



FRANCE
VET 
PROCEEDINGS
14-15 JUIN 2019
PARIS, PORTE DE VERSAILLES
france.vetshow.com

FRANCE.VETSHOW.COM



France Vet



@France-Vet



France Vet

Partenaire Educatif



Partenaire
Cohésion d'Equipe



Partenaires Platinum



Partenaire Gold



Partenaires Silver



Partenaire Village Start-Ups



Partenaire Jeu Passeport



LES NOUVEAUX SERVICES ATTENDUS PAR LES PROPRIÉTAIRES DE CHIEN-CHAT

Guy Poujol

Formateur Relation Client, APFORM, Président Euclidia SAS

VENREDI 14 JUIN 2019 | PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR D'ENTREPRISE | 08:55



Introduction : Le service

L'étymologie du mot service est latine. Service vient de servire qui signifie être esclave. Plus conforme à un usage courant, le Larousse définit le service comme ce que l'on fait pour quelqu'un, un avantage qu'on lui donne spontanément, par exemple rendre un service à quelqu'un. Plus proche du service vétérinaire, Wikipedia définit le service comme une prestation qui consiste en « la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle » ou en « la fourniture d'un travail directement utile pour l'utilisateur, sans transformation de matière ».

Rendre un service vétérinaire, c'est donc mettre à disposition des capacités techniques et intellectuelles et fournir un travail utile pour le propriétaire et la santé de son animal.

Le terme de production ne s'applique pas au service. On lui préfère le terme de servuction. La servuction se compose d'éléments matériels et humains, des activités déployées pour concevoir, créer et développer la prestation de service en fonction d'un niveau de qualité choisi. Ainsi, le service vétérinaire se construit par les interactions entre trois éléments de base, le patient (propriétaire et animal) avec le support physique et le personnel en contact. En arrière-plan, la coordination du système d'organisation interne et la présence des autres clients influent sur le service.

La servuction souligne l'importance du processus, de la manière dont le service est fourni.

Lors de la rencontre de service ou « moment de vérité », les clients et les employés coproduisent le service. La particularité du service vient du fait que la production, la consommation et la distribution sont simultanées. Il en découle que :

La qualité des interactions est déterminante pour la réussite de la servuction

Le client participe à la production du service

Des interactions se produisent entre les clients consommateurs du service

1. Les domaines d'innovation du service

Dans le métier du service, l'entreprise peut innover dans 3 domaines pour le client :

La technologie : ici, les innovations sont d'ordre technique, intellectuelle ou d'utilité
Les relations : ce domaine concerne l'ensemble des interactions physiques, humaines, entre propriétaires, entre animaux ou entre le client et l'entreprise mais aussi sur le terrain de la participation des clients à la fabrication du service

La structure de l'entreprise tangible ou intangible, par exemple les locaux, les processus...

Les actions conduites dans ces trois domaines ont un impact sur la perception de la valeur, du niveau de qualité, par le client et les innovations permettent d'adapter la proposition de valeur de l'entreprise aux évolutions de ses clients.

Au final, prendre en compte ces éléments et les dynamiques en cours a un lien avec la validation par le client de la facture présentée.

2. La stratégie

« Les innombrables activités qui contribuent à créer, à produire (le verbe correspondant à la servuction n'existe pas), vendre et mettre à disposition un service forment les unités de base de l'avantage concurrentiel. L'efficacité opérationnelle consiste à mieux effectuer ces activités - c'est-à-dire plus vite ou avec moins d'inputs ou de défauts que les concurrents. Les entreprises peuvent décrocher d'énormes avantages grâce à l'efficacité opérationnelle comme l'ont démontré les entreprises japonaises dans les années 1970 et 1980, avec des pratiques telles que la gestion de la qualité totale et l'amélioration continue.

Cependant, du point de vue de la concurrence, le problème de l'efficacité opérationnelle vient du fait que les meilleures pratiques sont rapidement imitées. Quand tous les concurrents d'un secteur les adoptent, la frontière de productivité - la valeur maximale qu'une entreprise peut fournir à un coût donné, compte tenu des meilleures technologies, compétence et techniques de management à disposition - se déplace, ce qui baisse les coûts et améliore en même temps la valeur. Une telle compétition produit un progrès en progrès absolu dans l'efficacité opérationnelle mais ne crée de progrès relatif pour personne. Et plus les entreprises comparent leurs façons d'opérer, plus il y a de convergence concurrentielle, et donc moins les entreprises se distinguent les unes des autres.

