

RAPPORT SUR L'ESTHÉTIQUE MÉDICALE

REVUE POUR LE SUCCÈS DE VOTRE SPA ESTHÉTIQUE

NUMÉRO 2 · PRINTEMPS 2008

À L'INTÉRIEUR DE CETTE PUBLICATION

PAGE 2

Détrôner la cellulite
du premier coup!

PAGE 3

La thérapie photodynamique
Une approche thérapeutique unique
pour le traitement des kératoses
actiniques (KA)

PAGE 4

Découvrez la nouvelle
seringue Teosyal!

PAGE 5

Lancement d'UltraShape^{MD} dans
votre cabinet : une réussite!

PAGE 6

Mon expérience
avec ProFractional^{MD}

PAGE 7

Présentation du Programme
préférentiel pour vendeurs
de Clarion Medical Technologies^{MC}

PAGE 8

Venez participer au
8^e atelier « Masters :
Les techniques de
pointe en esthétique »



DAN WEBB
*Chef de la direction,
Clarion Medical
Technologies^{MC}*

Grâce à vous, nous nous approchons rapidement de notre 20^e année de services et de soutien au marché canadien des secteurs médical et de l'esthétique. Au fil des ans, nous avons assisté à de nombreux changements qui sont intervenus en matière de technologie et d'approches du marché. À nos débuts, nous n'étions qu'un fournisseur de technologie au laser. Au fur et à mesure de l'évolution du marché, nous avons aussi suivi sa progression! Nous sommes aujourd'hui un fournisseur de services intégraux en solutions d'esthétique. Notre gamme de produits propose désormais un vaste éventail de sources d'énergie de pointe : lasers, radiofréquence, ultrasons focalisés, Levulan, remplisseurs dermiques AH et produits cosmétiques et pharmaceutiques. En raison de cette évolution, nous sentions que le moment était venu de réexaminer notre identité, notamment notre nom.

Coherent-AMT est devenu **Clarion Medical Technologies^{MC}**! Ce sera un nom distinctivement canadien qui, avec votre concours représentera un partenaire de taille du secteur de l'esthétique au Canada. Coherent était un nom emprunté lié au monde du laser. Ce nom nous a bien servi au cours des 20 dernières années; nous avons cependant hâte aux 20 prochaines années en tant que Clarion, fournisseur de services intégraux en solutions d'esthétique du marché canadien. J'aimerais profiter de cette occasion pour vous remercier à nouveau de votre appui continu. L'avenir du secteur de l'esthétique s'annonce fort prometteur et nous avons hâte de nous associer à vous afin d'atteindre l'immense potentiel que cela représente.

GESTION DU CABINET

Ciblez votre client pour profiter au maximum de votre budget de marketing



LOUISE LAMBERT
*Présidente,
Solutions du marché médical
Leaders canadiens des spécialistes
en marketing de l'esthétique*

Les activités publicitaires et promotionnelles sont des investissements qui contribuent à l'expansion de votre cabinet. Vous voulez cependant tirer le maximum de votre budget de marketing. Comment devez-vous alors répartir vos ressources limitées en vue d'obtenir les meilleurs résultats? Ne pensez pas seulement à l'endroit où vous placez vos annonces mais, tout aussi important, au client que

vous visez et à ce que vous essayez de lui communiquer. Vous devez d'abord définir qui est votre client potentiel.

