

**TROISIEME PARTIE : FICHES TECHNIQUES
D'ADAPTATION D'UNE CLINIQUE VETERINAIRE
AUX ATTENTES DE LA CLIENTELE ET FICHE
D'EVALUATION**

Il faut aujourd'hui voir la clinique vétérinaire comme un commerce de proximité proposant des services pour les animaux et pour les propriétaires. Lorsque le propriétaire arrive à la clinique, il souhaite obtenir des soins pour son animal, mais souhaite aussi que le vétérinaire, sa façon de travailler et le lieu d'exercice correspondent à ce qu'il avait imaginé.

Ce modèle, présent dans l'imaginaire collectif, est issu des différents médias, de l'imaginaire du propriétaire et de son expérience, et en partie du modèle de la médecine humaine.

Ainsi, pour fidéliser sa clientèle, il convient de s'approcher le plus possible du modèle présent dans l'imaginaire collectif, depuis l'aspect de la structure jusqu'aux services destinés aux propriétaires en passant par l'amabilité des personnes travaillant dans la structure.

Nous avons listé ci-dessous, par partie, les points qui ressortent comme importants suite à l'exploitation des résultats obtenus. Cette liste est construite dans l'ordre chronologique d'apparition pour le client qui se présente pour la première fois dans un cabinet vétérinaire. Ils sont ensuite classés selon un ordre de pertinence qui ressort de l'étude menée ci-dessus.

Cette liste est ensuite reprise sous forme de fiches d'analyse synthétique permettant de faire dans une clinique un point rapide de la prestation proposée par une structure en rapport avec les attentes de la clientèle.

I. La structure

A. Aspect extérieur de la clinique

L'aspect extérieur de la clinique est un point à ne pas négliger. En effet, c'est la première prise de contact des clients avec la structure, il faut donc le soigner. Afin de permettre un accès facile à la clinique, il s'agit tout d'abord de disposer d'un parking d'une taille en relation avec la fréquentation de la structure. Certaines structures vétérinaires de Paris manquant de place pour la confection d'un parking proposent un service de voiturier afin d'éviter à leur client toute perte de temps et afin de se démarquer de la concurrence en proposant un service supplémentaire qui augmente la qualité perçue.

En plus de l'aspect pratique du parking, les clients peuvent avoir d'autres attentes. Notamment, la présence de bancs qui permettent d'augmenter l'impression de convivialité dégagée par la structure et laissent un choix supplémentaire au client pour leur temps d'attente. Durant les jours ensoleillés, nombreux sont ceux qui préféreront attendre à l'extérieur plutôt qu'à l'intérieur.

En ce qui concerne la facilité d'accès : la structure doit être adaptée aux personnes invalides et elle doit, si possible, être située dans un quartier fréquenté et commerçant. Les places de parking doivent être situées à proximité de l'entrée de la clinique pour les animaux avec des difficultés locomotrices ou les propriétaires handicapés ou à mobilité réduite.

La présence de verdure permet aux clients d'arriver dans un endroit agréable qui encourage la promenade de leurs animaux. Ces espaces verts doivent évidemment être entretenus. Une clinique vétérinaire fleurie et arborée dans la mesure du possible permet de rompre de façon relative avec l'image de l'hôpital qui peut être repoussante pour certains clients, et augmente de ce fait l'atmosphère accueillante d'une clinique.

Un autre point concerne la visibilité de la clinique. En effet, il est important que l'enseigne vétérinaire soit placée de manière à ce que de tous les automobilistes et passants la voient, elle doit être correctement illuminée la nuit et propre. De même pour l'apparence extérieure globale de la structure, les clients seront attentifs à la couleur des revêtements muraux, à la couleur des volets, à la propreté des murs, à la propreté du sol. Toute impression de malpropreté dégagée avant l'entrée dans la clinique ne peut que desservir celle-ci en diminuant l'attrait, il faut donc absolument y veiller.

Les horaires d'ouvertures, les plaques des différents vétérinaires travaillant dans la clinique et les numéros de téléphones doivent être mis en évidence à l'entrée de la structure. Ceux-ci doivent être visibles même lorsque la clinique est fermée.

B. Salle d'attente

La salle d'attente est un point clef de la structure, l'attente peut en effet être parfois plus longue que la consultation seule, il faut donc essayer de rendre ce lieu le plus agréable possible pour les clients.

Elle doit être accessible de l'extérieur de manière directe par une porte d'une largeur suffisante. Une porte automatique permet par son ouverture facile un meilleur accès à la structure et augmente l'impression pour les clients d'être toujours les bienvenus.

