

LE POISSON PILOTE

ACCOMPAGNE VOS INNOVATIONS



Accompagnement des stratégies numériques

. communication, e-réputation, webmarketing

. conseil, études, formation

Data protection officer

Digidocteur [Incubateur Inizià]

*Etude spécifique d'usages,
d'expérience et d'intérêt
sur le marché de la e-santé*

Jean-Marie Nazarenko

LE POISSON PILOTE

8 avenue de la Cible . Bât 7
13100 AIX-EN-PROVENCE

+33 6 86 67 30 38

jmn@lepoissonpilote.com

22/02/2018

CONTEXTE & BESOIN

Le projet Digidocteur prépare le développement d'un dispositif numérique à destination des médecins spécialistes et de leurs patients.

Concrètement, il s'agit d'une application pour smartphones, délivrant aux patients de l'information médicale sur la spécialité, soit avant la visite (pendant le temps passé en salle d'attente), soit après (à travers l'activation d'un QR code collé sur l'ordonnance).

La double vocation de ce service est de faire mieux connaître et comprendre au patient les aspects les plus complexes de la spécialité, d'une part ; et d'autre part de le sensibiliser au savoir-faire particulier du spécialiste, notamment lorsque ce dernier utilise des techniques particulières. La démarche est donc clairement d'ordre pédagogique, en tout premier lieu, même si les aspects marketing qu'elle « embarque » ne peuvent pas être niés (valorisation des spécialistes les mieux équipés, fonction de fidélisation et de rétention, participation à la diminution de la tension avant intervention, etc.). L'approche multimédia renforce le caractère pédagogique de la démarche, en l'appuyant sur des types de contenus dont les mobinautes sont de plus en plus friands (vidéo, imagerie 3D...).

Face à ces aspects les plus engageants de la proposition de valeur, le caractère innovant de l'application semble au premier abord assez léger. Mais paradoxalement, cette réserve pourrait constituer une chance pour le projet plutôt qu'un handicap : l'absence de complexité technologique dans l'usage lève dès le départ les freins à l'adoption qui sont souvent liés aux innovations de rupture.

Un objectif majeur : valider les hypothèses d'adoption et d'usage patient

Il est toutefois indispensable de valider plusieurs points avant de lancer le projet. C'est avec cette finalité que nous proposons notre intervention auprès de Digidocteur selon trois axes principaux, susceptible d'alimenter les motifs de « go » ou « no go » demandé par l'Incubateur Inizia. Cette intervention devra notamment permettre de valider :

- ⇒ qu'il existe bien un besoin d'accéder à un produit diffusant de l'information médicale sur les spécialités ;
- ⇒ qu'il n'y a pas de résistance psychologique majeure à l'idée de consulter des contenus, notamment visuels (vidéos), dont le réalisme cru rebute parfois les patients et heurte leur sensibilité ;
- ⇒ que l'acceptation théorique de l'idée pourra se prolonger dans un usage réel (téléchargement, conservation et utilisation de l'application), en tenant compte en particulier de la décroissance continue, depuis de nombreux mois maintenant, du nombre d'applications réellement utilisées par les mobinautes.

De façon secondaire, deux autres questions devront être validées, à notre sens, au moins partiellement :

- ⇒ l'existence réelle d'un couple utilisateur-client, et le fait que ce couple (le patient et le médecin) est bien en phase sur l'attente, notamment vis-à-vis de la typologie de contenus proposée (adéquation produit marché) – en gardant à l'esprit qu'en l'absence d'une adoption massive par les patients, il n'y a pas d'avenir pour un tel dispositif ;
- ⇒ le fait que les segments de marché hiérarchisés comme prioritaires par l'équipe de Digidocteur (ophtalmologistes et dentistes) sont bien les plus à même d'adhérer au produit, et qu'ils ne sont pas saturés de propositions équivalentes, qu'elles soient frontalement concurrentes (même avec d'autres technologies, ou « sans technologie ») ou qu'elles se présentent comme des solutions de contournement.

