients ont bien adhéré au concept et exploitent largement les possibilités offertes par le site, notamment les jeunes entre 25 et 35

ans pour qui Internet fait partie du quotidien. Nous avons ainsi régulièrement de nouveaux patients qui nous ont découverts via le site. Les patients ont pris l'habitude de nous informer par mail d'une annulation de rendez-vous par exemple. »

Un site ne se substitue pas au conseil
Selon Emmanuel Croué, créateur de site Internet en France et en Allemagne via sa société Praxiskom, les nouveaux patients viennent toujours chercher en ligne des informations sur un cabinet dentaire, pour « chercher la confirmation » d'une recommandation d'un proche ou se faire une opinion avant même d'avoir franchi la porte du cabinet. Une simple visite peut donc conforter un internaute tout comme le refroidir, comme le feraient une salle d'attente douteuse ou une assistante antipathique. Malgré certaines « catas-

Les seniors aussi
Le web de 1999 était l'apanage des personnes d'âge moyen et des jeunes : un internaute sur trois avait entre 35 et 49 ans, un sur cinq entre 18 et 24 ans, un sur six était âgé de 50 ans et plus (16,5 %). Le profil tend désormais à se rapprocher de la structure de la population. Les seniors s'y sont mis aussi : les 50 ans et + représentent désormais 29 % du total.

trophes » (des sites montrant des cas de patients difficilement supportables pour les non-initiés ou affichant des cas cliniques trop sanglants), les praticiens semblent avoir globalement compris que le site ne devait pas représenter pas un véritable conseil ; « Le conseil doit être donné dans la relation entre praticien et patient, précise Emmanuel Croué, lors d'une consultation. La fonction primaire du site professionnel est donc, comme à leurs débuts, de présenter le cabinet. Le minimum dans cette présentation est donc : d'être "propre" pour paraître compétent, de "donner confiance" et d'apporter une impression de bien-être (les couleurs pastel y aident). Attention à l'amateurisme et à l'approximation qui peuvent jaillir sur votre image très négativement chez un public qui sait, en un coup d'œil, repérer les sites pros de la page perso faite en un week-end avec un copain bidouilleur. » Mathilde, ▶

CONSEIL D'EXPERT
Xavier Kergall
directeur de Webdentiste

Une solution Internet « clé en main »

Elle est loin l'image du chirurgien-dentiste, seul dans son cabinet, qui soignait une patientèle de proximité plutôt docile et soumise. Aujourd'hui, les patients éclairés sont en demande d'information. Ils jugent la compétence d'un praticien et n'hésitent plus à se déplacer pour choisir celui qu'ils pensent être le meilleur... parce qu'il aura bien communiqué son savoir-faire. Mais les dentistes, comme tous les professionnels en exercice libéral, manquent de temps pour communiquer et n'y ont pas été formés. Et si, très friands de nouvelles technologies, ils ont compris l'intérêt de l'outil Internet et l'avantage qu'ils peuvent en tirer ; conception et élaboration du site, administration et mise à jour, communication récurrente aux patients... la présence sur le web est hautement chronophage et rares sont les professionnels de santé qui peuvent prétendre mener de front leur exercice libéral et leur présence sur le net. Sans oublier la réglementation en matière de publicité et communication des cabinets. À la croisée des exigences des patients et des contraintes des praticiens, Webdentiste, en partenariat avec l'UFSBD, propose une solution clé en main, simple, crédible, performante et conforme aux recommandations de l'Ordre.

Un outil qui entretient le lien avec la patientèle

Avec Webdentiste le praticien, via une newsletter électronique périodique (tous les deux mois), reste en contact avec ses patients. Elle permet de rappeler certaines bonnes pratiques préventives (ex : informer les parents de l'intérêt d'un comblement de sillons pour leurs enfants) ou répondre à des questions fréquentes. La newsletter se révèle particulièrement performante en termes de retombées pour le cabinet. Sa présentation, au nom du cabinet émetteur, capitalise sur la confiance qui existe entre un patient et son praticien. Par ailleurs, seuls les patients ayant donné leur accord pour recevoir la news sont intégrés à la base de données emailing. Le taux de lecture est donc très important et le nombre de « clicks » démontre l'intérêt des patients.

Tous connectés

Selon des chiffres Médiamétrie, le nombre d'internautes connectés au cours du dernier mois chez les 18 ans et plus passe de 3 millions en 1999 à 29 millions en 2009, soit quasiment dix fois plus. Leur taux de pénétration, qui était de 6,9 % il y a dix ans, atteint 60,4 % en 2009. Le mail ne comptait que 2,5 millions d'utilisateurs ; il en a maintenant 25,9 millions. Mais le record est détenu par l'évolution du nombre d'acheteurs en ligne : de 209 000 à 20 millions ! Soit 96 fois plus. Il s'agit là de l'une des plus fortes progressions des usages de l'Internet.

Dr Véronique Roux de la Tribouille
omnipraticien à Nantes (44)
Site en ligne depuis novembre 2008
<http://selarl-docteur-roux-de-la-tribouille.chirurgiens-dentistes.fr/>




The screenshot shows a professional website for a dental cabinet. It features a navigation menu, a welcome message, and sections for 'Actualités Prévention', 'Recherche par mots clés', and 'Conseils Pratiques'. The site is clean and informative, designed to provide patients with easy access to dental services and information.

« Les patient apprécie de pouvoir se connecter en dehors des heures d'ouverture du cabinet »

► patiente d'un cabinet dentaire orienté « dentisterie esthétique » a remarqué une évolution : « Au début, le site de mon praticien présentait des infos pratiques très utiles : plan d'accès, photos de l'équipe, fiches de renseignements sur les techniques de soin... J'ai l'impression qu'il est allé "encore plus loin" dans les possibilités d'Internet. Je peux maintenant avec mon code d'accès consulter mes prochains rendez-vous, afficher la galerie photo de mon sourire. Il est interactif et je le conçois comme un service en plus : plus que me faciliter la vie, son site est presque "communautaire". » « Les patients aiment beaucoup cette possibilité de consulter chez eux les fiches correspondantes à leur besoin du moment, commente le Dr Jean-Marc Opoka. Ainsi, quelqu'un qui envisage un implant aura tout le temps de lire et se renseigner sur l'intervention. C'est rassurant pour le patient et cela favorise le bon déroulement des interventions. Pour nous c'est un gain de temps énorme. » La fonction du site est de présenter des cabinets et de les faire connaître auprès d'une nouvelle patientèle... les cabinets « on line » se retrouvent (selon les chiffres de fréquentation des cabinets allemands présents sur le web) avec 40 % de nouveaux patients, ciblés, informés et volontaires ! Les praticiens qui choisissent des créateurs de sites Internet professionnels spécialisés dans les cabinets dentaires apprécient la tranquillité d'esprit et le déchargement total sur le prestataire : « Je sais qu'un site n'est crédible que s'il est actualisé régulièrement, explique un orthodontiste d'Île-de-France. Imaginez l'effet des vœux de Nouvel An figurant toujours sur la page d'accueil en plein mois de juin ! Compte tenu de nos emplois du temps, il nous fallait une solution rapide, simple et facile. Avec Webdentiste, mon prestataire pour le site, les trois critères sont remplis et en plus le site, actualisé très régulièrement est vivant. » ■

24 h / 24
Internet a bouleversé nos réflexes et notre niveau d'exigence quant à la disponibilité de l'information. Le 24 h / 24 est devenu la règle et l'on n'imagine plus devoir attendre le lendemain matin pour connaître des horaires d'ouverture ou un plan d'accès.