La salle d'attente devrait dans l'idéal comporter deux lieux séparés, d'une part pour les propriétaires de chiens et d'autre part pour les propriétaires de chats. Les propriétaires ne sont à priori pas sensibles à ce genre de critère (cf questionnaire) mais par expérience, il est vrai que lorsque les lieux sont délimités, les clients sont ravis de cette disposition. En effet, la séparation permet une diminution du stress ressenti par l'animal et limite les altercations et les incidents malheureux.

Lorsqu'on en a le loisir, il faut prendre un soin tout particulier au choix des matériaux, du design architectural global de la clinique et de son mobilier. Choisir des couleurs claires, préférer les formes arrondies et permettre un éclairage naturel garantissant une bonne illumination permettent de rendre une impression chaleureuse, conviviale et accueillante au propriétaire. Parmi les matériaux, le bois est un élément qui répond à ces exigences. Les études précédentes réalisées sur l'utilisation de plantes dans la salle d'attente indiquaient que celles-ci avaient un intérêt tout particulier mais dans notre étude, les clients ne sont pas très sensibles à ce critère. Il s'agit donc pour une clinique de ne pas axer sa décoration de salle d'attente uniquement sur la présence de verdure. Il ne faut pas perdre de vue qu'il s'agit d'une structure de soin, et donc rester sobre au maximum, mais éviter d'avoir une clinique qui donne l'impression d'austérité de certains hôpitaux. La salle d'attente doit en être la plus parfaite illustration. Elle doit être un lieu vivant, il faut donc la décorer de telle sorte qu'elle égaye la visite des propriétaires.

Il faut aussi veiller à l'utilisation d'un mobilier assorti, avec un nombre de places assises en rapport avec le nombre de clients susceptibles d'être présents aux heures d'affluence. Ce mobilier doit être en bon état et propre.

Un coin jeu pour les enfants peut être proposé, il permet à ceux-ci de ne pas voir passer le temps, permet de conserver un calme relatif en salle d'attente et de ce fait une augmentation de la satisfaction des parents et autres clients.

Cependant, d'après notre sondage, malgré le grand nombre de sondés ne se prononçant pas, 33% d'entre eux considèrent ce critère comme plutôt négatif dans l'appréciation d'une clinique. Il convient de bien se renseigner auprès de sa clientèle avant de décider d'installer une aire de jeux pour enfants.

La salle d'attente est l'endroit où il faut veiller à apporter aux clients les distractions nécessaires à meubler leur temps d'attente qui peut leur paraître pénible. C'est notamment là que doit se trouver un affichage clair et à jour des services de la clinique, via la projection d'un documentaire sur la clinique, la mise à disposition de prospectus, l'affichage d'une grille des tarifs.

Tous les produits vendus en libre service doivent aussi se trouver en salle d'attente. Les présentoirs doivent être en bon état et soignés, afin d'y exposer les produits de *petfood* et autres et de ne pas diminuer leur attrait (croquettes, shampoings, colliers,...). Il doit y avoir une séparation relative entre les présentoirs et les zones d'attente des clients venus en

consultation pour leurs animaux, de façon à ce que ces derniers ne soient pas constamment dérangés par les clients venus pour les produits du libre service.

Il faut aussi prévoir un rayon d'exposition clair et soigné des produits présents derrière le comptoir (antiparasitaires, shampoings...) de telle sorte que les propriétaires eux-mêmes puissent reconnaître les produits qu'ils utilisent et dont ils ne connaissent souvent pas le nom.

Il est envisagé aussi l'utilisation d'un portique transpondeur dans la porte d'entrée reliée à l'écran d'affichage des secrétaires à la réception, ainsi les clients sont reconnus avant même d'arriver et de se présenter au comptoir. Le portique utiliserait les puces d'identification obligatoires pour tous les animaux depuis janvier 2009. Les seuls propriétaires non reconnus seront ceux amenant de jeunes animaux encore non identifiés ou les nouveaux clients et donc non présents dans la base de données de la clinique.

En plus de proposer des revues et journaux récents, il peut être intéressant pour la clinique de proposer régulièrement des questionnaires de satisfaction, afin de meubler l'attente de la clientèle et d'agir régulièrement sur les points faibles ciblés par les clients dans la clinique.

C. Salle d'euthanasie

Selon STEWART M. (30), il s'agit d'essayer de proposer un endroit réservé à l'euthanasie, ou tout du moins un lieu où les propriétaires peuvent se recueillir avec leur animal, le temps qu'ils jugent nécessaire, sans bloquer une salle de consultation ou être à la vue de tous. Cet endroit sera le dernier visité par les propriétaires dans la structure s'ils décident de ne pas reprendre d'animal de compagnie par la suite. Cette dernière visite doit donc être soignée.