Le positionnement stratégique tente de créer un avantage concurrentiel pérenne

en préservant ce qu'une entreprise a de distinctif. Il revient à réaliser des activités différentes de celles des concurrents ou à réaliser des activités similaires de façon différente.

La stratégie revient ainsi à la création d'une position unique et précieuse, impliquant un ensemble différent d'activités. Elle demande de faire des arbitrages face à la concurrence, de choisir ce que l'on ne fait pas. Enfin, elle implique de créer des adéquations entre les activités d'une entreprise. » Michael PORTER, Harvard business review, Hors-série Automne 2015.

L'analyse des innovations qui se développent sur le marché vétérinaire de façon structurée proviennent clairement de 2 catégories et d'une en particulier :

- La technologie : citons par exemple la spécialisation médicale, par espèces, l'imagerie, les médicaments, les produits de soins, d'alimentation, la chirurgie, la communication digitale, l'intelligence artificielle, les capteurs et objets connectés, les assurances, les plans de financement, de prévention, le 24/24, les urgences, ...
- La structure : Réseaux, CHV, centre de spécialistes, ...

Une question se pose à ce stade : Comment arbitrer entre toutes ces innovations vétérinaires ?

Et, une réflexion en matière d'innovation s'impose : l'innovation relationnelle, en tout cas structurée, est absente des tendances fortes du moment.

3. Les attentes des clients

La plateforme Vokare permet aux établissements vétérinaires de questionner post-consultation leurs clients. La base de données Vokare est constituée de plus de 30 000 questionnaires envoyés et 14 000 réponses reçues.

Le tableau de bord permet à la fois de comparer la performance d'une équipe à un référentiel métier et de recueillir de l'information qualitative. L'axe d'analyse choisi est résolument celui de la relation avec le propriétaire et son animal.

Les chiffres du Référentiel vétérinaire Vokare sont les suivants :

- Recommandation nette (NPS) : 68%
- Satisfaction nette : 61,7%
- Qualité consultation : 69,6%
- Bien-être propriétaire : 66,7%
- Bien-être animal : 63,4%
- Qualité environnement consultation : 60,3%

Nous pouvons à ce stade remarquer que la satisfaction, très en retrait par rapport à la recommandation est au même niveau que l'environnement de la consultation.

Et que la recommandation se situe au même niveau que la consultation vétérinaire. L'analyse des paramètres du Référentiel Vokare montre également que l'animal est en queue de peloton de la consultation et de l'environnement de la consultation.

Paramètres de la consultation :

- Relation vétérinaire propriétaire : 72,3%
- Qualité des gestes du vétérinaire : 70,6%
- Qualité des explications du vétérinaire : 70,1%
- Relation vétérinaire animal : 64,6%

Paramètres de l'environnement de la consultation

- Ecoute ASV propriétaire : 64,2%
- Confort de l'animal : 60,7%
- Confort du propriétaire : 58,8%
- Relation ASV animal : 56,2%

Nous procédons alors à une analyse sémantique des messages laissés sur Vokare depuis le 1er janvier 2019 soient 9 400 consultations, 4 200 réponses, 1 440 messages

Ce que les propriétaires aiment :

Relations : Passion, dévouement, amour et attention pour les animaux, gestes, se préoccuper des maîtres, écoute, prendre le temps, conseiller, rassurer, accueillir, prendre des nouvelles, explications santé, relation

Structure (processus) : la prise de rendez-vous, l'attente raisonnable, le suivi dans le temps

Technologie : les soins et les traitements

Ce que les propriétaires n'aiment pas :

Relations : culpabiliser, absence de nouvelles de mon animal, réputation de tiroir-caisse, absence d'écoute du propriétaire, ne pas prendre le temps,

Structure (processus) : revenir le lendemain, absence de contrôle, retard, devis non détaillé, examen non prévu, conformité devis-actes-facture, facture floue

