

STAND ADF  
3M04

Entretien avec

**Maika Ruitort**

Directrice marketing GI Web

## « Notre rôle est d'aider les praticiens à affirmer leurs compétences »

→ **L'ADF associée, depuis 14 ans, dans le même temps et sur un même lieu, un programme scientifique et une exposition d'envergure internationale regroupant 400 exposants répartis sur 22 000 m<sup>2</sup>. 40 000 visiteurs sont attendus cette année encore.**

**Que proposez-vous pour ne pas refaire « le même salon » que celui de 2012 ?**

GI WEB est une agence de communication dédiée exclusivement aux chirurgiens-dentistes. Notre cœur de métier étant basé principalement sur les nouvelles technologies et Internet, il est primordial pour notre société de faire évoluer nos produits en ce sens afin de proposer toujours plus d'innovations à nos clients. C'est ainsi le cas cette année où nous réservons à tous nos clients et futurs clients de belles nouveautés...

→ **Le thème retenu pour cette session 2013 est « affirmons nos compétences », comment entendez-vous cette injonction ? La profession a-t-elle vraiment besoin qu'on lui rappelle (et de faire savoir), comme l'explique le communiqué de l'ADF, que « le chirurgien-dentiste est le médecin de la bouche à part entière » et que c'est une profession qui « nécessite un savoir-faire à la fois scientifique, technique, pédagogique et médical » ?**

L'ensemble de l'équipe GI WEB travaille dans l'objectif de répondre efficacement à tous les enjeux et besoins d'un cabinet dentaire : comment recruter de nouveaux patients, comment valoriser son image, comment développer une activité spécifique (implantologie, esthétique...) ? Notre rôle essentiel est d'aider les praticiens à affirmer leurs compétences vis-à-vis de leurs patients. Nous les aidons ainsi à mettre en valeur leur savoir-faire par le biais de leur site internet, qui leur permet d'avoir une véritable « vitrine » de leur cabinet sur le

web. Nous avons également la volonté de leur apporter des outils pédagogiques tels que des fiches d'information patient ou des animations pédagogiques en 3D leur permettant de les aider au quotidien dans leur pratique avant, pendant ou après la consultation.

→ **La recherche et développement représente un poste important dans les entreprises dentaires... Innover est la solution pour exister, mais quel est selon vous le « bon » rythme, entre nécessité économique et garantie pour l'utilisateur d'exploiter un produit fiable et éprouvé ?**

Internet évolue tellement vite à l'heure actuelle que pour notre société le bon rythme c'est d'innover en permanence ! Nous avons d'ailleurs au sein de GI WEB une cellule dédiée à la recherche et au développement afin de suivre les évolutions qui s'opèrent dans la « sphère internet » : modification des algorithmes de Google, compatibilité sur smartphones et tablettes tactiles... De la même manière, nos supports de communication sont également actualisés en permanence pour permettre à nos clients d'avoir toujours une communication en adéquation avec ce qui se fait de mieux au niveau webmarketing. Evidemment, avant de rendre disponibles nos nouveaux produits à nos clients, nous les faisons tester par des chirurgiens-dentistes, avec qui nous collaborons, qu'ils s'assurent de leur pertinence et de leur stabilité technologique.

→ **L'équipement du cabinet est en perpétuelle innovation. L'IDS l'avait illustré : le numérique prend de plus en plus d'importance au cabinet (CFAO, empreintes numériques...). Il s'agit aussi d'une nouvelle façon de penser les process. À votre avis, la profession va-t-elle adopter ces nouvelles**

**technologies dans les 2, 5 ou 10 prochaines années ?**

**Comment accompagner les praticiens dans cette mutation technologique ?**

En effet nous constatons que la profession adopte de plus en plus ces nouvelles technologies. Nous avons pleinement pris la mesure de cette problématique, et pour nous, le meilleur moyen d'accompagner les praticiens dans cette mutation technologique est avant tout de leur donner les moyens de communiquer efficacement auprès de leurs patients sur le numérique afin de valoriser l'investissement réalisé par le praticien dans cette nouvelle technologie. Pour cela, nous travaillons depuis plusieurs mois en collaboration avec des groupes industriels tel que Sirona ou Henry Schein pour développer des outils de communication dédiés à ces nouvelles technologies (caméra d'empreinte intra-orale, cone-beam...).