Ciblez votre marché avec un texte et une mise en page appropriés

Le client ou patient potentiel n'a que quelques secondes pour lire le message et prendre une décision. Si vous adaptez votre

annonce et lui parlez directement, il y a bien plus de chances qu'il envisage d'utiliser vos services. Déterminez qui est votre client idéal et attirez-le directement. Plus vous rédigez un message qui cible un client particulier, mieux c'est. Étudiez les clients qui utilisent vos services et identifiez leur âge, leur zone résidentielle, leur profession, leur situation de famille, leur origine ethnique, leur étape de la vie et leur niveau de revenu, afin de déterminer les genres et les emplacements des médias, ainsi que les options de traitement correspondantes qui seraient les plus en demande auprès de ces groupes. Nos statistiques nationales nous révèlent que la majorité de nos clients sont des femmes de 35 à 55 ans dont l'âge moyen est de 45 ans, qu'elles sont mariées, et que le revenu de leur ménage dépasse les 60 000 \$. Mais, vous voudrez sans doute effectuer votre propre analyse de votre région, afin de déterminer qui sont vos clients.

Détrôner la cellulite du premier coup!

« **Le ThermoTip^{MC} CL, est conçu pour améliorer l'apparence de la cellulite sur la région des cuisses et des fesses en un seul traitement** ».



ANNETTE SUMMERS
Chef de produit, Thermage

Selon une étude publiée en 2007 par le *Millennium Research Group*, près de 90 % des femmes sont affectées par la cellulite à divers degrés, et la demande de traitements non invasifs aux États-Unis devrait presque doubler d'ici 2011 pour atteindre le nombre de 750 000 procédures par année. Le besoin grandissant chez la femme de combattre la cellulite est ce qui a encouragé Thermage à développer et lancer le NOUVEAU ThermoTip^{MC} CL lequel « *élimine la cellulite en un seul traitement* ». Ce produit innovant est conçu pour améliorer l'apparence de la cellulite sur la région des cuisses et des fesses en un seul traitement. Cette procédure *Cellulite* de Thermage et l'embout ThermoTip CL pour traitements sont le résultat de 21 mois de développement technologique et clinique.

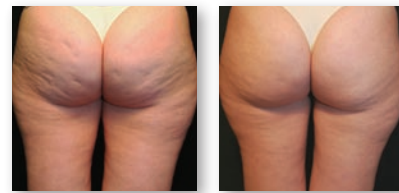
« Les évaluations cliniques ont démontré que la technologie Thermage^{MD} atténue de façon notable l'apparence de la cellulite après une seul traitement », affirme Stephen J. Fanning, président du conseil d'administration, et président et chef de la direction chez Thermage. « Nous avons conduit des recherches rigoureuses depuis le printemps 2006 afin de développer un embout pour traitements offrant des résultats optimaux pour nos clients et leurs patients. Le ThermoTip CL offre une option unique aux médecins qui veulent traiter la cellulite mais qui n'ont, jusqu'à présent, rien trouvé donnant des résultats significatifs en un seul traitement ».

« Plusieurs de mes patients ont de la cellulite, et malgré des exercices rigoureux et des régimes alimentaires, il n'y a pas grand chose qu'ils puissent faire pour en minimiser l'apparence », dit le Dre Karyn Grossman, dermatologue en cosmétique et propriétaire de cliniques à Manhattan, NY et Santa Monica, CA. « Je suis emballée à l'idée de pouvoir offrir à mes patients une option produisant des résultats en une seule séance, sans chirurgie, ni injections ou temps d'arrêt.

Le procédé novateur d'échauffement en profondeur ThermoTip CL de Thermage aide à améliorer l'apparence de la cellulite :

- en restaurant le collagène dans les tissus conjonctifs, et l'élasticité dans les septae fibreuses (pour lisser la surface de la peau)
- en améliorant la circulation et le métabolisme dans les tissus prédisposés à la cellulite (pour réduire les fluides).