Technologie : effets secondaires, échecs

Ce que les propriétaires veulent

- Relations : discrétion pour le règlement et en général, rassurer l'animal, prendre plus de temps, poser des questions, parler clairement aux propriétaires de l'animal, partager le diagnostic, expliquer ce qui va suivre, accueil, échanger avec le vétérinaire, connaître la personne qui opère, soutien, conseils pour donner les médicaments, appel téléphonique après la chirurgie, respecter contraintes financières, prendre en compte mon opinion, temps d'écoute à l'accueil, présenter l'animal à l'accueil, déstresser l'animal pour l'attente, moins

de propension commerciale, garder le même vétérinaire, gérer les interactions chiens chats, relation, conseils pour gérer les interactions entre animaux, communication adulte, toujours le même médecin, informations sur les risques post-consultation, attention à l'accueil, échanger avec le vétérinaire sur l'intervention, consultation de sortie avec l'animal présent, des explications concernant les gestes à faire pour les soins, prise en charge plus personnalisée, moins de promiscuité, expliquer tarifs et les prix.

- Structure : accueil organisé, respect des heures de rendez-vous, gamelle d'eau, table électrique, vérifier les disponibilités des propriétaires, entrée facile, salle d'attente chiens chats, propreté, moins d'attente, facilités de paiement, sacs à crotte et poubelle à l'extérieur, informations tarifs des consultations, des actes et des produits visibles, marquer sur le carnet de santé, nettoyer entre chaque consultation. Devis et factures détaillées, confort d'attente, attente raisonnable, calendrier pour le suivi du chien, informations spécialité pour certains animaux, information actes pratiqués (chirurgie, radios), ambiance sonore, blouses propres.
- Technologies : traitement facile, envoi des examens complémentaires par mail, collerette adaptée à la taille, conseils d'hygiène (le bain les dents les oreilles), protocole examen systématique (dents, oreilles, dos, ...), traitements alternatifs.

Conclusion : Les pistes d'innovation cohérentes avec les attentes des propriétaires

Les efforts d'innovation de la profession vétérinaire portent comme nous l'avons vu sur les composantes rationnelles du métier : la technologie avec les innovations d'ordre technique, intellectuel ou d'utilité et les innovations de structure pour organiser une offre plus pointue ou un nouveau type de relations entre les structures physiques.

L'analyse des retours des clients montrent que leurs attentes se situent majoritairement dans le domaine des interactions physiques, humaines, avec l'entreprise, entre eux ou encore dans la promiscuité des propriétaires et des animaux. Ils demandent également d'être plus associés pendant leur parcours vétérinaire. Enfin, ils souhaitent des améliorations dans l'organisation, les processus qui prennent plus en compte leur confort personnel.

La question n'est pas ici de remettre en cause les évolutions en cours mais plutôt de proposer des pistes complémentaires.

Pour ce faire, les établissements doivent mettre en cohérence leurs activités en donnant un sens, un but à l'entreprise. A ce titre, l'exercice de formalisation de la vision, de la mission et des valeurs apparaît comme un prérequis.

Ensuite, les équipes peuvent penser et proposer une visite comme une histoire qui s'écrit, une expérience qui s'inscrit dans la vie de l'animal et du propriétaire.

La formation des vétérinaires et des ASV aux interactions humaines et animales et à la communication interpersonnelle permettrait aux équipes soignantes de comprendre et de prendre en charge les enjeux affectifs et émotionnels du propriétaire.

Indubitablement, l'établissement pour s'inscrire dans le temps long de l'animal peut penser la communication avant, pendant, après la visite en utilisant les ressources digitales.

Enfin, nous engageons les équipes soignantes à réfléchir à la bonne façon d'inclure les propriétaires dans les processus de décision pour ce qui concerne la santé de leur animal.

COMMENT FAIRE DE LA PREMIÈRE VISITE DU CHAT UN SUCCÈS POUR LA VIE

Marie Erhel

Docteur Vétérinaire, « Réservée aux chats »

VENREDI 14 JUIN 2019 | PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR D'ENTREPRISE | 10:00



La médicalisation du chat représente un enjeu stratégique. En France, nous trouvons 13,5 millions de chats et 7,5 millions de chiens. Le chat a largement dépassé le chien. Le problème est qu'il est assez peu médicalisé car nos clients n'ont pas conscience de l'intérêt d'un suivi. En outre, il représente un vrai challenge médical pour nous vétérinaires : peu de symptômes, stressé facilement, pouvant être difficile à examiner.

