

Les Médecins Maîtres-Toile

[Accueil](#) ▶ [E-Santé](#) ▶ [Editoriaux](#) ▶ A quoi servent leurs pages "contact" ?

Publié le : 14 octobre 2005

 **Imprimer cet article**

Auteur :
Gérald Bernardin



A quoi servent leurs pages "contact" ?

On peut parfois légitimement se demander à quoi servent les pages "contact" des sites s'ils ne prennent jamais la peine de répondre aux mails...

Récemment, alors que je mettais à jour la liste des [CDRoms médicaux](#), j'ai eu l'occasion de visiter plusieurs sites pour obtenir quelques renseignements complémentaires et suis donc passé par la page contact de ces sites.

Sur le site de la [LEEM](#), j'ai écrit un long mail concernant la diffusion des CDRoms par les Laboratoires.

Sur le site [Etiosanté](#), je demandais une précision sur la distribution d'un de leur produit.

Sur le site [Groupe Cellulite](#), je demandais s'ils pensaient mettre en téléchargement direct leur logiciel CelluliScore.

Et sur le site [Sanofi-Aventis](#), je posais une question relative à la distribution d'un de leurs logiciels.

Trois semaines après, je n'ai toujours aucune réponse !

Et je peux vous assurer que mes courriels étaient à la fois précis et concis, courtois et parfaitement identifiables avec mes coordonnées, les adresses de mes différents sites qui donnent une idée précise de ce que je fais sur Internet !

Rien à voir avec un spam, des questions ubuesques ou du langage SMS.

Dans ces conditions, quel intérêt à mettre des pages "contact" sur leurs sites ?

Est-ce pour donner l'illusion à l'internaute qu'il est un visiteur important, qu'il peut entrer en contact avec eux et qu'ils sont à son écoute ?

Il n'y a donc personne sur leurs sites pour lire les courriers, faire le tri, dispatcher aux intéressés et simplement, en quelques mots, prévenir le visiteur que sa question a été prise en compte ?

Si on peut comprendre cette attitude pour un site personnel (manque de temps, de moyens), c'est difficilement compréhensible pour un site commercial. Ce type de comportement où le visiteur est totalement négligé dès l'instant où son clic a fait grimper le compteur de visites, n'est pas très glorieux.

Cela me rappelle 2001, pour [le Cahier Informatique du Quotidien du Médecin](#) du 17 mai, j'avais visité les sites des 18 principaux éditeurs de logiciels médicaux et je leur avais posé une question relative à leurs logiciels par l'intermédiaire de leur page contact.

Dix n'avaient pas répondu !

La années passent mais les sites me semblent toujours plus prompts à glaner les adresses mails des internautes pour les inonder de news-letters indigestes ou insipides qu'à répondre à leurs préoccupations.



 [Imprimer cet article](#)

