

AGENDA : (rubrique ouverte à tous pour signaler tout évènement important)

- Soirées Alpha-Oméga :

3ème mardi du mois. Contact : Dr KRIEF Laurence, 04 91 62 69 19.

- XVIIth European Congress for Cranio-Maxillofacial Surgery.

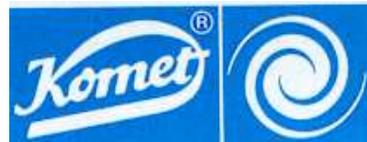
September 14-18, 2004. TOURS, France. Contact : eacmfs@vinci-conventions.com

Avec le soutien de nos Partenaires



**MEDIN
Instruments**

**PFIZER
Santé
Grand Public**



« LA LETTRE »

Centre Massilien de la Face

Association Loi 1901

24 avenue du Prado 13006 Marseille

04 91 81 27 81



EDITORIAL

Jun 2004

Bureau de
l'Association



Docteur
ALDEGHERI
Alain
Président



Docteur
LEVY
Charles
Trésorier



Docteur
BRATICEVIC
Alexandre
Secrétaire



Docteur
TAILLAN
Thierry
Secrétaire Adjoint

Ce numéro est un avant-goût de notre journée du 17 Juin à la Maronaise.

Pascal STEICHEN, rédacteur en Chef de l'INDEPENDENTAIRE, nous propose un article sur l'optimisation des plans de traitements avec un protocole d'argumentation en 7 étapes.

Nous vous rappelons l'évènement de cette fin d'année scolaire. Organisation de notre journée (2ème édition) :

Le 17 Juin 2004

À la Maronaise

La Dent de Sagesse

**Plan de traitement global ; motiver le patient.
Conférence de Pascal STEICHEN.**

Attention, nombres de places limitées.

Bonne lecture.

SOMMAIRE :

1- Éditorial

2- Plan de traitement global.
Pascal Steichen

4- Agenda

Plan de traitement global : motiver le patient

Pascal STEICHEN.
Rédacteur en Chef de
L'Indépendantaire

Est-il encore utile d'avancer des arguments cliniques pour convaincre, de systématiser le plan de traitement complet ? Aucun praticien sérieux ne le contestera. Pourtant, ce n'est pas ce que l'on constate au quotidien dans les cabinets : les dents de devant et pas celles de derrière, des dents dévitalisées non coiffées, des édentations qui n'attendent qu'un implant, des kystes sous des prothèses que l'on hésite à déposer...

Qu'est ce qui sépare la théorie de la pratique ? La capacité du praticien à motiver son patient et parfois la difficulté de réalisation. L'omnipraticien doit pouvoir compter sur des spécialistes compétents pour l'aider à diagnostiquer et à mettre en œuvre tout ou partie des plans de traitement globaux qui présentent des pathologies rares ou complexes ; de même que celles qui ne relèvent pas de votre champ d'expertise.

C'est donc dans l'implication du patient que se concentrent les difficultés. « Je ne sais pas motiver mes patients » diront les plus lucides. « Les gens ne veulent pas payer pour leur santé » répondront les plus dubitatifs

PROTOCOLE D'ARGUMENTATION EN 7 ETAPES

ETAPE 1

Quel est le problème ?

Débutez en exposant les conséquences pour le patient des symptômes que vous constatez dans sa bouche

La première erreur fréquemment constatée dans les entretiens d'argumentation entre praticien et patient, c'est la fâcheuse tendance du praticien à parler « solutions » : « Il va falloir couronner cette molaire » ou encore « La chirurgie parodontale s'impose ». Or, pour le patient ces phrases ont autant de sens que si votre garagiste vous disait « C'est la tête de DELCO qu'il faut changer » ou votre avocat « Nous pouvons exiger un article 400 du NCP ». Une solution ne s'apprécie que par rapport à un problème. Le patient qui ne comprend pas « pourquoi un bridge » ne sera pas plus motivé quand il appréhendera « comment » il est réalisé encore moins quand il saura « combien » cela coûte. Ce qu'il manque c'est la conscience des problèmes. C'est pourquoi le patient acceptera plus volontiers de réaliser une prothèse sur une 11 que sur une 16 : Il est capable de comprendre seul le problème de sa 11 : « je ne peux plus ni sourire ni manger...donc, il faut

couronner... donc payer le prix demandé ... ». En revanche, pour sa 16, il se dira « Cela ne m'empêche pas de sourire et je mâcherai de l'autre coté... pas besoin de couronne... ».