Dans cette présentation, nous revenons rapidement sur les caractéristiques du chat et leur impact sur la médicalisation. Nous parlons du propriétaire et de ses besoins. Puis, nous abordons le parcours du

chat dans un établissement vétérinaire : de la prise de RDV, en passant par l'accueil, la salle d'attente, la consultation jusqu'à l'hospitalisation.

Chaque étape est abordée sous l'angle « chatmical » avec des astuces très pratiques, correspondant aux attentes du chat et de son maître.

Nous voyons l'aspect purement médical, vétérinaire : quelle prévention proposer, sous quelle forme, quel matériel ? Nous voyons aussi comment accueillir au mieux ce couple particulier en proposant différents services ou en parlant de la meilleure façon de transporter un chat.

Nous distinguons 3 moments clés pour proposer un suivi préventif optimal : la consultation pédiatrique, la stérilisation ou la consultation pour pathologie.

Nous vous donnons enfin un exemple de plan d'action au retour dans votre clinique.

EN QUOI L'ACCUEIL PAR L'ASV EST-IL DÉTERMINANT POUR LA QUALITÉ DE LA CONSULTATION VÉTÉRINAIRE ?

Guy Poujol

Formateur Relation Client, Président Euclidia SAS

VENDREDI, 14. JUNI 2019 | PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR D'ENTREPRISE | 13:35



Introduction : Le service

En matière d'achat de produits ou de service, les clients évoluent dans leur comportement en intégrant de façon croissante l'expérience qui environne le produit ou le service de base dans leurs décisions.

Concernant spécifiquement le service, le « moment de vérité » se produit lors de la rencontre de service où les clients et les employés coproduisent le service. La production, la consommation et la distribution s'effectuent de façon simultanée.

Il en découle que la qualité des interactions est déterminante pour la réussite, que le client

participe à la production du service et enfin que des interactions se produisent entre les clients consommateurs du service.

A. Recommandation et satisfaction suite à la visite à l'établissement vétérinaire

En matière de satisfaction et de recommandation, selon le référentiel Vokare dont les chiffres comprennent plus de 30 000 consultations le niveau de recommandation net ou NPS vétérinaire se situe à 68%, tandis que la satisfaction nette (satisfaits - insatisfaits) atteint 61,7%, soit un écart de 6,3 points.

Les indicateurs calculés à partir des réponses au questionnaire Vokare permettent de visualiser le niveau de performance dans plusieurs domaines. Dans l'ordre décroissant de performance, le bien-être animal et l'environnement de la consultation sont en retrait par rapport à la consultation et au bien-être du propriétaire :

1. Consultation net : 69,6%
2. Bien-être propriétaire net : 66,7%
3. Bien-être animal net : 63,4%
4. Environnement consultation net : 60,3%

En analysant les scores des consultations ayant généré une intention de recommandation forte et une satisfaction faible, nous constatons une note moyenne de la consultation de 8,6 et une note moyenne de l'environnement de la consultation de 7,2.

Le tableau ci-dessous présente le détail de 4 consultations récentes (notes et commentaires) avec recommandation 10 et satisfaction 7. La moyenne de la consultation est de 9,1 et la moyenne de l'environnement de la consultation est de 4,9. Les commentaires laissés par les clients pointent tous une insatisfaction sur ce qui se passe avant la consultation.