La salle doit être constamment propre, et offrir une atmosphère propice au recueillement. Par exemple des matériaux tels que du métal brossé ou du carrelage blanc devront être mis de côté au profit de bois et de carrelage sobre. Dans l'idéal un accès particulier de cette salle vers les congélateurs où sont entreposés les corps avant leur enlèvement doit être aménagé. En effet il nous est très préjudiciable de devoir passer devant une salle d'attente pleine soulevant péniblement un animal euthanasié.

Il faut arriver à y mettre l'accent sur les services entourant la mort de l'animal et l'acte d'euthanasie : acte non sanglant, sans douleur pour l'animal, utilisation d'analgésiques et d'anesthésiques avant l'acte, traitement de l'animal avec respect, utilisation d'un linge pour recouvrir le corps. Il est important que le propriétaire voie que le vétérinaire prend un soin tout particulier à cet acte en faisant preuve d'empathie.

Si l'incinération individuelle est choisie par le propriétaire, il convient de proposer des urnes décoratives avec un catalogue de présentation ou avec différents modèles d'urnes exposées dans la salle.

D. Salle de consultation

Étant le lieu d'exercice principal de notre profession, elle doit être organisée simplement, de telle sorte qu'elle soit confortable et pratique d'utilisation pour le praticien, et que le client y trouve sa place naturellement. Des sièges confortables doivent être à disposition du client. Encore une fois, il faut choisir avec soin les matériaux utilisés, et veiller à ce que les salles de consultations soient en accord avec le reste de la clinique au niveau de l'aménagement. Des affiches, des photographies peuvent y être exposées tant qu'elles ne nuisent pas à l'image de professionnalisme que nous devons dégager.

Il doit s'agir d'une salle réservée à la consultation et aux soins basiques, les soins avancés, les ventes et le règlement doivent se faire dans des parties séparées.

Si un ordinateur est présent dans la salle, son écran doit être visible et lisible par le propriétaire qui pourra le suivre plutôt que d'attendre dans l'ignorance en face du praticien remplissant des papiers ou une ordonnance.

La salle et la table de consultation doivent impérativement être propres et la salle bien ventilée afin d'empêcher des odeurs désagréables d'y persister. Le matériel minimum doit y être présent de telle sorte que le praticien n'ait pas besoin de sortir à chaque consultation chercher le matériel et les substances médicamenteuses nécessaires à sa pratique quotidienne. La présence des médicaments sur ordonnance est plus pratique en dehors de celle-ci, les propriétaires récupérant leurs traitements à la sortie où s'effectue le règlement.

La salle, le matériel et le bureau qui s'y trouvent doivent être rangés. Les amoncellements de revues, papiers et autres documents sont à bannir. Cette image de propreté permet d'augmenter ainsi l'impression de professionnalisme.

E. Marche en avant

Il s'agit de proposer un sens de circulation de la clientèle dans la clinique. Cela suppose une entrée séparée de la sortie, de telle sorte que les flux d'animaux malades se croisent moins. L'intérêt que cela représente est tout d'abord sanitaire, même si ce dernier est mineur. Cela reste surtout un message parlant pour le client. « Mon animal soigné ou convalescent ne va pas croiser ces animaux malades en salle d'attente ». Rares sont les cliniques qui mettent au point ce système, c'est donc un point important à mettre en valeur pour se départager de la concurrence et pour fidéliser le client.

De plus, la présence d'un seul endroit de facturation à la sortie assure une meilleure sécurité du paiement pour le propriétaire, qui ne se sentira plus épié par d'autres clients présents en salle d'attente et facilite le dialogue pour les arrangements financiers (paiement en plusieurs fois, en différé).

B. La prise en charge de l'animal

A. La consultation

1. Préparation de la consultation

Il s'agit tout d'abord pour le praticien de prendre quelques instants afin de préparer la consultation. Malheureusement, cela augmente de fait légèrement le délai d'attente du client, mais ce délai peut être utilisé pour le remplissage d'un papier, ou via les secrétaires d'une fiche informatique, sur les questions que le client a envie d'aborder en consultation, et au minimum sur le motif de consultation.

Le vétérinaire prend alors contact avec l'historique de l'animal et le nouveau motif de consultation ainsi que les questions que le propriétaire souhaite aborder.

Pour les consultations de suivi, les cas de médecine compliqués, les propriétaires ayant des exigences et des questions particulières et pointues, ce système de fonctionnement permet une meilleure gestion du cas ; le vétérinaire pouvant préparer sa consultation voire même se documenter avant celle-ci.

Tout ceci demande cependant une très bonne gestion et communication entre les personnels à la réception des clients et les vétérinaires ainsi qu'un système logistique fonctionnel.

2. En ce qui concerne le déroulement de la consultation

Elle doit être ciblée en fonction de la problématique de la consultation, non pas en terme de cas clinique, mais en terme de communication autour du cas particulier que représente l'animal dans le cadre de la consultation pour laquelle il est présent.