Le rôle du praticien est d'élever le niveau de conscience du patient de façon à ce que celui-ci prenne conscience des conséquences de son renoncement à la couronne sur 16. « La fragilité de cette dent non couronnée me fais prendre le risque de la perdre ; si je la perds, les dents voisines se déplaceront, cela provoquera... » et l'on connaît la suite. Mais cette dernière prise de conscience n'est possible que par le truchement du chirurgien dentiste. Cette étape se termine quand le patient demande la solution « Qu'est ce qu'on peut faire docteur ? »

ETAPE 2

Quelle est la solution ?

Poursuivre par un exposé bref et clair de votre plan de traitement : ne vous perdez pas dans les détails qui ne concernent que l'expert que vous êtes.

Cette solution si chère aux yeux du praticien ne sera que du chinois pour la plupart des patients. Vous-même, quand votre garagiste vous explique en détail comment « cette tête de DELCO se décale petit à petit pour retarder l'allumage des bougies, ce qui provoque une perte de compression... » ne vous seriez vous pas contenté d'un simple « ça vous fait consommer plus... ». Expliquer les « solutions » c'est parler « dentiste », exposer les problèmes, c'est parler « patient ». Retenez vous donc de submerger votre patient avec votre science (ce qui vous rassure), mais parler lui de la seule chose qui l'intéresse : « Qu'est ce qui va se passer si on fait rien ? ».

ETAPE 3

Quel est le budget ?

Annoncez le prix sans autres commentaires, comptez jusqu'à 7 dans votre tête sans rien dire : vous aurez des surprises.

Avant de parler argent, vérifiez que les deux étapes précédentes ont bien été assimilées, surtout la compréhension du problème. Le mieux, c'est d'attendre que le patient vous pose la question : cela voudra dire que les étapes précédentes ont été assimilées et qu'il veut connaître le prix de la solution qu'il a d'ores et déjà envie d'acquiescer. Attention, demander le prix c'est également une manière de mettre fin à un entretien ennuyeux. Annoncez le prix sans faire d'autres commentaires, vous avez ceux qui vous brûlent la langue : « Malheureusement, c'est très mal remboursé par la Sécurité... » ou pire « Mais votre mutuelle en prendra une grande partie en charge ». Non. Après avoir annoncé le prix, taisez-vous. Rajoutez -si cela vous décontracte- le prix en Francs, mais c'est tout. Comptez jusqu'à 7 dans votre tête et vous constaterez que souvent la décision suit, et qu'elle est beaucoup plus favorable que vous ne l'avez imaginé. Dans le cas contraire brisez la glace en passant à l'étape suivante. Vous remarquerez qu'à l'annonce du prix, le patient tentera de faire un parallèle entre ce prix et le problème dont il souffre « Ca coûte combien de garder mes dents ». Il ne fait jamais de comparaison entre le prix et la solution « Combien cela peut lui rapporter un bridge ? ».

ETAPE 4

Quel support ?

Remettre une description écrite du plan de traitement en même temps que votre devis écrit et lui proposer d'y réfléchir tranquillement.

La description écrite de votre plan de traitement doit être conçue de façon à vous garantir une véritable démarche de consentement éclairé du patient. Même les solutions non-retenues par le praticien y sont exposées. « Je vous laisse ce document avec mon devis, lisez le, réfléchissez y tranquillement et on en reparle la semaine prochaine ». Ne laissez pas le patient prendre une décision à la « va-vite », vous le regretterez plus tard. Nous vous recommandons de relier le devis à votre présentation de plan de traitement. Rangez le tout dans une enveloppe (au nom de votre cabinet si possible) et remettez là au patient. Il lui sera alors très difficile de la plier et de l'oublier dans une poche ou dans un sac comme il peut le faire avec un devis sur simple papier. De plus, c'est une marque de respect à la fois pour votre devis mais surtout pour votre patient. Cette enveloppe lui servira par la suite à ranger si besoin les documents qui s'associent au plan de traitement : ordonnances, correspondance mutuelle...

ETAPE 5

Qui décide ?

Personne ne décide seul : on est tous influencé par notre conjoint (qui co-paie les honoraires), nos amis, le qu'en-dira-t-on, nos habitudes, nos souvenirs...

