

## Pourquoi c'est important

Internet et Google jouent un rôle majeur dans l'orientation des consommateurs et leur sélection de produits et services. La pandémie COVID a encore accéléré le phénomène : **le nombre d'avis google déposés a augmenté de 28% en 2021 par rapport à 2020 et 80% des gens disent faire confiance aux avis en ligne** autant qu'ils font confiance aux recommandations d'un ami. Les professionnels de santé, jusqu'ici plutôt épargnés, subissent également ce mouvement général qui expose de plus en plus fortement leur structure et leur réputation. **En 2021, 9,8% des patients déclarent avoir connu leur cabinet d'orthodontie via internet** (source enquête patients SF50 Démarche Qualité 2021).



La note moyenne attribuée par les clients est passée de 3,3/5 à 4/5 entre 2016 et 2021 \* :

chacun peut très

facilement exprimer son

ressenti et ses critiques de manière anonyme, et visibles par tous par une simple recherche Google de votre cabinet. Il convient donc d'évaluer son exposition à ce risque de réputation, de l'intégrer dans ses dispositifs de relation patients et le cas échéant, d'essayer d'en faire une opportunité pour votre référencement local ! \*

*Partoo, baromètre 2021 des avis Google*

★★★★★ il y a 11 mois

N'allez surtout pas dans ce cabinet ! Le Dr ainsi que son personnel sont des personnes impolies et non professionnelles. Sur chaque fiche une note est donnée aux clients ! Et c'est illégal. Impossible d'avoir un rendez vous et les enfants se font réprimander. J'ai assisté à des scènes surréalistes ! Très déçue qui plus est du résultat !

**Avez-vous pris connaissance des commentaires Google de votre cabinet visibles sur internet ?**

## Comment les gérer ?

### 1 Organiser le suivi

- Sensibiliser l'équipe à l'importance générale de la prise en compte des retours patients, et à leurs impacts positifs ou négatifs en ligne pour la réputation du cabinet.
- Ne pas hésiter à déléguer le suivi de cette tâche à un membre de l'équipe motivé sur le sujet. Les jeunes générations sont particulièrement actives sur les réseaux et acclimatées aux avis en ligne ! Attention toutefois de garder la vérification sur les réponses qui engagent publiquement le cabinet.

### 2 Surveiller régulièrement les retours en ligne

- **Se créer un compte Google My Business (GMB).** C'est un outil gratuit qui vous permet de gérer votre présence dans une page standard indexée du référencement google. Vous pourrez y préciser le nom du cabinet, vos coordonnées et vos horaires d'ouverture, ajouter des photos, surveiller et répondre aux avis patients, évaluer les modes de recherche des internautes arrivant sur votre page...En pratique, il vous faudra créer un compte Gmail.
  1. Connectez-vous au compte Google que vous souhaitez associer à votre entreprise
  2. Accédez à [https://www.google.com/intl/fr\\_fr/business/](https://www.google.com/intl/fr_fr/business/) et sélectionnez « Gérer mon profil »
  3. Entrez le nom de votre entreprise
  4. Entrez votre adresse professionnelle
  5. Sélectionnez votre activité
  6. Sélectionnez la catégorie de votre entreprise
  7. Ajoutez le numéro de téléphone de votre entreprise ou votre site Web
  8. Choisissez une option de vérification.
- Se fixer une **alerte** qui vous informera en temps réel du dépôt d'un commentaire sur votre cabinet.
- **Consulter au moins une fois par mois** votre compte. N'oubliez pas de mettre à jour vos données le cas échéant (horaires d'ouverture, dont jours fériés, adresse...), pour ne pas créer d'insatisfaction !

### 3 Répondre aux avis négatifs

- Les avis sur le cabinet seront potentiellement lus par vos patients, actuels ou futurs. S'ils sont parfois injustes et peuvent être mal vécus, il est important d'y répondre pour démontrer votre professionnalisme et vos capacités d'écoute et de réactivité. Les pratiques des professionnels évoluent rapidement sur le sujet : en 2021, **48% des avis clients font l'objet d'une réponse, dans un délai moyen de 8 jours**, contre 35% et 37 jours en 2020.

#### La réponse à un avis identifiable

- Un avis négatif identifiable devrait d'abord être pris en charge par un contact direct auprès du patient, afin de comprendre en détails sa réclamation et « d'arrondir les angles ». Cet échange pourra être l'occasion de lui demander de supprimer son commentaire. En cas de refus, il sera important de formuler une réponse publique au commentaire.