Tableau 1 : Notes données par le propriétaire sur 8 critères analysant la consultation et son environnement (recommandation 10 et satisfaction 7)

Date consultation	Recommandation	Consultation				Environnement consultation				Satisfaction
		Vétérinaire relation animal	Vétérinaire gestes animal	Vétérinaire explications propriétaire	Vétérinaire relation propriétaire	Equipe confort animal	Equipe relation animal	Equipe écoute propriétaire	Equipe confort propriétaire	
samedi 30 mars 2019	10	6	8	8	9	5	5	5	5	7
lundi 15 avril 2019	10	10	10	10	10	4	4	5	Sans opinion	7
jeudi 18 avril 2019	10	10	Sans opinion	10	10	8	4	4	3	7
mardi 7 mai 2019	10	8	9	9	9	7	4	6	4	7
Moyenne		9,1				4,9				

Tableau 2 : commentaires laissés par le propriétaire suite à une visite ayant généré une recommandation de 10 et une satisfaction de 7

Date consultation	Améliorations
samedi 30 mars 2019	Le respect de l'horaire
lundi 15 avril 2019	L'accueil qui a été un peu froid et la qualité des conseils sur les produits proposés
jeudi 18 avril 2019	Contact avec l'assistante, nettoyage d'un siège couvert de bave
mardi 7 mai 2019	L'accueil de l'assistante

Pour ce qui est des consultations générant une intention de recommandation négative et une satisfaction forte, nous constatons que cette situation est rare et que les commentaires qui reviennent systématiquement critiquent le niveau trop élevé de la facture.

En conclusion, si la recommandation d'une clinique se fait avant tout sur la base de l'expérience vécue en consultation, en revanche, une expérience négative concernant l'environnement de la consultation, et notamment l'accueil, influe fortement sur l'insatisfaction.

B. L'accueil

L'accueil est une procédure qui transforme celui qui arrive en ami, en membre d'une communauté ou en habitant légitime d'un territoire. A ce titre, l'accueil lui permet de bénéficier des prérogatives s'attachant à son nouveau statut.

Il s'agit donc, lors de ce moment particulier, de donner au propriétaire et à son animal une légitimité. Soigner cet instant permet d'éviter beaucoup de déconvenues.

1. Le bon et le mauvais accueil

Le bon accueil est celui par lequel l'arrivant sent qu'il est le bienvenu et que celui qui l'accueille est heureux de le voir.

Au contraire, le mauvais accueil est celui dans lequel le nouveau venu est certes reçu, il n'est pas renvoyé, ce qui serait un non-accueil, mais dans lequel il sent qu'on l'accueille par obligation et que l'on n'éprouve aucun plaisir à le voir.

De ces quelques instants va dépendre souvent la suite de la rencontre entre deux êtres humains qui se connaissent ou ne se connaissent pas.

2. Un nombre de situations d'accueil en forte augmentation

Nous voyageons de plus en plus, nous fréquentons de plus en plus de lieux publics : commerces, restaurants, administrations, etc., l'accélération de la vie et les progrès de la démographie engendrent un grand nombre de rencontres qui dépassent de beaucoup le cercle familial et amical qui, presque seuls auparavant, permettaient aux hommes de se rencontrer. Ce nombre croissant d'événements d'accueil développe la sensibilité à l'accueil.

3. 4 catégories d'accueil

Les formes de l'accueil sont très diverses. On peut les classer en 4 grandes catégories :

- L'accueil naturel. C'est l'accueil instinctif, celui dans lequel la raison n'intervient pas. On est poussé par une force inconnue vers celui qui arrive et sans réfléchir, nous lui ouvrons les bras.
- L'accueil volontaire. C'est l'accueil raisonné qui nous est moralement imposé par diverses raisons : bienséance, tradition, intérêt, etc.

- L'accueil obligé. C'est l'accueil qui nous est imposé par notre métier, notre mission ou les circonstances. Nous devons bien accueillir celui qui arrive.
- L'accueil matériel. C'est à dire les efforts que l'on fait pour aménager le lieu d'accueil afin de prouver à l'arrivant qu'il est le bienvenu : le bouquet de fleurs que l'on met (ou que l'on ne met pas).

4. 3 concepts

Lorsqu'on étudie le processus d'accueil, on s'aperçoit qu'à travers les âges au cours desquels il a certes pris des formes différentes et malgré les circonstances diverses qui l'engendrent, il repose toujours sur les mêmes concepts. En effet quelle que soit l'époque, quel que soit le motif de l'accueil ou quelles que soient les circonstances, accueillir c'est toujours :

- Reconnaître celui qui arrive,
- Lui donner l'hospitalité, même morale,
- Le prendre en charge, le protéger.