Un seul traitement par le D^{re} Silvia Cuevas



Avant
Après
6 mois après le traitement

Satisfaction du patient

Les patients qui ont essayé d'autres traitements de cellulite mais sans succès verront les avantages suivants:

- Lissage des creux et amélioration de la texture de la peau
- Un seul traitement avec des résultats durables
- Pas de chirurgie ou d'injections, peu ou pas de temps d'arrêt

Avantages du médecin

Les cabinets qui ajoutent la procédure Cellulite à leurs traitements peuvent s'attendre à :

- Augmenter leur taux de rentabilité
- Diminuer les coûts de démarrage lorsque comparés à d'autres systèmes
- Offrir une technologie approuvée et bénéficier d'un excellent appui pour leur cabinet

Pour tout autre renseignement, veuillez visiter le site www.thermage.com ou communiquez avec votre représentant chez Clarion Medical Technologies^{MC} au 1-800-668-5236.

Thermage^{MD}
Remodeler l'avenir



OFFRE POUR UN TEMPS LIMITÉ

Pour un temps limité seulement, vous pouvez vous procurer un emballage de 3 embouts *Deep Contouring Tips* et 3 embouts pour cellulite. Épargnez 10 % au moment de commander cet emballage offert pour un temps limité.

Lorsque vous commandez ces ensembles promotionnels, veuillez indiquer cette référence :

Thermage 900 Rep Tip Promo
OU
Thermage 1200 Rep tip Promo

La thérapie photodynamique Une approche thérapeutique unique pour le traitement des kératoses actiniques (KA)



D^r STUART MARCUS, MD, Ph.D.

La thérapie ciblée détruit les kératoses actiniques de grade I ou II

La thérapie photodynamique Levulan (système PDT), utilisant le diffuseur de lumière bleue BLU-U^{MD} de la thérapie photodynamique, est un traitement de pointe en 2 étapes pour traiter les kératoses actiniques d'épaisseur minimale à modérée (grade 1 ou 2) du visage et du cuir chevelu (des KA qui ne se sont pas encore larges et épaisses). Le système est unique parce qu'il utilise un médicament sensible à la lumière pour détruire les KA. Ce système est constitué de traitements avec la solution topique à 20 %, kerastick Levulan^{MD} et le diffuseur de lumière bleue BLU-U de la thérapie photodynamique (BLU-U). Le PDT s'effectue sous contrôle de médecins et est contre-indiqué chez les patients présentant une photosensibilité cutanée lorsqu'exposés à des longueurs d'ondes allant de 400 à 450 nm, chez les personnes atteintes de porphyries ou d'allergies connues aux porphyrines ainsi que chez des patients ayant une sensibilité connue à tout composant de la solution topique à 20 %, kerastick Levulan^{MD}.

Résultats cliniques

Guérison complète démontrée chez un pourcentage élevé de patients :

À 8 semaines...

- **75 % des lésions KA ont disparu** chez 77 % des patients traités au Levulan PDT versus 18 % des patients traités avec un excipient.
- **100 % des lésions KA ont disparu** chez 66 % des patients traités au Levulan PDT versus 11 % des patients traités avec un excipient.

À 12 semaines...

- Chez 83 % des patients traités au Levulan, 75 % des lésions du visage ont disparu, et chez 58 % des patients, 75 % des lésions du cuir chevelu ont disparu.
- Chez 70 % des patients traités au Levulan, 100 % des lésions du visage ont disparu, et chez 53 % des patients, 100 % des lésions du cuir chevelu ont disparu.

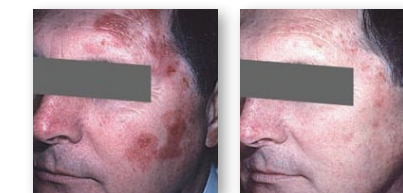
Gérer les attentes

Le Levulan PDT présente un pourcentage élevé d'efficacité chez les patients appropriés, cependant la sélection appropriée du patient nécessite l'évaluation d'une gamme de facteurs.

Gérer les attentes des patients constitue une partie importante du processus thérapeutique.