Enfin, à la marge, on profitera utilement de cette étude pour révéler, le cas échéant, des aspects particuliers du besoin, que ce soit chez les patients ou chez les médecins :

- ⇒ en comparant, en termes d'adoption et d'usage, avec des produits existants déjà proposés par les médecins pour faire comprendre leur spécialité ;
- ⇒ en identifiant les éventuels « faux amis » (médecins ayant besoin de l'attente du patient pour affirmer leur pouvoir médical, patients ultra-technophiles et « adopteurs volatils », etc.).

Methodologie

Pour répondre à ces enjeux avec des indicateurs fins et pertinents, il est nécessaire de conduire une rapide étude d'usage, en lui assignant notamment des objectifs forts en termes de compréhension des **ressorts de la décision d'utilisation chez le patient**. **C'est donc sur ces derniers que nous proposons donc de centrer cette étude, avant de lui donner un contrepoint grâce à quelques entretiens avec des médecins spécialistes.**

Afin d'opérer avec le maximum d'efficacité, **notre approche sera exclusivement qualitative.**

En effet, une approche quantitative, à travers par exemple un questionnaire auto-administré en ligne, introduirait un fort biais méthodologique si elle intervenait en première intention, et si le questionnaire n'était pas construit sur la base d'indicateurs forts que seuls des entretiens individuels sont en mesure de nous apporter. Elle conduirait alors inévitablement à donner une vision trop optimiste du marché, fondée sur la propension des participants à « répondre » systématiquement dès lors qu'ils ne sont pas confrontés à un produit utilisable. Nous réserverons donc cette approche à une éventuelle seconde phase, dédiée à acquérir une connaissance plus large et approfondie du marché, à des fins de test et de pré-commercialisation d'un produit abouti côté patient, et/ou de validation des hypothèses de prix côté professionnels de santé.

A travers les entretiens que nous conduirons, il s'agira tout autant de répondre avec finesse aux questions évoquées plus haut (besoin, attentes, freins à l'adoption...), que de faire surgir chez nos interlocuteurs des éléments de compréhension du service rendu et de réaction au dispositif proposé. Ces éléments devront être susceptibles d'aider l'équipe projet à affiner les fonctionnalités, l'ergonomie, la présentation et le marketing produit de l'offre qu'ils développent.

Afin de préparer au mieux cet effort, qui devra être bref et d'une efficacité optimale, nous proposons de valider l'ensemble du dispositif d'étude à l'occasion d'un workshop initial d'une demi-journée à Ajaccio, avec l'équipe projet et la chargée d'affaires.

Côté patients

Le cœur de l'étude résidera dans la **mise en œuvre d'une quinzaine d'entretiens avec des patients.**

Les patients seront choisis parmi notre panel patients et auprès des patients de notre panel médecins, selon une série de critères qui renforceront la pertinence de l'analyse. Il s'agit notamment leur représentativité en tant qu'utilisateurs potentiels de la solution : technophiles, usagers récents ou réguliers des deux spécialités concernées par l'étude. Il nous paraît en effet indispensable de cibler cette étude sur les early adopters potentiels, afin d'identifier les leviers à activer prioritairement au lancement de l'application. La compréhension d'un marché plus large pourra venir dans un second temps, notamment à travers une étude stratégique plus approfondie, mais cette première phase devant déboucher sur un « go / no go » doit avant tout dire si le cœur de cible existe, et sur quels critères il est mobilisable rapidement.

Les interviews, d'une durée d'une demi-heure environ, seront conduites selon la méthode de l'entretien semi-directif. Cette dernière permet à la fois de n'oublier aucun champ essentiel, et de laisser une grande liberté d'expression à l'interlocuteur.

