

★ Étude originale

management de l'entreprise comment vos clients utilisent internet

Alison Chatard¹
Marine Hugonnard²

¹ Ancienne étudiante 5A CHEV
Campus vétérinaire de Lyon
VetAgro Sup
69280 Marcy l'Etoile

² PhD, Maître de conférences
Unité Médecine Interne
des Animaux de Compagnie.
Université de Lyon
VetAgro Sup
69280 Marcy l'Etoile

Objectifs pédagogiques

Comprendre comment et pourquoi les propriétaires utilisent internet comme source d'informations médicales pour leur animal de compagnie.

Comprendre quel regard les propriétaires portent sur les informations trouvées en ligne.

Connaître les conséquences de ces recherches sur le propriétaire, sur le vétérinaire et sur la relation vétérinaire/propriétaire.

Essentiel

Les trois quarts des propriétaires interrogés pour cette étude consultent internet pour la santé de leur animal de compagnie.

Les propriétaires peuvent avoir un sens critique par rapport à leurs recherches sur internet et leur confiance en les informations trouvées n'est pas absolue.

Comment les informations que votre client a glanées sur internet se révèlent être un atout dans la pratique de la médecine vétérinaire et dans la communication avec votre client ?

Alors qu'internet est de plus en plus utilisé comme source d'informations médicales par les propriétaires d'animaux de compagnie*, le praticien perçoit souvent les questions générées comme une possible remise en cause de ses dires et une perte de temps lors de la consultation.

Or, ce média, rapidement accessible et gratuit, séduit 40 p. cent des propriétaires qui ont pour premier réflexe de consulter Internet lorsqu'un animal est blessé ou malade, selon une étude publiée aux États-Unis en 2010 [8].

En France, les recherches concernant les animaux de compagnie ont augmenté de 23 p. cent sur Google en 3 ans (de juillet 2010 à mai 2013) [2].

Comment les propriétaires d'animaux de compagnie utilisent-ils ce média ? Quelle est l'influence de leurs recherches sur une consultation vétérinaire ?

Pour tenter de répondre à ces questions, une étude a été réalisée auprès de 239 clients se rendant en consultation à VetAgro Sup - campus vétérinaire de Lyon (cf. encadré matériel et méthode).

FRÉQUENCE ET TYPES D'INFORMATIONS RECHERCHÉES

Parmi les propriétaires de l'étude, les trois quarts sont déjà allés sur internet pour rechercher des informations sur la santé de leur animal [1].

La plupart des propriétaires sont toutefois des utilisateurs occasionnels (62 p. cent) : ils effectuent des recherches moins d'une fois

NOTE

* Un adulte français sur deux a déjà consulté internet pour rechercher des informations sur la santé [6].

Encadré - Matériel et méthode

En avril 2013, un questionnaire a été distribué à 260 propriétaires d'animaux qui venaient consulter au Centre Hospitalier d'Enseignement Vétérinaire pour les Animaux de Compagnie (CHEVAC) de VetAgro Sup, campus vétérinaire de Lyon.

N'ont pas été interrogés pour des raisons pratiques les propriétaires se rendant au service des urgences ou ayant un animal hospitalisé.

Parmi les propriétaires qui ont reçu le questionnaire, 239 ont répondu, soit un très fort taux de réponse de 92 p. cent.

Le questionnaire, comportant 26 questions à réponses fermées, abordait trois grands thèmes :

1. l'utilisation d'Internet par les propriétaires d'animaux de compagnie (profil des utilisateurs, informations recherchées, sites préférés) ;
2. la perception des données trouvées en ligne par les clients (fiabilité et émotions engendrées) ;
3. l'influence d'Internet (sur une consultation et la relation vétérinaire/propriétaire).

par mois, voire moins d'une fois par an [1].

Les propriétaires recherchent de manière privilégiée des informations sur :

- une maladie ;
- un symptôme ;
- une race [1].

En revanche, vos clients déclarent rechercher rarement des informations sur :

- un vétérinaire ;
- les médecines douces ou alternatives ;
- les interactions avec d'autres propriétaires [1].

Pas de profil type

Tous vos clients sont de potentiels "internauts santé". En effet, aucune relation n'a été établie entre la fréquence d'utilisation de ce média pour leur animal de compagnie et l'âge, le sexe, la situation familiale, le motif de consultation ou la profession des propriétaires [1].

De même, les nouveaux propriétaires ne consultent pas plus en ligne que les propriétaires plus expérimentés. Toutefois, les clients qui utilisent de manière générale régulièrement internet sont plus enclins à aller rechercher des informations en ligne pour leur animal de compagnie [1].

RUBRIQUE