Les patients traités au Levulan PDT devront être informés que :

- Durant le traitement à la lumière, des sensations de fourmillement, de picotement, de piqûre ou de brûlure pourront être ressenties sur les lésions KA traitées;
- Ces sensations d'inconfort devraient diminuer à la fin du traitement puis disparaître dans un délai pouvant varier entre une minute et 24 heures suivant la fin du traitement BLU-U;
- Après le traitement, les KA traitées et possiblement la surface avoisinante peuvent présenter des rougeurs, de l'enflure et de la desquamation. Ces effets sont cependant temporaires et devraient disparaître complètement dans les 4 semaines suivant le traitement;
- Lors de deux essais cliniques de phase III, de vives sensations de piqûre et/ou brûlure sur une ou plusieurs lésions traitées ont été reportées par au moins 50 % des patients à un certain moment durant le traitement;
- Moins de 3 % des patients ont abandonné la photothérapie en raison de sensations de piqûre ou de brûlure.



Avant
Après

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec votre représentant de Clarion Medical Technologies^{MC} au 1-800-668-5236.

Appelez et commandez dès maintenant notre NOUVEAU matériel éducatif pour patients!

Commandez-le par courriel à : consumablesorders@coherent-amt.com

Vous devez retenir leur attention dans vos annonces.

Nous vivons dans une société de surcommunication et notre attention a diminué en raison de l'abondance des médias. Ne présumez jamais que les gens porteront attention à votre annonce. Sachez plutôt que vous devez détourner leurs pensées d'images puissantes et des distractions présentes dans leur esprit. Les annonces qui énumèrent tous vos services peuvent être informatives, mais retiennent-elles l'attention de votre client potentiel? Les annonces traditionnelles « tapageuses » et trop bavardes rendent le client raffiné d'aujourd'hui totalement indifférent, car il sent la pression de la vente. Dites donc tout simplement la vérité à vos clients éventuels. L'une des campagnes les plus réussies auprès de mes clients était le titre d'une annonce qui disait : « Regardons les choses en face, vous ne pouvez éviter les ridules et les rides ».

- Pensez à ce qui vous démarque et aux raisons pour lesquelles quelqu'un pourrait vouloir venir à votre centre.
- Il faut que cela ait du sens. La crédibilité est cruciale. Dites à vos clients comment et pourquoi votre service ou procédure peut leur donner ce qu'elle leur promet.

Il peut être difficile de faire ressortir votre annonce, mais cela produit les résultats que vous recherchez, c'est-à-dire de faire sonner le téléphone avec des appels de clients éventuels. À partir de là, votre personnel s'occupe de fixer leur rendez-vous et de les transformer en nouveaux clients.

Assurez-vous que votre annonce paraisse au bon endroit et au bon moment pour votre client éventuel.

Pensez aux journaux locaux qui ciblent des quartiers particuliers où habitent vos clients. Envisagez le moment où votre client pourrait le plus faire appel à un service donné et annoncez à ces moments-là.

Lorsque vous placez une annonce, n'acceptez pas une place dans le journal où votre annonce avoisine celles de vos concurrents. Négociez la position de vos annonces et essayez de les faire placer aux endroits les plus souhaitables.

Une autre règle publicitaire à envisager est la fréquence de l'annonce. La fréquence d'une annonce donne des résultats. Ne vous attendez pas à publier une annonce une seule fois, puis à l'abandonner, sans lui donner une bonne chance d'accomplir son travail. La répétition a ses vertus. Vous voudrez sans doute faire le suivi des réponses afin de voir si une annonce particulière fonctionne. Assurez-vous que votre réceptionniste demande aux clients comment ils ont entendu parler de votre cabinet. Le but de votre annonce est de faire sonner le téléphone, pas nécessairement d'établir une image de marque. Si vous collaborez avec une agence publicitaire qui vous suggère autre chose, vous pourriez envisager de prendre d'autres dispositions.

Prochain numéro : Stratégies promotionnelles qui sont bonnes pour votre budget

TEOSYAL® Découvrez la NOUVELLE seringue Teosyal!