La détermination de la grille d'entretien sera l'objet d'allers-retours avec l'équipe projet et avec la chargée d'affaires de l'Incubateur. Elle sera centrée sur trois temps forts :

- ↪ les usages numériques généraux, puis les usages numériques liés à la santé, puis les usages d'applications en situation de mobilité, d'attente, etc.
- ↪ l'intérêt individuel pour une meilleure compréhension des techniques liées à la spécialité concernée, le besoin d'« en savoir plus », le souci de « maîtrise » de leurs traitements – voire de « co-décision », etc.
- ↪ la présentation de la solution et la sollicitation de l'interlocuteur :
 - i. sur sa volonté d'adoption, sur les freins et les moteurs de cette adoption,
 - ii. puis sur les situations d'usage (salle d'attente, maison) et la capacité prescriptrice de la présentation d'un QR code dans différentes situations (affichage, flyer ou plaquette, ordonnance, emailing post visite...),

- iii. enfin, plus finement, sur les fonctionnalités, le type de contenus et l'interface – c'est-à-dire globalement l'expérience utilisateur proposée (UX/UI).

Côté médecins

Afin de valider une compréhension du marché complète et réaliste, il est nécessaire d'obtenir en complément un retour des professionnels de santé sur la pertinence du dispositif Digidocteur. Les médecins se trouvent en effet au cœur du modèle économique, et le succès de ce dernier dépend totalement de leur propension à souscrire un abonnement. Les ressorts de cette souscription sont évidemment intimement liés à la manifestation d'intérêt de leurs patients. C'est la raison pour laquelle nous ne mènerons ces entretiens qu'après avoir obtenu nos premiers retours des interviews patients.

Pour autant, il nous semble indispensable de confirmer qu'aucun frein majeur ne vient se mettre en travers de la route de Digidocteur chez les professionnels de santé. Deux écueils potentiels peuvent être identifiés, et nous nous efforcerons à travers cette phase de l'étude de démontrer s'ils constituent une réelle difficulté, ou si au contraire ils peuvent être facilement contournés – et comment. Il s'agit d'une part de leur sur-sollicitation générale par les acteurs du numérique, qui peut les conduire à un effet de lassitude *a priori* vis-à-vis de toute nouvelle proposition ; et d'autre part, de la présence dans leur environnement de diverses « solutions de contournement » (utilisation d'une solution concurrente, propositions génériques online et utilisation des sites santé grand public, proposition offline...) leur permettant de dire « non » avant même de s'être penché sur la réalité de la proposition, l'objection avancée étant alors le plus souvent liée au prix.

Pour mener ce complément d'enquête, nous sélectionnerons trois ou quatre professionnels représentatifs pour chacune des deux spécialités. Nous nous appuierons pour cela sur nos partenaires dans le secteur de la santé (voir plus bas « Pourquoi choisir le Poisson Pilote »), afin d'identifier dans notre panel les professionnels les plus à même de parler réellement au nom de leurs pairs, et disposant d'une connaissance fine des usages de leur secteur. Ce sont ces critères qui feront la qualité, la précision et la pertinence de ce volet de l'étude.

Ils seront interrogés en face à face ou par téléphone (hors BdR), à l'occasion d'entretiens portant sur les deux points évoqués plus haut. Les réponses-clés aux questions sur leurs besoins et leur capacité d'adoption de la solution, « habillés » de l'ensemble des verbatim recueillis, dessineront autant les leviers à activer que les freins à lever, les motivations affirmées que les inquiétudes cachées...

Une fois encore, la grille d'entretien sera préparée avec l'équipe et la chargée d'affaires de l'Incubateur.

Livrable

A partir des éléments collectés lors de ces entretiens, nous conduirons une analyse des motifs d'adoption de Digidocteur par le couple médecin-patient dans les segments de marché considérés, en nous appuyant sur notre connaissance approfondie du secteur de la e-santé.

Afin de rendre la présentation claire pour l'équipe projet, nous produirons une synthèse stratégique et nous proposerons un ensemble d'outils opérationnels permettant d'arbitrer. Cette synthèse contiendra notamment :

- ↳ plusieurs tableaux et graphiques illustrant les tendances perçues, la réponse du marché aux principaux questionnement et les principaux moteurs et freins à l'adoption,
- ↳ les verbatims les plus marquants,
- ↳ notre analyse et notre recommandation argumentée de mise en marché directe, de production d'évolutions de la solution, ou de renoncement.