Ainsi, il convient d'introduire une présentation des services offerts par la clinique et dédiés pour l'animal présent en consultation afin de mieux les vendre par la suite. (Ex : consultation du jeune animal, présenter la possibilité de souscrire une assurance, vendre des antiparasitaires, vermifuges, proposer des aliments de qualité vétérinaire vendus par la clinique, prodiguer des conseils en comportement pouvant aboutir à la vente d'accessoires ...).

Il faut donc arriver à se faire sa propre publicité en consultation auprès des clients. Il convient bien sûr d'agir subtilement afin de ne pas s'apparenter à un commercial qui pousse à l'achat. Il faut présenter aux propriétaires des services en rapport direct et indiqués pour leur animal.

D'après les résultats que nous avons obtenus, retranscrits dans la figure 29, nous pouvons constater que pour une majorité des sondés, la consultation générale dure entre 15 et 20 minutes. Il revient au praticien d'utiliser ce temps au mieux, car c'est durant ce laps de temps que le patient est disponible. Au-delà, trouvant le temps long, le message que le praticien voudra faire passer sera moins bien perçu.

D'après BARALON (3) il est important que chaque acte soit valorisé. En effet, l'examen annuel de santé ne doit pas se résumer dans l'esprit des clients à une simple vaccination, il s'agit de vérifier l'état de santé de l'animal, de vérifier avec le propriétaire que les bonnes pratiques sont respectées et de prolonger la prévention médicale. C'est bien évidemment sur ce qui se passe autour de la vaccination qu'il faut arriver à mettre en valeur l'examen annuel.

Il est intéressant aussi, pour permettre un gain de temps et surtout une meilleure appréhension de la gestion de l'animal, de confectionner des fiches explicatives. Ces fiches explicatives ont pour but une meilleure compréhension des soins réguliers à effectuer sur l'animal.

Par exemple, pour un animal venant d'être stérilisé, un type de fiche qu'il est possible de réaliser est présenté en annexe 4 : le contenu de la fiche peut être sujet à controverse et pourra donc être adapté en fonction des protocoles choisis dans la clinique.

3. En ce qui concerne les examens complémentaires

Il faut arriver à vendre ses examens complémentaires et ne pas les déprécier en avouant que l'on peut s'en passer même face à une très forte suspicion clinique.

Il s'agit d'un acte qu'il faut valoriser face aux clients. En effet, de la sorte, les clients n'ont pas besoin d'aller jusque dans un laboratoire d'analyses, ce qui apporte un résultat plus rapide et réduit la durée de l'angoisse liée à l'attente du diagnostic. Cela met aussi en valeur la compétence du praticien quant à l'interprétation de ces résultats, qu'il faut aussi faire valoir auprès des clients.

Il convient d'expliquer au client ce que l'on attend de l'examen proposé par rapport à l'avancée du diagnostic de leur animal en étant le plus transparent possible. Ainsi, même si l'examen n'apporte pas les réponses souhaitées, si les propriétaires ont été informés des limites de l'examen choisi, ils seront plus compréhensifs envers le vétérinaire. Le consentement éclairé est donc indispensable à la bonne pratique vétérinaire et à la satisfaction du client.

4. En ce qui concerne les devis et la facturation

Lorsque les dépenses occasionnées par les soins de l'animal deviennent importantes, ou que les gens le demandent, nous pouvons être amenés à proposer des devis. Ces devis doivent être réalisés ne serait-ce qu'oralement afin d'informer le propriétaire sur ce qu'il peut payer. Il est important que le propriétaire soit informé de la somme qu'il va devoir payer afin que l'argent ne soit pas un facteur perturbateur de la satisfaction. Il ne s'agit pas pour le vétérinaire de faire sous-payer ses actes par peur d'annoncer le prix réel au client, il faut estimer les prix de ses actes par rapport aux frais et à leur qualité puis arriver à faire payer aux clients le véritable prix afin de ne pas déprécier son travail.

Afin de mieux se faire comprendre, et donc de mieux se faire payer, il faut obtenir de la part des propriétaires un consentement éclairé et une bonne compréhension des termes du devis et d'un éventuel contrat de soins.

B. Exemples de Consultations spécialisées

1. Nutrition

La consultation de nutrition devrait pouvoir être proposée à tout animal présenté en surpoids ou obèse. Les recommandations nutritionnelles que nous distillons en consultation sont parfois source de confusion pour les propriétaires. Même si le message est cohérent, il convient de faire valoir cette compétence de nutritionniste pour animaux auprès des propriétaires plutôt que de la dévaluer en offrant gratuitement des conseils lors d'autres consultations. Il paraît malgré tout normal d'offrir des renseignements généraux concernant la conduite du rationnement des animaux lorsque ceux-ci viennent pour leurs premiers bilans de santé et premières vaccinations.