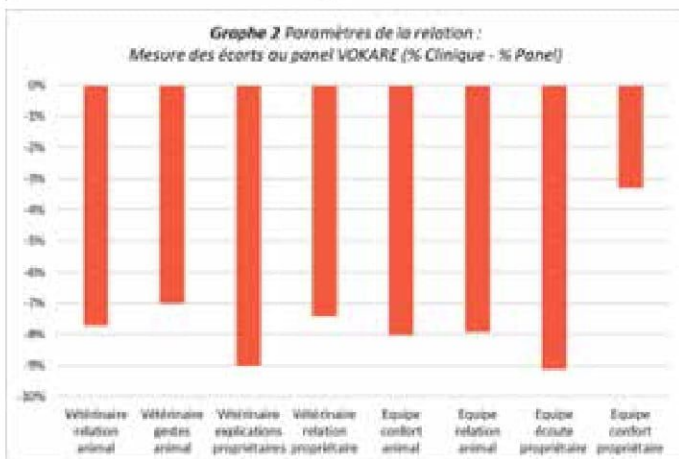
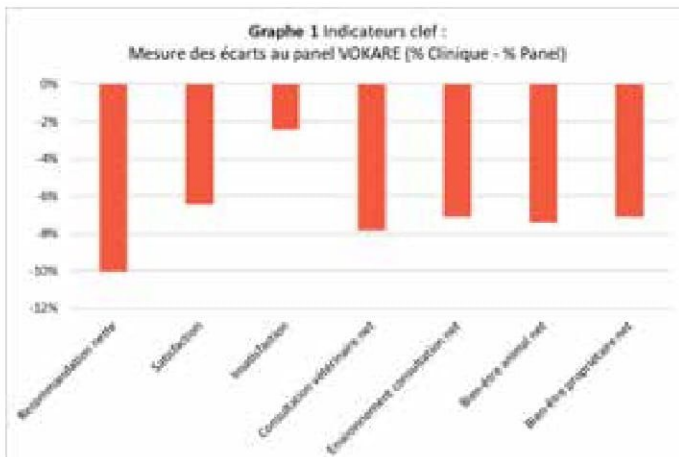
Ainsi le processus d'accueil repose sur ces trois concepts : reconnaissance, hospitalité, maternage.

Professionnaliser, c'est travailler les 4 catégories de l'accueil en développant :

1. Une personnalité accueillante
2. La volonté d'accueillir
3. Des règles, des processus d'accueil
4. L'aménagement de l'accueil

C. Impact de l'élaboration d'un protocole d'accueil, cas d'un groupe de cliniques vétérinaires

La situation de la relation de l'équipe soignante avec les clients est mesurée sur Vokare début 2018. Elle montre un déficit fort sur les indicateurs clef, recommandation, satisfaction, consultation, environnement de la consultation, bien-être animal et propriétaire (graphe 1 & 2).



Pour remédier à cette situation, les équipes vétérinaires et ASV élaborent un protocole relationnel professionnel dont les objectifs sont :

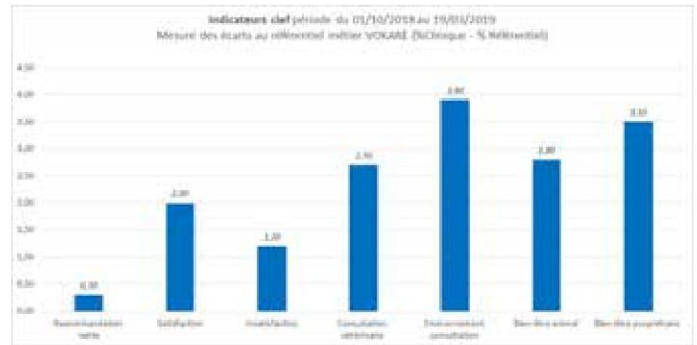
- De comprendre les besoins
- D'apporter des réponses de qualité aux besoins exprimées
- De reconnaître et prendre en compte l'autre
- D'intégrer la dimension affective de la relation propriétaire-animal-équipe soignante
- D'associer professionnalisme et humanité

