

Les Echos **ÉTUDES**

Communiqué de presse – Mai 2015

Réussir sa stratégie digitale auprès des médecins

Objets connectés, réseaux sociaux, serious games, applications mobiles : comment répondre aux attentes des médecins généralistes et spécialistes ?

Le champ des solutions et services digitaux retenus dans cette étude

- Solutions et services utilisés par les médecins dans leur pratique médicale quotidienne : communautés de professionnels de santé/réseaux sociaux fermés, applications mobiles à usage professionnel, serious games, instruments médicaux connectés, création de sites web
- Solutions et services pouvant être prescrits ou recommandés par les médecins aux patients : sites Internet d'information, applications mobiles, serious games, objets connectés (tensiomètres, balances, glucomètres, bracelets capteurs d'activité...), communautés de patients

Méthodologie : une étude menée en deux phases

- Une phase qualitative
- Une dizaine d'entretiens approfondis semi-directifs menés en mars 2015 auprès de responsables digitaux de laboratoires pharmaceutiques (Sanofi), fabricants de dispositifs connectés et de solutions digitales pour les médecins (Visiomed), du CNOM (Docteur Jacques Lucas, vice-président et délégué général aux systèmes d'information en santé), de Vidal (Catherine Hubert, directrice de la Division Industrie Pharmaceutique de VIDAL France), de Meditailing (Docteur Antoine Poignant, président du groupe EuroHealthNet et co-fondateur de Connected Doctors). Ainsi que de médecins « connectés » experts du digital : Docteurs Loïc Etienne (e-Docteur), Dominique Dupagne (Atoute.org), Nicolas Postel-Vinay (automesure.com, HEGP), Eric Couhet (Connected Doctors)
- Une revue synoptique des services et des dispositifs digitaux proposés en 2015 aux médecins (tous acteurs confondus)
- Une phase quantitative menée par Vidal auprès de 641 médecins en exercice
- Questionnaire on line administré auprès de 315 médecins généralistes et 326 spécialistes, du 16 mars au 6 avril 2015, traitement des données par tris à plat et tris croisés
- Critères de qualification des médecins : spécialités médicales (MG, cardiologues, dermatologues, rhumatologues, endocrinologues et pneumologues), âge, genre, lieu d'exercice et nombre de consultations réalisées quotidiennement
- Analyse conjointe (trade-off) permettant de comprendre les processus de choix des services / solutions digitales sur la base de 14 critères

Les consultants en charge de l'étude

Hélène Charrondière est directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes. Elle a publié au cours de ces dernières années une dizaine d'études qualitatives et quantitatives sur la télémédecine, la e-santé et la transformation digitale des entreprises de santé. Hélène Decourteix est consultante spécialisée dans le domaine de la e-santé. Hélène dispose de sept ans d'expérience à des fonctions

marketing/conseil et commerciales dans le secteur de la santé en B to B. En collaboration avec : Catherine HUBERT, Directrice de la Division Industrie Pharmaceutique de VIDAL France. Catherine a développé son expertise stratégique au sein d'une société d'étude de marché dédiée à la santé. Aujourd'hui, elle accompagne l'innovation et la transformation digitale de VIDAL au service des entreprises du médicament. Antoine Poignant, médecin, sociologue et Président du groupe EuroHealthNet et co-fondateur du réseau social Connected Doctors. Passionné de technologies, son expertise inclut les e-stratégies et le marketing digital à travers sa filiale Meditailing.

L'auteur de l'étude

Consultant indépendant spécialiste du luxe, Nicolas Boulanger suit le secteur depuis 15 ans. Avant de lancer en 2012 sa propre activité de conseil, il a occupé la fonction de Directeur du pôle Luxe d'Eurostaf/Les Echos Etudes. Nicolas Boulanger intervient également sur les thèmes du luxe pour Les Echos Formations en inter et intra-entreprise depuis 2004. Grâce aux études et aux missions qu'il réalise ainsi qu'à de nombreuses interventions en entreprises, il est en contact permanent avec les acteurs du marché.

Partenaires de l'étude

VIDAL construit, structure, met à jour et diffuse une base de connaissances contenant l'ensemble des informations nécessaires au bon usage et à la sécurisation de la prescription et la dispensation. Cette source est reconnue et utilisée par l'ensemble des professionnels de santé, tant médecins libéraux (100 % de couverture), qu'hospitaliers (95 % des MCO couverts) ou officinaux (85 %), apportant ainsi un taux de visibilité fort aux industriels. Depuis 10 ans, VIDAL accompagne l'évolution vers le digital en déployant les outils essentiels aux professionnels de santé dans ce nouvel environnement. Au-delà de sa place de leader des Bases de données interfacées au sein des logiciels d'aide à la prescription, en ville et à l'hôpital, VIDAL a également développé un écosystème de référence sur le web, à destination des professionnels de santé (Vidal.fr) et du grand public (Eurekasante.fr). En 2015, l'audience de l'écosystème web de Vidal est considérable : 1,1 million de visiteurs uniques par mois sur Vidal.fr et plus de 3 millions de visiteurs uniques par mois sur Eurekasanté.fr. Au global, chaque mois 190.000 professionnels de santé (médecins traitants, spécialistes libéraux, mixtes ou hospitaliers, pharmaciens d'officines et hospitaliers et paramédicaux) se connectent au moins 1 fois sur une source VIDAL. Ainsi, à travers son audience, VIDAL couvre l'intégralité du parcours de soin des patients. MEDITAILING est une agence conseil en santé digitale. Spécialiste du e-detailing (visite médicale à distance), du Marketing Digital et des e-services Santé, MEDITAILING augmente vos parts de marché, accroît la notoriété et le contenu d'image de vos Marques. Nous produisons des solutions digitales qui permettent de toucher vos clients et d'engager des interactions pour renforcer votre relation, votre contenu d'image, votre notoriété, ainsi que l'efficacité de votre force de vente. Nos solutions favorisent votre R.O.I. à chaque étape du cycle de vie produit. MEDITAILING dispose de son propre call center, basé à la défense. Equipé de la technologie du leader mondial, Teleperformance, le call center de Meditailing prend en charge tous types de campagnes, entrantes, sortantes, de fidélisation ou de conquête.

Fiche technique de l'étude :

« Réussir sa stratégie digitale auprès des médecins », à partir 2 950 € HT - 260 pages – Mai 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Hélène CHARRONDIÈRE

Tél : 01.49.53.89.18

hcharrondiere@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI
Tél : 01.49.53.22.80
skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).