Le recrutement se fait donc auprès des propriétaires d'animaux désireux de faire maigrir ces derniers, ou à la suite d'une recommandation du vétérinaire après un bilan de santé annuel ou après une chirurgie par exemple (ex : RLCA sur labrador obèse).

Lors de cette consultation, le matériel nécessaire est très limité. Il s'agit de posséder tout d'abord une calculatrice, ainsi que ces formules de calcul de ration. Il faut bien entendu posséder une liste concernant les caractéristiques précises des aliments vendus par la clinique, ainsi qu'une liste similaire pour un certain nombre d'aliments du commerce permettant de construire une ration ménagère. Liste pour ration ménagère. Cette liste et les formules qui y sont reliées permettront de construire des rations ménagères afin de réaliser des régimes d'évictions par exemple en cas de suspicion d'allergie alimentaire sur un problème dermatologique.

Un certain nombre d'accessoires peuvent être créés et de produits proposés afin de mieux vendre cette consultation comme une consultation spécialisée : vendre une balance pour aliment au logo de la clinique, un rouleau aux motifs de la clinique afin de mesurer le tour au garrot de l'animal, un poster estampillé aux couleurs de la clinique sur lequel le propriétaire construit la courbe de poids de l'animal en fonction de la formulation de la ration, le Pipolino®, des compléments nutritionnels (PetPhos®, acides gras essentiels...), des barres contre la plaque dentaire et autres...

Regrouper les consultations de nutrition permettrait au gens de se rencontrer en salle d'attente, et de voir sur les chiens d'autres clients les résultats obtenus après mise en place d'un plan de rationnement.

Ce type de plan de rationnement est propice à l'installation d'un rythme de consultations de suivi qui doit permettre au vétérinaire de suivre l'évolution de l'état

d'embonpoint de l'animal, de sa perte de poids, des problèmes rencontrés par les propriétaires et d'adapter la ration au besoin.

Il va sans dire que la consultation de nutrition étant une consultation spécialisée et réclamant plus de temps au vétérinaire qu'une consultation classique ne peut être facturée de la même manière. Pour les suivis, un tarif différent de celui de la première consultation de nutrition peut être envisagé, mais cela ne peut pas se concevoir gratuitement comme une consultation de suivi de chirurgie. A chaque fois le vétérinaire y passe du temps, apporte des informations et son expertise qu'il se doit de valoriser auprès du client.

2. Reproduction

La consultation de reproduction est une consultation spécialisée que tout vétérinaire peut réaliser. En effet, peu de vétérinaires propose des consultations spécialisées de ce type alors que pourtant le marché est demandeur et cette consultation peut avoir un pouvoir d'attraction important pour la clinique. Les éleveurs de chiens inscrits au LOF (Livret des Origines Françaises) sont souvent très friands de ce type de consultation. Il s'agit de savoir quand la proposer et d'avoir les connaissances et les outils nécessaires à sa réalisation. Le minimum est de savoir et pouvoir réaliser des suivis de chaleurs, des inséminations artificielles et des suivis de gestations. La consultation de reproduction est intéressante car comme la consultation de nutrition elle amène à revoir de nombreuses fois l'animal pour effectuer un suivi correct.

3. Savoir référer

Pour la profession dans l'avenir, selon PADIOLLEAU (28), 57 % des confrères continuent de penser que le vétérinaire restera praticien, libéral, avec cependant un profil radicalement différent. L'omnipraticien n'a plus la cote. En juin 2005, il rassemblait la moitié des votes, loin devant le spécialiste (19 %). Quatre ans plus tard, la tendance s'est inversée. Seulement un quart des sondés envisagent le futur vétérinaire comme un généraliste multi-espèces, capable de gérer toutes les situations. Pour 33 %, il sera spécialisé, à plus forte valeur ajoutée, régnant en partage sur des plateaux techniques dont la rentabilité sera surveillée par des chefs d'entreprises vétérinaires. La médecine des animaux de compagnie et de sport dispose déjà de sa liste de spécialistes.

La coordination entre vétérinaires généralistes et vétérinaires spécialistes fait souvent défaut. Pourtant, selon BARALON (2), le développement d'un partenariat entre entreprises vétérinaires est la clef du succès pour les uns comme pour les autres. Pour ce faire, il y a deux possibilités. Il est possible de faire appel à un itinérant ou d'envoyer les clients dans des cliniques spécialisées. L'intérêt du consultant itinérant réside dans un confort accru pour le client, lequel n'a pas à se déplacer en terrain inconnu, et aussi dans un contrôle plus élevé par le référant de la relation entre le spécialiste et le client. La difficulté tient au plateau technique du généraliste qui peut être limitant et au suivi éventuel qui implique un nouveau déplacement de l'itinérant parfois coûteux. Le référé dans un centre spécialisé permet de bénéficier d'un plateau technique optimal et d'un suivi. En revanche, les contraintes de déplacement sont plus lourdes pour le client et la coordination entre référant et spécialiste est nécessairement plus étroite.