DARLEEN RICHARDSON

Formatrice clinique et spécialiste en techniques d'injections, Clarion Medical Technologies Inc.

Les produits de comblements dermiques Teosyal, qui jouissent toujours d'une excellente réputation, sont maintenant disponibles dans de nouvelles seringues en verre. Conçues par Teoxane, elles confèrent non seulement

une fluidité et une uniformité sans précédent durant l'injection, mais assurent également stérilité et fiabilité. Ces seringues plus petites et à démarcations facile à lire offrent un meilleur contrôle aux personnes ayant de petites mains. Elles ont aussi l'avantage de mesurer les volumes de façons claires et concises. De plus, un piston robuste plus court avec embout cylindrique triple permettant un ajustement serré constitue une des nouvelles caractéristiques de ces seringues.

La nouvelle fermeture Luer lock de la seringue en verre possède un double embout vissé. La soupape intégrée scelle automatiquement le cylindre afin d'empêcher tout écoulement et toute contamination. Il est extrêmement important de ne pas tordre ou faire pivoter la partie de la fermeture Luer lock qui est solidaire du corps de la seringue car cela détruirait l'étanchéité de la soupape et provoquerait l'écoulement du produit.

Nous, à Clarion Medical Technologies Inc, sommes systématiquement à l'écoute de vos réactions à propos de Teosyal. Nous continuons de concentrer nos efforts à vous fournir, non seulement les meilleurs acides hyaluroniques sur le marché, mais également la meilleure seringue pour les administrer. Nous espérons que ce changement sera bien accueilli par tous, et que ceux d'entre vous qui n'ont pas encore essayé Teosyal, conviendrez que c'est une autre excellente raison d'en faire l'acquisition pour votre cabinet.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec votre représentant de Clarion Medical Technologies^{MC} au 1-800-668-5236.

Bientôt disponible dans la NOUVELLE seringue en verre.



« J'ai utilisé les produits, Restylane, Juvederm et KISS. Je préfère KISS car c'est celui qui cause le moins d'enflure. »

D^{re} Mathieu-Serra

Lancement réussi d'UltraShape^{MD} à votre cabinet



D^r TOM Y. WOO, MD, FRCP



D^{re} JANIS P. CAMPBELL, MD, FRCP

Le lancement réussi d'une nouvelle technologie à votre cabinet est un processus en deux étapes. Premièrement, le marketing interne est un moyen selon lequel vous et les membres de votre personnel devenez motivés, renseignés et emballés d'offrir le nouveau traitement. La pratique du marketing externe vous permet ensuite d'appuyer les initiatives internes, tout en déclenchant un besoin visant à la fois les clients ou patients actuels et potentiels. Ces deux genres de marketing sont d'égale importance pour le lancement réussi d'une nouvelle procédure.

Pratique du marketing interne

Le lancement d'une nouvelle technologie, surtout lorsqu'elle est aussi novatrice qu'UltraShape^{MD} exige un engagement, non seulement de la part du médecin, mais surtout, de la part des membres du personnel qui créent une première impression chez les patients. Former tout le monde depuis les infirmières, les gestionnaires de bureau et la réceptionniste est essentiel au succès de tout nouveau traitement offert, surtout lorsqu'il exige un investissement important. Permettre aux employés d'être vos premiers patients pour cette nouvelle technologie est un bon moyen pour eux d'essayer le traitement de prime abord, puis d'être capable de parler en toute confiance de leur expérience à vos patients. En créant ces défenseurs internes, cela vous donne un personnel emballé et confiant lorsqu'il parle d'UltraShape^{MD} à tout moment lors du contact avec le client, que ce soit au téléphone, par courriel ou en personne.