De développer une atmosphère positive au sein des structures
Dans ce protocole relationnel, l'équipe précise l'emploi de techniques de communication, notamment :

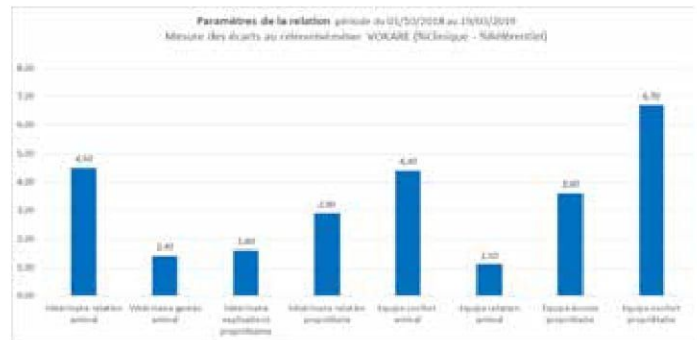
- Des questions ouvertes qui donnent à l'autre sa place dans la relation
- La reformulation qui permet de témoigner la prise en compte de l'autre
- Les questions fermées pour valider les étapes et la qualité des réponses apportées
- La personnalisation de la communication et du processus
- La conclusion des entretiens
- Les comportements d'ouverture.

A la fin du premier trimestre 2019 soit un an plus tard, le groupe de clinique mesure ses scores sur la période allant du 1er octobre 2018 au 19/03/2019. La situation a évolué favorablement sur tous les paramètres. La satisfaction et la recommandation ont évolué respectivement de + 8 et + 10 points (graphe 3 & 4).

Graph 3 : Indicateurs clef



Graph 3 : Paramètres de la relation



D. Les impacts de l'accueil sur la consultation, analyse qualitative

Nous analysons l'impact de l'accueil en examinant 4 sujets lors de la visite à un établissement vétérinaire :

1. Le propriétaire
2. L'animal
3. La relation propriétaire-animal
4. Le vétérinaire

et en les scannant avec les concepts clef de l'accueil, reconnaissance, hospitalité, maternage.

1. Le propriétaire

Reconnaissance : « L'accueil permet de signifier que la clinique reçoit les propriétaires en personne ». Il s'agit ici d'identifier et de nommer l'autre pendant la relation.

Maternage : « L'accueil permet de signifier que la clinique prend en considération le propriétaire ». Ce concept va prendre corps par l'emploi par exemple de technique de communication comme l'offre de disponibilité, l'emploi de questions ouvertes qui permettent de recueillir une information large, la reformulation qui signalent un comportement empathique et témoignent de la compréhension de l'autre, des techniques de validation qui solidifient la compréhension de l'autre.

Hospitalité : « L'accueil permet de signifier que la clinique est préparée à recevoir le propriétaire avec son animal ». Par son comportement lors de la prise de contact, l'accueillant communique sur la disponibilité des locaux et des personnes. En particulier il convient d'annoncer le programme de la visite en indiquant par exemple le vétérinaire, l'horaire prévu et le retard éventuel et le lieu de la consultation ou de l'attente.

2. L'animal

Reconnaissance : « L'accueil permet de signifier que la clinique reçoit un être vivant sensible ».

Conformément aux évolutions du statut de l'animal vers un être vivant sensible et

en prenant en compte l'évolution du lien homme-animal qui tend vers une relation parent-enfant, l'accueil doit intégrer l'identification du nom et le rappel du nom de l'animal pendant le dialogue d'accueil.

Maternage : « L'accueil permet de signifier que la clinique prend en considération l'animal »

Pour ce faire, l'accueillant peut prendre contact avec l'animal sur le plan sensoriel, l'inclure dans la discussion avec le propriétaire et s'il montre des signes de stress, faire en sorte de le tranquilliser.

Hospitalité : « L'accueil permet de signifier que la clinique est préparée à recevoir des animaux »

Les établissements vétérinaires entreprennent sur ce point des aménagements avec par exemple des zones spécifiques par espèces, l'inclusion d'arbre à chat sur lesquels le propriétaire peut poser l'animal en hauteur. Pour aller plus loin, l'équipe peut établir une procédure d'entrée en consultation par espèces, par exemple l'ouverture du panier pour permettre au chat de découvrir ce territoire pendant que vétérinaire et propriétaire entame la consultation. Cette procédure sera annoncée et valorisée dès l'accueil par l'assistante. Enfin, l'accueillant peut également indiquer les modalités de prise en charge des besoins physiologiques pendant la visite.