L'objectif du propriétaire est évidemment que son animal soit pris en charge et correctement traité, et que lui-même soit clairement informé de la situation et des solutions possibles afin qu'il puisse donner un consentement éclairé à l'option qui lui convient le mieux. Une prescription de consultation spécialisée bien conduite par un vétérinaire généraliste renforce l'image de ce dernier auprès du client et il est donc nécessaire pour un

généraliste de savoir quand avoir recours à un vétérinaire spécialiste, c'est un service qu'il est indispensable de disposer pour une meilleure satisfaction client.

Pour référer, il faut bien entendu qu'il y ait des échanges entre généraliste et spécialiste. En effet, le vétérinaire référant se doit de donner l'ensemble des données du cas (commémoratifs, résultats des examens cliniques et complémentaires traitements entrepris, hypothèses diagnostiques..) au spécialiste pour que celui-ci puisse mener au mieux sa consultation. En retour, le généraliste attend du spécialiste que celui-ci lui transmette toutes les informations au fur et à mesure de l'évolution de la prise en charge du cas.

Au plan marketing, la coordination reste souvent embryonnaire parce que son importance demeure sous estimée. Pourtant, c'est au généraliste qu'il revient de vendre le recours au spécialiste. Il importe donc que le spécialiste transfère à l'avance au généraliste les éléments nécessaires : informations, tarifs, argumentaires...

C. Le suivi

A. Le suivi inter consultation

1. Via l'outil informatique

Il devient de plus en plus fondamental pour les vétérinaires de s'équiper de l'outil informatique et de conserver l'historique de leurs patients.

Lorsque le vétérinaire remplit la fiche historique de l'animal, il pourra y spécifier la prescription de médicaments en particulier ou de traitements à vie que les propriétaires comptent acheter. Il s'agit alors pour les ASV ou secrétaires de les avoir préparés juste avant la sortie des clients, de telle sorte que le vétérinaire ne perde pas de temps à rechercher les dits médicaments. En ce qui concerne les traitements à long terme, une fiche bien détaillée permettra à l'ASV de délivrer facilement les médicaments sans faire appel au vétérinaire.

Pour le vétérinaire, avoir sous les yeux l'historique complet de l'animal permet d'augmenter la compréhension du cas (maladies chroniques) et donc d'en améliorer la gestion. Notamment en ce qui concerne un suivi passant par des examens complémentaires (insuffisance rénale et bilan biochimique rénal périodique), l'outil informatique permet d'avoir sous les yeux les résultats de tous les derniers examens du patient.

Il existe d'autres nombreux avantages à l'utilisation de l'informatique, surtout dépendants du logiciel utilisé (VETOCOM, VETOPARTNER...), comme la gestion des rappels vaccinaux et autres rappels, gestion des impressions de contrats de soin et autres fiches d'hospitalisation, facturation, comptabilité, enregistrement des passeports et identification des animaux, etc.

2. Par courrier

L'utilisation principale du courrier concerne l'envoi de rappels concernant la santé de l'animal, pour les fêtes ou pour les lettres de condoléances suite au décès de l'animal : rappel vaccination, rappel antiparasitaire, rappel consultation annuel gériatrie, fêtes de fin d'année, date d'anniversaire de l'animal, condoléances...l'outil informatique permet d'automatiser ces rappels et facilite grandement leur application. Les rappels peuvent être multipliés et renforcés grâce à l'utilisation du courrier électronique.

3. Utilisation d'un site internet

Un site internet créé pour la structure, présentant sommairement celle-ci et le personnel, les services proposés, le matériel à disposition... pourrait être mis en application.

Il est possible d'imaginer sur du plus long terme de mettre en place un portail personnalisé à disposition des clients où ils trouveraient des informations concernant le suivi de l'animal, ses rappels, des informations pratiques concernant les antiparasitaires et autres traitements, des informations sur la courbe de croissance de l'animal et la nécessité d'un suivi plus important lorsque celui-ci vieillit, des informations tarifaires, des offres promotionnelles... Les clients aiment que le vétérinaire parle de leur animal et non pas d'un animal en général, ce portail pourrait donc être très intéressant pour montrer aux clients que l'on s'occupe bien de leur animal et que celui-ci a sa fiche personnelle.