Éduquer les patients actuels qui sont déjà familiers avec vos procédures d'esthétique médicale est la première étape en vue de susciter l'intérêt du client. Assurez-vous de mettre à la disposition de vos patients du matériel éducatif tel les brochures à l'intention des patients, des classeurs informatifs qui présentent des photos avant et après, des affiches et des vidéos jouées en boucle dans votre salle d'attente ou vos salles de consultation; ce sont-là des facteurs de succès. Un autre moyen d'attirer l'attention de vos clients actuels, et même de vos clients éventuels, est d'organiser un

séminaire éducatif pour les patients ou une journée portes ouvertes à votre cabinet ou clinique, essentiellement dans le but de renseigner les participants sur UltraShape^{MD}. D'autres outils internes pour susciter l'intérêt des patients sont les suivants :

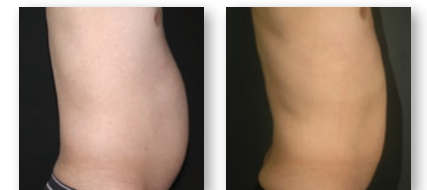
- Créer un message d'attente téléphonique indiquant qu'UltraShape^{MD} est maintenant disponible à votre cabinet
- Annoncer la NOUVELLE procédure UltraShape^{MD} sur le site Web de votre cabinet
- Ajouter un lien vers le site Web UltraShape^{MD} sur le site Web de votre cabinet
- Vous inscrire au localisateur de médecin UltraShape^{MD} sur le site Web www.ultrashape.com

Pratique du marketing externe

La pratique du marketing externe est un moyen efficace d'appuyer les initiatives internes que vous prenez auprès de vos clients actuels et c'est aussi une méthode qui vous permettra de susciter l'intérêt de vos clients éventuels. Envoyer un communiqué de presse aux médias locaux est une excellente façon de générer de l'intérêt sur votre marché. C'est un moyen de retenir l'attention des journaux locaux, des publications de revues, ainsi que des stations de télé locales. La publicité croisée, en collaboration avec un centre de conditionnement physique ou de mieux-être réputé, est une autre méthode pour atteindre des patients éventuels qui pourraient être intéressés à en apprendre davantage au sujet d'UltraShape^{MD}. D'autres outils de la pratique du marketing externe sont les suivants :

- Annoncer UltraShape^{MD} dans un bulletin
- Envoyer une annonce de publipostage ou une annonce à vos patients actuels par courriel
- Organiser un séminaire éducatif à l'intention des patients à l'extérieur de votre cabinet

Les marketing interne et externe sont indissociables. Pour réussir le lancement d'une nouvelle technologie comme UltraShape^{MD} à votre cabinet, il est essentiel de reconnaître que, même si vous n'utilisez pas toutes les méthodes de marketing ci-dessus, il est crucial d'incorporer des outils de marketing interne et externe.



Avant

Après



Avant

Après

Pour plus de renseignements, veuillez consulter www.ultrashape.com ou communiquer avec votre représentant de Clarion Medical Technologies^{MC} au 1-800-668-5236.

Mon expérience avec ProFractional^{MD}



D^r ROBIN C. BILLICK, MD
Chef, Division de dermatologie
Professeur agrégé de médecine
Département de dermatologie de l'Université McGill
Chirurgie dermatologique et micrographique de Mohs

Le laser ProFractional Er:YAG est devenu l'un des traitements auxiliaires les plus inestimables de mes pratiques reconstructives cosmétique et médicale. Cela m'a permis d'adapter entièrement chaque traitement aux besoins et aux attentes de mon patient.