Quand un patient rentre chez lui, le soir après un rendez-vous, que croyez vous qu'il entend après avoir annoncé votre devis à son conjoint : « Tu te rends compte combien ça coûte... ». En effet, même s'il est lui-même convaincu de faire les travaux, il faut qu'il fasse passer la pilule au co-gérant du budget familial. Il va donc falloir qu'il convainque son conjoint. Par ailleurs, il ne manquera pas d'en parler à ses amis ou à ses collègues de travail pour se rassurer d'avoir pris la bonne décision. Tous ces gens ne manqueront pas de lui demander des informations complémentaires. Or, il y a de grandes chances qu'il n'ait pas compris tout ce que vous lui avez dit, qu'il n'en ait retenu qu'une partie et qu'il sache encore moins expliquer ce qu'il a retenu. Le plan de traitement écrit que vous lui avez remis lui permettra d'informer l'entourage du patient. En communication, on l'appelle la « structure de décision ». Le patient ne prendra une décision définitive qu'en étant (plus ou moins suivant les personnalités) influencé par son entourage. Il faut donc en tenir compte dans notre communication avec lui. Notez que cette structure de décision n'a pas qu'une importance commerciale : la plupart des échecs en hygiène ou en paro (ne parlons pas de nutrition, de dépression ou de lutte personnelle contre le cancer) voient leur origine dans une mauvaise gestion de l'entourage du patient par le thérapeute.

ETAPE 6

Quelle décision ?

Ne jamais forcer une décision. Le patient doit pren-

dre sa décision quand il est prêt et c'est à vous de l'accompagner jusque là.

Le rendez-vous suivant, attendez que le patient évoque de lui-même sa décision, qu'il pose des questions complémentaires qui trahissent son intérêt pour les travaux. Si votre patient ne parle pas de votre devis, posez la question calmement et directement « Avez-vous pris une décision concernant votre onlays ? ». En cas d'hésitations, n'argumentez jamais sur les solutions : reprenez au début et ré expliquez « ce qui va se passer si on ne fait rien ». Dans de rares cas (très rares) il aura un doute sur la solution proposée, mais de doute avoué cache trop souvent une mauvaise intégration du problème, soyez vigilant. Il faut savoir attendre la maturité du patient pour faire une conclusion et il est préférable que cette maturité soit provoquée par de la communication plutôt que par les dégâts occasionnés par le temps qui passe. Une bonne conclusion c'est une signature de devis bien-sûr, devis sur lequel vous aurez précisé que vous avez remis une présentation écrite de votre plan de traitement (le médico-légal !). Parfois, le patient a besoin de se « vendre le devis à soi-même », celui-ci demandera du temps de réflexion avant de se décider. Il aura alors tout le loisir de lire et relire le plan de traitement pour se convaincre soi-même que c'est la bonne décision à prendre.

ETAPE 7

Quel bouche-à-oreille ?

On a les nouveaux patients qu'on mérite : vos actions d'aujourd'hui conditionnent votre patientèle de demain

En dehors de la patientèle du confrère auquel vous avez acheté le cabinet, la quasi-totalité de vos patients d'aujourd'hui ont été recommandé par vos patients d'hier. La motivation de votre patient est donc à prendre en compte de façon permanente, et pas seulement dans les périodes précédentes les décisions. Il reste votre prescripteur de longues années après de gros travaux, parfois même sans vous avoir jamais revu. C'est pourquoi il est important de ne jamais forcer une décision. Bien-sûr, cela permet à court terme à la fois d'assurer votre chiffre d'affaire tout en rendant un réel service à votre patient mais celui-ci gardera plus ou moins consciemment un souvenir négatif de cet « abus de pouvoir » que vous avez provoqué. Par ailleurs, certains acheteurs de gros produits (voitures, résidences secondaires...) se mettent à douter du bien fondé de leur décision avant même la livraison, voire longtemps après. De bons prescripteurs, ils deviennent parfois des détracteurs de la marque en question. Il est alors de l'intérêt du vendeur de rassurer son client et lui montrer qu'il a pris une bonne décision (certaines campagnes de pubs ne servent qu'à ça : par exemple celle sur la VEL SATIS bien après son retrait du marché).

Participer à un exposé simple et court sur les techniques, méthodes et concepts de la communication médicale vous permettra de clarifier votre position... rendez-vous le 17