Nous présentons d'ailleurs en avant première lors de l'ADF de nouvelles animations 3D pour expliquer, par exemple, la production d'éléments prothétiques grâce au Cerec. Le résultat est plutôt bluffant... En parallèle, notre comité de rédaction a également travaillé sur un magazine dédié spécifiquement aux patients à disposer en salle d'attente qui explique de façon didactique : « qu'est ce que la CFAO, les empreintes numériques, le Cerec... ».

→ **Le développement durable représente-t-il un enjeu pour votre entreprise ? Peut-on associer cette notion à celle du high-tech ?**

Dans notre domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il est bien évidemment difficile d'intégrer la notion de développement durable. Cependant, ce sont des enjeux que nous ne négligeons pas en sensibilisant notre équipe par la mise en place de petites actions quotidiennes. De manière très modeste, nous

essayons d'y participer en favorisant le développement de solutions numériques (*newsletters*) plutôt que des supports papier. Ceci dit, qu'importe notre domaine professionnel, je pense que nous sommes tous concernés par cet enjeu.

→ **Sur le visuel du congrès, nous voyons un praticien secondé par une assistante dentaire, il apparaît que ce schéma va être bouleversé par une montée en puissance des femmes dans le paysage démographique dentaire... La technologie a permis à ces dernières de s'emparer de cette profession (la rendant moins physique), comment accueillez-vous la féminisation de la profession ? De votre clientèle ?**

La féminisation se remarque dans tous les métiers autrefois destinés aux hommes. Ceci est en effet dû aux avancées technologiques et cela est notablement visible dans le domaine dentaire. Nous prenons bien évidemment en compte ce facteur afin de répondre aux besoins et aux attentes des praticiennes. C'est notamment le cas au niveau du graphisme de nos produits, que ce soit au niveau du web ou de l'édition, et nous y accordons une attention

particulière afin de répondre à leur critères et à leur sensibilité qui sont forcément différents de ceux d'un homme même s'ils exercent la même profession.

→ **Le congrès est largement ouvert à l'équipe dentaire avec un programme spécialement dédié aux assistants dentaires. Près d'un millier d'entre eux participe chaque année aux conférences et ateliers de travaux pratiques conçus autour de leur rôle au cabinet. Comment votre société (vos produits) s'adresse-t-elle à eux ? Leur métier est-il devenu plus technique ?**

Il est indéniable que le rôle des assistants dentaires ne se limite plus à ses fonctions passées. Il a aujourd'hui un véritable rôle au niveau de la motivation patient. Il doit rassurer et informer le patient en complément du praticien à l'issue de la consultation.

Pour cette raison essentielle, nous formons systématiquement les assistantes et assistants à la gestion et l'administration du site internet afin qu'ils puissent contribuer activement à l'animation du site internet du praticien (mises à jour, inscriptions à la newsletter patient...). Les assistants dentaires en tirent de

réels bénéfices notamment en termes de gain de temps, par exemple grâce à l'impression des fiches pédagogiques destinées aux patients ou grâce aux informations présentes sur le site qui limitent le nombre d'appels téléphoniques.

→ **Quelle est la question que l'on ne vous a pas posée à laquelle vous auriez aimé répondre ? « Peut être si je me sens bien dans la société GI WEB ? » :**

J'ai participé à la création de la société et développé le concept et les produits. Nous avons à l'heure actuelle plus de 400 clients et une équipe qui ne cesse de s'agrandir. Les chirurgiens-dentistes ont de plus en plus la volonté d'utiliser le média internet pour informer et motiver leurs patients. Ils savent qu'aujourd'hui le bouche à oreille ne suffit plus et qu'il est important de maîtriser son image sur Internet pour recruter de nouveaux patients. C'est donc agréable de travailler dans ce domaine professionnel car nous nous adressons désormais à un public averti et donc exigeant, ce qui n'était pas forcément le cas il y a 5 ans où nous devions convaincre les praticiens de l'utilité d'avoir un site internet. Nous devons donc sans cesse progresser et innover pour les satisfaire et répondre à leurs attentes !