

Découvrez comment le CIMI a repris en main sa e-réputation en seulement 3 mois 🚀



X



Cas client - Février 2021

01

Contexte & besoins du CIMI

02

Quelles actions & quels résultats ?

03

Conseils pour votre e-réputation

SOMMAIRE



Contexte & besoins du CIMI

Contexte

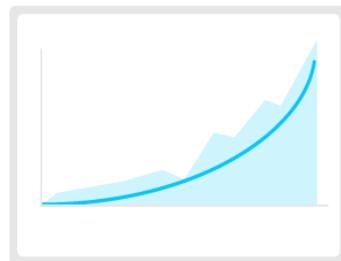
Le CIMI est un **centre d'imagerie médicale** créé en 1990 par les Drs Delestré & Granat. Il est situé au 6 Place d'Italie dans le 13^{ème} arrondissement de Paris.

Les avis de patients sur les fiches Google des professionnels de santé sont désormais **communs**, sans que ceux-ci ne soient accompagnés comme le serait une entreprise d'un autre secteur.

Ce phénomène entraîne bien souvent une **asymétrie importante** entre la **note reflétée sur le web** et la **réalité de la perception** des patients. C'était le cas du CIMI.

Besoins du CIMI

- **Suivre en temps réel l'évolution du niveau de satisfaction** de leurs patients.
- **Identifier les principaux sujets de friction** dans leur parcours de soin.
- **Rééquilibrer leur note Google**, loin d'être représentative de la perception des patients.
- **Améliorer leur référencement local.**





Quelles actions pour quels résultats ?

Actions entreprises

Actions menées & fonctionnalités du compte DoConnect du CIMI :

- Mise en place de **campagnes de sollicitation** des patients par e-mail, contenant un **questionnaire de satisfaction sur-mesure** ainsi qu'une invitation à **laisser un avis en ligne**.
- **Interfaçage avec Google My Business** pour suivre en temps réel les nouveaux avis.
- Mise à disposition d'un **générateur de réponses aux avis** en ligne.
- **Centralisation** de l'ensemble des **réponses aux questionnaires** de satisfaction et des **avis Google** rattachés au CIMI.

Résultats (11/2020 > 01/2021)

+ 1,5

Augmentation de la note du CIMI sur Google, passant de 3/5 à 4,5/5.

+ 180

Nombre de nouveaux avis Google obtenus sur la fiche du CIMI.

98%

Taux de satisfaction indiqué par les patients pris en charge par le CIMI.



Actions menées et résultats

02

Situation actuelle



Centre d'Imagerie Médicale Italie - CIMI

4,5 ★★★★★ 210 avis Google

Centre de radiologie à Paris, France

Adresse : 6 Place d'Italie, 75013 Paris, France

Horaires : Ouvert · Ferme à 13:00 · Ouvre de nouveau à 14:00

Téléphone : +33 1 43 36 36 33

Rendez-vous: doctolib.fr



Docteur Olivier GRANAT
Directeur du CIMI

« Avec DoConnect, nous bénéficions désormais d'une **solution fiable pour jauger en temps réel la satisfaction de nos patients**, que ce soit par les questionnaires privés ou par le biais des **avis Google**. La solution a été très facile à implémenter en interne, notamment grâce à l'**intuitivité de la plateforme** et à l'**accompagnement des équipes de DoConnect**. »

★★★★★ il y a 2 semaines

Alors franchement moi qui appréhende a chaque examen de mammographie ou écho pour l'examen de l'année la je ne me suis jamais aussi bien sentie dans un cabinet de radiographie que celui ci 😊👍 Je tien a remercier toute l'équipe ils savent recevoir 👍 en effet de l'accueil aux praticiens tous est dans la même énergie adorable souriant patient 🙏 en plus on vous explique ce qui se passe et on vous fait un compte rendu. vraiment si vous en avez marre des endroit froid où on a l'impression d'être des mouton dans une chaîne et bien ce cabinet est fait pour vous! car plus gentille et à votre service c'est la première fois que je rencontre un cabinet radiologie comme ça 👍😊🙏 même le directeur de l'établissement est aussi gentil que le personnel a sont image !! vraiment je recommande n'hésitez pas et merci à tous franchement vous avez fait passer un moment d'appréhension par un moment super agréable c'est adopter pour moi 🙏😊👍 belle année à toute et tous

Visité en janvier

★★★★★ il y a 3 mois

Un lieu très professionnel, et docteur Granat réussit à transformer l'échographie en moment très agréable, on bavarde, on oublie le stress, mais son geste est sûr et fiable.