Techniques et précautions thérapeutiques

En utilisant un motif numérisé de 6 x 6mm à 20 x20 mm, le laser couvre rapidement la zone de traitement désirée. Le temps d'arrêt est généralement de 24 à 48 heures, selon la profondeur de la pénétration (25 à 1200 microns). En utilisant un anesthésique topique à 23 % de lygnocaïne et à 7 % de tétracane, la majorité du relissage est pratiquement indolore jusqu'à une profondeur de 250 microns. Au-delà de 250 à 500 microns, des dispositifs de refroidissement aident à réduire l'inconfort. Les procédures ProFractional plus profondes de 500 à 800 microns et d'ablation de 5 à 10 %, sont extrêmement utiles pour les cicatrices profondes d'acné; toutefois, une infiltration locale de lygnocaïne et des blocages pourraient être nécessaires. Ces paramètres élevés ne devraient pas être utilisés sur la peau périorbitale. On doit faire preuve de précaution et éviter de traiter des patients ayant une atrophie causée par l'usage de stéroïdes, les patients immunodéprimés et les patients venant de recevoir de l'Accutane. Bien que les patients présentant de l'acné, une fois traités avec de l'Accutane, pourraient être très impatients d'améliorer encore davantage leur apparence retouchée; ils doivent éviter la thérapie au laser ProFractional pendant 6 à 12 mois après un traitement à l'Accutane avant de commencer un programme d'atténuation des cicatrices.

Attentes ultérieures au traitement

D'après mon expérience, avec le traitement ProFractional le patient semble avoir immédiatement quelques saignements fins et des résultats semblables à des coups de soleil pendant 24 à 48 heures, mais cela peut être aisément dissimulé avec le maquillage. Un traitement radical peut

parfois causer un œdème périorbital, mais cela disparaît rapidement en quelques jours. Le traitement répété avec ProFractional (c.-à-d. 2 à 4 traitements) est optimal, cependant un seul traitement peut donner une amélioration significative du photovieillissement et des cicatrices d'acné si les paramètres d'énergie appropriés sont choisis.

Thérapies combinées

J'ai trouvé que la lumière pulsée intense et, plus récemment, la source lumineuse à large bande (BBL) a été l'une de nos procédures les plus efficaces de rajeunissement pour la peau endommagée par le photovieillissement. Effectuer d'abord un traitement de BBL, suivi immédiatement d'un traitement au laser ProFractional aide doublement à contrer le photovieillissement; le temps d'arrêt demeure d'environ 24 à 48 heures. De même, le traitement a été réussi avec l'utilisation de la dermabrasion au microlaser (micro laser peel (MLP)), combiné au ProFractional. Environ 30 microns de MLP, suivis du ProFractional, est un traitement plus radical, mais plus bénéfique que l'un ou l'autre de ces traitements utilisés seul. Le temps d'arrêt augmente à environ 5 à 7 jours, en raison du traitement plus énergétique. Un traitement radical peut donner une amélioration clinique en une seule séance; toutefois, des séances de traitement multiples avec le ProFractional, qui sont moins traumatisantes, permettent d'obtenir des clients satisfaits qui reviendront volontiers pour des traitements répétés, et qui donneront des témoignages positifs à leurs amis. De plus, je combinerai ces traitements à du Botox^{MD} et à des remplisseurs, le cas échéant.

En ayant la souplesse de gérer le degré de la force avec laquelle je désire effectuer mes traitements à l'aide de ProFractional, cela m'a permis d'adapter chaque séance de thérapie à chaque patient. Cette souplesse combinée aux résultats supérieurs de ProFractional en fait la solution fractionnelle idéale pour mon cabinet.

Pro Fractional^{MC}

La solution globale Fractional



Avant

Après

Pour plus de renseignements, veuillez consulter www.sciton.com ou communiquer avec votre représentant de Clarion Medical Technologies^{MC} au 1-800-668-5236.

« Le Sciton ProFractional est un merveilleux complément à ma pratique. Les résultats cliniques constatés sont au-delà de mes espérances, et la satisfaction de mes patients ne pouvait pas être plus positive.

Je trouve que le ProFractional est un ajout approprié car sa souplesse d'utilisation et sa structure robuste font en sorte qu'il peut facilement être déplacé d'une pièce à l'autre. Cette addition ajoute ainsi un autre avantage à mon cabinet. »

D^r Robin C. Millick, MD

Un partenaire. Plusieurs avantages.