#### Exemple - Suite à un commentaire sur le résultat du traitement

Madame,

*Nous tenons d'abord à vous remercier pour votre commentaire concernant notre cabinet.*

*Nous n'avons en général pas de problème avec nos patients et notamment nos patients adultes. Il est en effet toujours plus compliqué de soigner un adulte dont l'exigence et l'attente sont toujours très fortes.*

*Vous avez bénéficié chez nous d'un traitement complexe, associant l'orthodontie et la chirurgie maxillo-faciale. Le résultat que nous avons obtenu nous paraît tout à fait à la hauteur de ce qui était prévu au départ, et nous sommes désolés que vous ne l'ayez pas perçu comme cela.*

*Je vous ai reçue à plusieurs reprises après le traitement pour essayer de répondre à vos attentes.*

*Visiblement je n'y suis pas parvenu. Soyez assurée que nous accordons une attention toute particulière à vos remarques car nous essayons toujours de progresser dans nos prestations et nos résultats.*

*En espérant sincèrement vous accueillir de nouveau dans notre cabinet, et ainsi vous prouver que nous mettons toujours tout en œuvre pour vous satisfaire.*

Cordialement

#### La réponse à un avis anonyme

- Les avis négatifs sont souvent anonymes ou non identifiables et il ne sera pas possible de contacter le patient concerné. Ces commentaires sont de bonne ou mauvaise foi, parfois malintentionnés. Ils exposent le cabinet et doivent faire l'objet d'une réponse, qui pourra être graduée :

#### Exemple :

Madame, Monsieur,

*Désolé vous devez faire erreur, nous n'avons aucun dossier à votre nom dans notre cabinet.*

Cordialement

Madame, Monsieur,

*Nous sommes désolés que notre intervention ne vous ait pas donné entière satisfaction. Soyez assuré que nous accordons une attention toute particulière à vos remarques car nous essayons toujours de progresser dans nos prestations et nos résultats.*

Cordialement,

#### Répondre aux avis diffamants

- Certains avis négatifs peuvent s'avérer clairement douteux (faux avis, dénigrement...) ou diffamants. Plusieurs pistes d'actions peuvent être envisagées.

**Depuis Google****En tant qu'utilisateur**

- Cherchez votre cabinet depuis google et cliquez sur les avis google en haut à droite
- Trouvez l'avis en cause et cliquez à droite du nom sur le drapeau noir
- Expliquez dans la page qui s'ouvre en quoi l'avis n'est pas recevable
- Pour information, plus cet avis sera signalé à google, plus il y a de chance qu'il soit supprimé.

**En tant que propriétaire**

En l'absence de réponse par Google, vous pouvez passer directement par votre fiche GMB.

- Depuis votre fiche, allez dans la section « avis » pour trouver l'avis concerné
- Survolez le commentaire qui vous semble diffamatoire ou inapproprié.
- Un petit drapeau noir apparait : il vous suffit de cliquer dessus pour faire apparaître un formulaire qui vous permettra de signaler le commentaire et d'en donner la raison

Pour que Google accepte votre demande de suppression, il faudra qu'elle soit justifiée et que cet avis soit diffamatoire, du spam ou de la pub, injurieux, hors sujet, en conflit d'intérêt, incitant à la haine ou la violence ou inapproprié. Le taux d'aboutissement de ces demandes est faible en pratique.

**En tant qu'individu**

Enfin et plus largement, vous avez la possibilité de demander à un moteur de recherche de dissocier du contenu qui vous porte préjudice de votre nom/prénom lors des recherches réalisées. Si le contenu original restera en ligne, il ne « remontera » plus lors d'une recherche mentionnant vos nom-prénom → accéder à la [Fiche CNIL : Le déréférencement d'un contenu dans un moteur de recherche](#).

**Par la voie juridique**

En dehors des cas les plus flagrants d'avis illicite, il sera très compliqué d'obtenir la suppression d'un commentaire anonyme par voie de justice contre Google.

Il peut être utile de se renseigner auprès de son assureur sur ses modalités de protection au titre de la « E-réputation ». Certaines assurances proposent en effet une garantie e-réputation, et peuvent vous accompagner dans ces démarches.

## 4 Susciter des avis positifs !

- Faites connaître à vos patients la possibilité de laisser un commentaire positif sur le cabinet depuis Google s'ils sont satisfaits : par un affichage dans l'espace d'attente, par un mot systématique lors de la prise en charge...
- Il peut également être pertinent de réagir aux avis positifs exprimés par vos patients. C'est une marque d'attention qui sera appréciée.

## 5 Repartir à 0

- Cette solution vous permet de supprimer tous les avis présents sur votre compte, positifs ou négatifs et donc de repartir sur des bases saines. Cette action peut par exemple intervenir après le rachat d'un cabinet, qui avait récolté de nombreux avis négatifs avant votre arrivé.
- Il vous faut être logué avec le compte Google qui est propriétaire du compte Google My Business en question et aller dans les paramètres de votre page, tout en bas se trouve le lien « supprimer votre page ». Attention : La suppression de votre page peut prendre plus de 6 mois et reste à l'appréciation de Google.