

Clinique Dagenais

Etude de cas



Grâce Linkeo, la Clinique Laser Dagenais bénéficie d'un site internet lui apportant une belle image de marque ainsi qu'une meilleure visibilité.

“ Le fondateur Jean-Claude Dufresne a choisi Linkeo car il souhaitait un produit plus performant que les outils et solutions qu'il avait utilisés jusque-là.



LES ENJEUX

Créer une image en ligne moderne, professionnelle et informative

Augmenter l'acquisition de clients via Internet et non plus seulement à travers le bouche-à-oreille

Augmenter sa visibilité sur le web pour gagner des nouveaux clients canaux digitaux



LA SOLUTION

Un site responsive et professionnel

Un référencement boosté avec une garantie de visites

Des modules qui favorisent le contact avec les clients pour promouvoir la fidélité



LES BÉNÉFICES

Une visibilité stable

Un site qui reflète la qualité des services offerts par la clinique

De nombreux nouveaux clients

Le Client : Clinique Laser Dagenais

Médecin omnipraticien, le fondateur de la clinique, M. Dufresne, offre des traitements Laser pour les varices depuis 17 ans. Il se distingue sur le marché par son appareil haut-de-gamme qui donne des soins d'un excellent niveau.

« Souvent les gens viennent me voir après avoir reçu des services d'un fournisseur moins chers, mais ils ne sont pas satisfaits du résultat. » M. Dufresne prône la qualité de ses soins. Il se concentre surtout sur les lésions vasculaires, mais offre aussi des soins de la peau pour atténuer les rides, la couperose et autres.

Le Défi : développer l'entreprise dans un milieu compétitif

« Je veux que l'entreprise continue de croître, dans les années à venir »

Même si les varices reviennent, l'espace entre deux traitements est assez long, donc il faut continuellement chercher des nouveaux clients. Au début, les clients viennent 2 à 3 fois tous les deux mois. Mais une fois que le traitement est avancé, ils ne reviennent qu'une fois tous les 2 ou 3 ans.

M. Dufresne souhaite être compétitif au niveau de la qualité et non pas au niveau du prix. D'autres entreprises proposent le même type de service mais par exemple elles ne font pas nécessairement les mêmes traitements.

La clinique a toujours acquis de nouveaux clients grâce au bouche-à-oreille; pourtant, il faut aussi capter l'attention des personnes qui ne le connaissent pas. Une fois découverte, l'entreprise n'a pas de mal à obtenir la confiance et la fidélité de ses clients.

La Solution : Un Pack Expert comprenant : le site internet,

du référencement boosté, de l'investissement média et des modules de fidélisation client.

« Avant j'étais chez un concurrent, mais je me suis aperçu que les résultats n'étaient pas concluants. » Pour augmenter sa visibilité, M. Dufresne a commencé doucement, en s'inscrivant sur divers annuaires pour améliorer sa visibilité. *« J'ai fait un peu de publicité sur Internet mais avec le temps, j'ai décidé d'émigrer vers des solutions plus performantes. »* Son site donne à l'entreprise une image professionnelle. Les clients s'y rendent pour découvrir les services proposés et en savoir plus sur les bienfaits des traitements laser entre autres. Le pack Expert comprend une garantie de visites mensuelle et avec notre module Reviews, les clients ont l'occasion de laisser des avis directement sur le site, ce qui améliore le référencement. Avec le module Newsletter, M. Dufresne a également la possibilité d'envoyer des newsletters à ses clients pour leur partager les nouvelles promotions, leur donner des conseils ou encore les informer sur les avancées dans le secteur.



Les Résultats : une vitrine en ligne professionnels et de nouveaux clients

« À mon âge, je ne suis pas trop internet, Facebook ou autre..., je ne suis pas très actif sur mon site web, je me contente de répondre aux courriels que je reçois. » Mais il semblerait que la participation minimale de M. Dufresne porte tout de même ses fruits. Le site de la clinique rapporte entre 500 à 1000 visites par mois. D'après Monsieur Dufresne, l'entreprise gagne environ deux clients par semaine grâce au site. Comme les clients reviennent, il a l'occasion de bâtir des relations sur le long terme. De plus, plus de clients induit aussi plus de bouche à oreille. C'est un cercle vertueux

pour l'entreprise. L'aspect esthétique du site est essentiel pour attirer ses clients plus difficiles, les jeunes entre 18 à 24 ans qui ont des attentes très hautes et qui sont très influencés par les images et les médias.

« Je trouve que mon site est bien. Tout est ben beau. Le référencement porte ses fruits donc je suis satisfait. »



Retrouver le site web de l'entreprise sur
www.cliniquedagenais.com