PRÉSENTATION DU PROGRAMME PRÉFÉRENTIEL POUR VENDEURS DE CLARION

Avec notre Programme préférentiel pour vendeurs, les médecins peuvent maintenant s'assurer de bénéficier, non seulement des meilleurs prix sur les produits individuels, mais également de la possibilité d'acquérir la meilleure technologie de pointe.

Notre Entente préférentielle pour vendeurs permet de garantir à nos clients les meilleurs prix, en fonction de la valeur, sur chacun des éléments inclus dans l'Entente (technologie ou produits renouvelables). De plus, l'Entente préférentielle pour vendeurs accorde au cabinet un rabais sur la location en fonction de l'achat de produits renouvelables qualifiés.

Ces rabais seront automatiquement déduits de vos paiements de location futurs. Plus vous achetez des produits renouvelables qualifiés, plus votre paiement de location sera bas.

Découvrez la simplicité provenant d'une seule source :

- Optimisation de votre volume total d'achats
- Commandes et paiements simplifiés
- Soutien technique
- Prix compétitifs
- Location

Pour en apprendre davantage sur notre programme d'Entente préférentielle pour vendeurs, veuillez communiquer avec nous au 1-800-668-5236 pour obtenir le nom d'un représentant de votre région.

la simplicité
d'une seule
source!



Masters

ATELIER SUR LES TECHNIQUES DE POINTE EN ESTHÉTIQUE



Clarion Medical Technologies Inc. est heureuse d'accueillir le 8^e atelier « Masters : Les techniques de pointe en esthétique.

Cet événement de deux jours rassemblera les plus grands spécialistes au Canada en esthétique médicale qui partageront leurs techniques et technologies avant-gardistes pouvant émusser la réputation de votre cabinet déjà couronné de succès. Venez assister à des présentations didactiques, des démonstrations en direct, et comme toujours vous entendrez les plus récentes avancées technologiques du domaine de l'esthétique médicale.

Dates

Samedi 24 mai 2008

9 h à 17 h

Une petite réception (cocktail) suivra; style 5 à 7

Dimanche 25 mai 2008

9 h à 14 h

Les déjeuners et dîners sont fournis durant les deux jours

Endroit

The Fairmont Royal York

The Canadian Room

100 Front Street West, Toronto, Ontario M5J 1E3

Coûts

Médecins : 395 \$

Invités : 95 \$

Le transport et l'hébergement ne sont pas inclus dans le prix d'inscription

Hébergement

Les réservations pour l'hôtel peuvent s'effectuer au Fairmont Royal York.

Téléphone : 416-860-4584

Inscription

Site Web : www.aspirebecome.com/masters

Courriel : workshops@coherent-amt.com

Téléphone : 1-800-668-5236

UN PARTENAIRE

PLUSIEURS AVANTAGES

Anciennement connue sous le nom de Coherent-AMT, l'entreprise Clarion Medical Technologies^{MC} est au service des hôpitaux, des cabinets privés et des centres de mieux-être canadiens depuis 1989. Avec les meilleurs produits de sa catégorie, un soutien technique lauréat de prix, des programmes d'éducation exhaustifs et de nombreux autres services exclusifs, Clarion s'assure que vos besoins sont soutenus à chacune des étapes.

C'est notre mission d'établir des relations durables avec notre clientèle en offrant des solutions médicales qui améliorent leur vie et celles de leurs patients/clients. Notre engagement envers l'établissement de partenariats durables avec notre clientèle signifie que votre succès est le nôtre.

**CLARION**^{MC}
MEDICAL TECHNOLOGIES

125, chemin Fleming
Cambridge (Ontario)
Canada N1T 2B8

Pour un représentant Clarion Medical Technologies^{MC} de votre région, composez le 1-800-668-5236.

Consultez notre site Web à www.clarionmedical.com pour plus de renseignements sur tous nos produits et services.