B. Suivi lors d'une hospitalisation

Les propriétaires d'animaux hospitalisés sont constamment anxieux quant à leur devenir. Il paraît important de leur permettre un droit de visite dans des horaires appropriés, même si cela doit faire l'objet d'une prise de rendez-vous. Lors de ces visites, faire participer les propriétaires aux soins est une façon de les impliquer dans la gestion du cas de leur animal, et de mieux leur faire comprendre les difficultés auxquelles nous pouvons nous heurter (animaux agressifs...). De plus, il est important de soigner l'installation de la cage de l'animal hospitalisé car elle est pour les propriétaires un moyen d'appréciation de la qualité du service. En effet, de prime abord, les propriétaires voient la propreté de la cage et l'installation de leur animal et c'est cette vision qui va les amener à avoir un jugement sur la qualité des soins prodigués par la clinique. Ils ne verront que par la suite l'efficacité du traitement mis en place qui, bien évidemment, est indispensable mais il est important de faire naître chez les propriétaires une impression de confort pour leur animal malgré sa maladie.

Le suivi téléphonique est aujourd'hui indispensable. Dans la mesure du possible, c'est la clinique qui doit appeler les propriétaires, prendre le temps d'expliquer l'évolution de l'animal. Les propriétaires ne savent souvent pas quand appeler, et lorsqu'ils le font, ils ont rarement l'opportunité d'avoir des nouvelles par le vétérinaire qui suit leur animal, celui-ci pouvant être en consultation ou en chirurgie. L'initiative de l'appel étant au vétérinaire, ce problème ne se pose pas.

C. Suivi chirurgical

La chirurgie est aussi très anxiogène pour le client. La présence du risque anesthésique, que nous ne devons pas manquer de mentionner auprès des clients, peut prendre des proportions invraisemblables liées à leur niveau d'ignorance. Il convient donc d'apaiser leurs inquiétudes, avant la chirurgie, pendant et après la chirurgie :

-« Avant », en se montrant rassurant et confiant, en donnant des chiffres quant aux pourcentages de réussites de la chirurgie choisie et aux pertes d'animaux à l'anesthésie. Toute l'équipe de la clinique doit agir dans un sens commun, celui de reconforter le client.

-« Pendant la chirurgie », en expliquant au mieux possible la technique chirurgicale employée. Si le vétérinaire sait bien expliquer sa technique, le propriétaire en retire deux choses : il comprend l'intervention et sa nécessité, il saisit à quel point le vétérinaire maîtrise l'acte et donc renforce sa confiance.

-« Après la chirurgie », en tenant les propriétaires au courant par téléphone dès la fin de la chirurgie, lui expliquant comment elle s'est déroulée, quels problèmes ont pu être rencontrés et quels soins doivent être appliqués.

Le suivi post-chirurgical requiert un aspect tout aussi important. Au retrait du pansement, les propriétaires vont voir la plaie et porter un jugement sur celle-ci. Après quelques jours, ils vont pouvoir constater la présence ou l'absence d'amélioration de l'état de leur animal (chirurgie orthopédique notamment). Ce sont sur ces critères que le chirurgien sera « évalué » par les propriétaires si celui-ci n'a pas suffisamment fait de prévention quant au déroulement de la convalescence de l'animal.

Un suivi sur un plus long terme pourrait être réalisé, en envoyant des courriers de rappels à plusieurs mois afin de proposer des consultations de réévaluation des bénéficiaires de la chirurgie (chirurgie orthopédique notamment).

D. Les ressources humaines

Un des fondements du fonctionnement correct d'une petite entreprise en contact avec une clientèle fidèle telle que la clinique vétérinaire est représenté par le management des ressources humaines. La gestion pour une entente cordiale de l'équipe est fondamentale, afin de communiquer de manière cohérente un message simple et réconfortant au client, « nous sommes toute une équipe, unis pour vous accompagner et vous soutenir tout le temps nécessaire au soin de votre animal, afin de vous le restituer en bonne santé ».

A. Code de couleur pour les blouses que tous doivent porter

Un code de couleur permet de marquer une hiérarchie, elle permet pour le client de cibler d'emblée à qui ils ont affaire, un vétérinaire, une ASV, une secrétaire, un stagiaire... De plus, un tel code couleur stimule la curiosité des clients lors de leurs premières visites, ce qui permet aussi de meubler leur temps d'attente.

Différentes couleurs permettent de mettre un peu de gaieté, tout en restant bien sûr dans le cadre du professionnalisme et non dans la frivolité qui pourrait nuire à l'image du vétérinaire.