3. La relation propriétaire-animal

Reconnaissance : « L'accueil permet de signifier que la clinique reçoit un être humain et un être vivant sensible en relation »

Il s'agit ici d'être capable dès l'accueil d'identifier la nature du lien entre propriétaire et animal et de l'exprimer verbalement lors de l'entretien d'accueil.

Maternage : « L'accueil permet de signifier que la clinique prend en considération la relation affective qui unit le propriétaire et son animal »

Dès l'accueil, l'équipe peut porter une attention particulière aux émotions liées à la relation pour les identifier, puis les reconnaître et enfin adopter le comportement et les mots adaptés pour apaiser le propriétaire. Cette étape bien gérée facilitera le travail en consultation.

Hospitalité : « L'accueil permet de signifier que la clinique est préparée à recevoir un couple propriétaire-animal »

Au-delà des besoins physiologiques, l'accueillant pourra demander si, selon le propriétaire, l'animal a des besoins spécifiques pour être à l'aise et proposer des solutions adaptées pour gérer sa présence.

4. Le vétérinaire

« L'accueil permet de signifier que la clinique reçoit en équipe » : Une communication entre l'équipe d'accueil et le vétérinaire évite le syndrome du « service en service » où une personne répète la même chose à plusieurs personnes lors de son parcours. A ce titre, une fiche simple qui accompagne l'animal renseignée sur les principaux points peut s'avérer très utile.

Reconnaissance

Informé le vétérinaire des noms du propriétaire et de l'animal permet à celui qui consulte d'accueillir directement le couple en le nommant.

Maternage

En donnant aux vétérinaires des indications sur, par exemple, le motif de la visite, les préoccupations et questions validés lors de l'entretien d'accueil, l'état émotionnel du propriétaire ou le comportement de l'animal, la nature du lien affectif... le vétérinaire peut préparer la prise en charge du patient « propriétaire-animal »

Hospitalité

Le propriétaire peut indiquer dès l'accueil des besoins spécifiques pour son animal pendant la consultation. Le vétérinaire peut ainsi, si nécessaire, intégrer des éléments particuliers dans la salle de consultation.

D'autre part, dès l'accueil, il est particulièrement important d'informer d'un retard éventuel au nom du vétérinaire en expliquant les raisons et de proposer des solutions alternatives si nécessaires : autre vétérinaire, autre rendez-vous,...

Conclusion

Un bon accueil favorise la satisfaction et la recommandation parce qu'il détermine le niveau de personnalisation, de considération et de préparation lors de la réception d'un patient constitué d'un couple propriétaire-animal.

En particulier, l'établissement vétérinaire témoigne la façon dont il reconnaît le statut d'être vivant sensible de l'animal de compagnie et le lien qui l'unit à l'homme. Enfin, pendant ces premiers instants, le propriétaire se fait une première idée du niveau de coordination et d'organisation de l'équipe soignante.

LES CLEFS POUR PROTÉGER LES REVENUS ET LE PATRIMOINE DES VÉTÉRINAIRES

SAMEDI, 15. JUNI 2019 | PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR D'ENTREPRISE | 13:35



Bertrand Poulnot



Daniel Hagopian

Le vétérinaire, en exercice individuel ou en association doit pouvoir maîtriser ses revenus et son patrimoine et les préserver au mieux.

L'objectif de cette présentation est de donner

au vétérinaire les outils d'analyse et les informations pour pouvoir conduire ce travail.

Assureur, Spécialiste de l'Assurance et de la Protection de l'Exercice Vétérinaire. CABINET POULNOT HAGOPIAN & DARBIER L'ASSURANCE DES VÉTÉRINAIRES

Assureur, Spécialiste de l'Assurance et de la Protection de l'Exercice Vétérinaire. CABINET POULNOT HAGOPIAN & DARBIER L'ASSURANCE DES VÉTÉRINAIRES