Visité en octobre 2020

★★★★★ il y a 2 mois

Mon errance médicale vis-à-vis de l'endométriose a pris fin dans ce centre. Je remercie chaleureusement le Dr Darchen pour son professionnalisme et son humanité mais également toute l'équipe du centre, très efficace et aimable ! Je recommande fortement ce centre, allez-y les yeux fermés.

Visité en octobre 2020





Conseils pour votre e-réputation

03

Soignez votre vitrine en ligne

Les **recherches locales** (du type : « *dentiste Toulouse* ») représentent aujourd'hui **près de 50% du total des recherches** sur Google. Celles-ci débouchent en général sur l'affichage d'une carte sur laquelle figurent les fiches Google My Business de 3 professionnels : c'est le **Local Pack**.

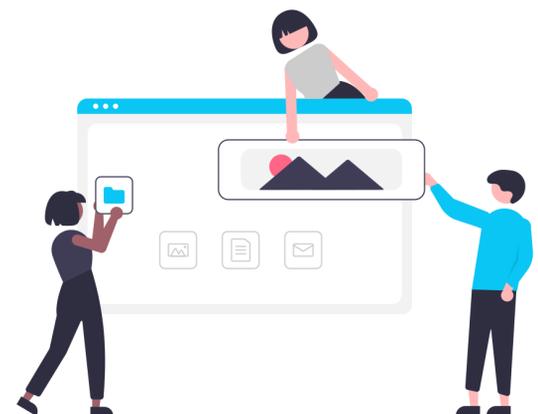
Votre fiche Google My Business est **de plus en plus exposée**, et constitue généralement **la première information** vous concernant visible par un internaute.

Il est ainsi primordial que cette fiche vous **représente fidèlement**, et qu'elle soit **optimisée pour apparaître en bonne position**.

Créez du contenu

Que ce soit par le biais de votre blog, de vos réseaux sociaux ou encore vos Google Posts, **il faut créer du contenu** à destination de vos clients (dernières actualités de votre secteur, nouveautés de votre service etc.).

La qualité de vos publications sera appréciée par **vos clients**, mais également **par Google**. En étant actif et en produisant un contenu répondant aux attentes des internautes, vous envoyez un message positif aux moteurs de recherche, qui vous octroient une **meilleure visibilité**.





Conseils pour votre e-réputation

03

Sollicitez les avis de vos clients

A l'instar d'articles de blogs, les avis de vos clients sont du **contenu qui parle de votre activité**. Mieux, il s'agit de **recommandations authentiques** émises par celles & ceux qui vous font confiance.

Ces avis ont une influence grandissante sur les internautes, qui sont désormais **près de 90 % à accorder autant de crédit aux avis qu'au bouche-à-oreille traditionnel**.

En plus d'être utile pour les internautes, ils sont très important pour Google, qui y voit la **validation de la qualité de vos services**.

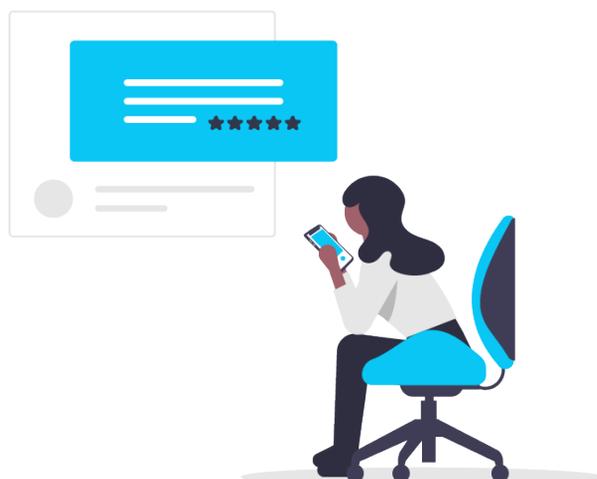
Conclusion : **récoltez-les tous !**

Répondez à vos avis

Mettre en place une stratégie pour obtenir régulièrement les avis de vos clients est une première bonne étape. Il faut ensuite y répondre.

En y répondant, vous montrez aux internautes **la manière dont vous traitez le mécontentement** et mettez en avant **l'importance que vous accordez à l'expérience client**.

En définitive, répondre à vos avis Google vous **différencie de vos concurrents** et contribue à **améliorer votre réputation en ligne**.





Je veux une démo.

Cas client - Février 2021