B. La gestion du téléphone

Le téléphone est un élément très important de la communication des propriétaires avec la clinique. Pour la prise de rendez-vous, lorsque sont effectués des suivis par téléphone, lorsque les propriétaires ont besoin de prendre conseil auprès d'un vétérinaire..., tout peut servir de prétexte à joindre un vétérinaire à toute heure. Le téléphone doit donc être mobile dans la clinique, ou tout du moins, il doit y avoir plusieurs postes répartis dans la structure pour permettre aux vétérinaires de répondre à cette attente de la clientèle. Dans l'idéal, l'utilisation de combinés sans fil permet une meilleure circulation de l'information.

Au vu de l'importance que revêt la relation du propriétaire avec sa clinique au téléphone, privé de tout artifice visuel, la qualité et la tenue du discours de tous les acteurs de la clinique au téléphone doit être irréprochable. L'idéal serait d'arriver à produire chez le propriétaire le même sentiment d'accueil chaleureux et de convivialité que lorsqu'il se déplace. Pour cela, il faut arriver à former toute l'équipe de la clinique à produire cet effet.

Cela passe par plusieurs points importants, sourire lorsqu'on répond au téléphone, faire preuve de courtoisie et de patience, s'efforcer au maximum d'apporter satisfaction aux propriétaires rapidement.

Pour les propriétaires en visite à la clinique, et pour les travailleurs de la clinique, il faut s'appliquer à choisir une sonnerie qui reste tolérable au quotidien, qui reflète toujours un esprit de professionnalisme et non de frivolité (éviter les musiques comme sonnerie...).

C. Relations intra clinique

La bonne entente est indispensable pour le travail au quotidien et elle est vue et perçue par les clients, elle est une des marques du bon fonctionnement d'une clinique. Cette entente doit être entretenue, par exemple par le biais de réunions autour de repas tous les trimestres voir tous les mois. Ces repas ou réunions, regroupant tous le personnel de la clinique, permettent de faire le point régulièrement sur les problèmes rencontrés au quotidien par chacun et de proposer une façon d'y remédier.

Les vétérinaires, durant leur cursus, sont formés à la pratique de la médecine et de la chirurgie des animaux. Mais nous avons une formation nulle pour tout ce qui concerne la gestion d'une petite entreprise. Et notamment en termes de gestion des ressources humaines à proprement parler.

Nous travaillons en tant que libéraux et donc avons des perspectives d'avenir qui correspondent à notre investissement dans notre métier et auprès de notre clientèle. Et pour les vétérinaires salariés, ils ont à tout moment de leur carrière l'opportunité de s'associer. Mais nous travaillons aussi avec des salariés, ASV, secrétaires, techniciens de surface et autres. Ces salariés n'ont malheureusement pas les perspectives que nous avons, et nous ne pouvons leur offrir qu'une faible marge de progression, en rapport direct avec la taille de la structure. Cette différence majeure est une source importante de conflits, liée à l'incompréhension de ceux qui représentent la masse salariale (autres que vétérinaires salariée) et les patrons (les vétérinaires associés). Il convient donc de veiller à choisir un personnel très au fait de ce problème.

Il reste possible, et il est mieux d'agir de la sorte avant de voir les salaires plafonnés, de proposer des formations qui participeront au développement personnel et professionnel des salariés. Ainsi même si leurs revenus sont plafonnés, l'impression d'être augmenté(e) en rapport avec une augmentation des compétences est gratifiante. Si le plafond de salaire est atteint et que des formations ont lieu après, il sera légitime pour le salarié de demander une augmentation, la clinique ne pouvant plus effectuer cette augmentation, il apparaîtra alors des tensions. La gestion des salaires et de la formation continue du personnel doit donc être suivie de près et justifiée en fonction de la compétence, de l'ancienneté et de la motivation de chacun.

E. Fiche d'évaluation rapide d'une clinique

Cette fiche d'évaluation a pour but de présenter les différents points importants pour un vétérinaire en ce qui concerne toute la partie marketing des services proposés dans sa structure. Cette fiche pourra lui permettre, s'il est intéressé par cet aspect du métier, de connaître les points faibles et les points forts de sa clinique et ainsi de se remettre en question afin de se poser les bonnes questions et d'y répondre.

Trois notes sont attribuées aux différents points : la note zéro correspond à l'absence totale de cet élément, la note 1 correspond à la présence de l'élément mais de manière insuffisante et la note 2 correspond à la présence de l'élément de manière adéquate. Cette fiche technique est séparée en plusieurs parties qui permettront alors de cibler plus facilement les points faibles et les points forts de la structure. Nous avons réalisé à titre d'exemple une fiche technique proposée en annexe 2. Elle fut construite sur la base de notre questionnaire. Cette fiche pourra être modulée suivant les envies de chaque structure mais elle permet une autocritique et ainsi de faire progresser la structure. La remise en question perpétuelle est un élément indispensable pour être toujours au plus proche de l'attente de la clientèle.