Cette synthèse sera restituée à l'occasion d'un workshop d'une demi-journée à l'Incubateur, en présence de la chargée d'affaire, afin de pousser le projet et le produit dans leurs retranchements et de faire émerger le meilleur plan d'action possible, dans l'hypothèse la plus favorable, ou un éventuel plan de pivot, dans une option plus négative.

POURQUOI CHOISIR LE POISSON PILOTE ?

mise en œuvre de cette étude s'appuiera sur notre savoir-faire, sur notre connaissance approfondie des ressorts de l'innovation (freins, accélérateurs, facteurs de risques, facteurs de réussite), sur notre compréhension des marchés du numérique et des technologies de l'information et de la communication. Cette expertise se fonde sur 10 ans d'accompagnement des projets innovants, notamment auprès de l'Incubateur Belle de Mai à Marseille, de l'Incubateur alsacien SEMIA et de l'Incubateur de Corse Inizià. Ces missions se sont concentrées sur trois axes essentiels :

- la stratégie et le positionnement des projets en amont de leur lancement, afin de définir le meilleur modèle économique possible pour un produit et un marché donnés ;
- le webmarketing et la communication numérique, à travers la conception de plans de lancement utilisant tous les canaux numériques disponibles ;
- les aspects juridiques liés à la relation avec les utilisateurs et au respect des données personnelles (nous avons mis en place et nous animons un dispositif complet d'accompagnement « informatique et libertés » à Belle de Mai, en relation avec la CNIL, depuis 9 ans).

Cette longue expérience (cf. Références plus bas) nous donne aujourd'hui une vision panoramique des enjeux et des marchés de l'Internet innovant.

S'agissant plus spécifiquement des enjeux liés au marché de la santé, nous apporterons au projet Digidocteur notre **connaissance très approfondie du secteur de la e-santé**, aussi bien théorique qu'opérationnelle, acquise en tant que stratège numérique et/ou correspondant informatique et liberté (CIL) de nombreux acteurs de ce secteur.

Nous nous appuierons plus spécifiquement pour cette étude sur notre **proximité avec des startups agissant dans le développement de produits connectés pour le cabinet médical (Numvision, Phosphorus Technologies), dans le développement d'applications de « wait marketing » (Wexup), et dans la gestion de fiches-santé personnelles pour les patients de spécialistes (e-Health Services)**. Une précédente étude conduite pour le projet Instant Vital (application de gestion de salle d'attente dans le secteur médical) nous a aussi permis d'établir une méthodologie d'approche réellement opérationnelle auprès des professionnels de santé, méthodologie que nous mettrons cette fois au service de Digidocteur.

Parallèlement, notre relation privilégiée avec Data Observer, opérateur « big data » du spécialiste des fichiers de professionnels de santé IMS Health, nous permettra d'identifier efficacement et rapidement les PS les plus sensibles à l'univers des technologies et les plus à même de constituer le cœur de cible de notre étude, cette sensibilité nous paraissant en effet constituer le premier critère de qualification. Enfin, nos missions de communication digitale dans le secteur de la santé nous conduisent à travailler avec les médecins-blogueurs et/ou intervenants médias les plus perspicaces sur les questions liées à l'usage des nouvelles technologies par leurs pairs ; nous les consulterons pour la constitution finale du panel le plus pertinent pour le volet « médecins » de cette étude.

REFERENCES

Accompagnement stratégique de startups et projets innovants

- **Incubateur Belle de Mai Marseille** : positionnement & plans webmarketing
25 projets accompagnés depuis 2007
Derniers projets (2014-2017) :
 - Treenaut (« Le Pocket des ados »)
 - Primo Tempo (« Le Professeur de Musique Augmenté »)
 - Edsmile (« Le Deezer de la ressource pédagogique »)
 - MyGaloo (Plateforme de gestion du tissu associatif pour les collectivités territoriales)
 - Des Univers Connectés (Médiation numérique pour les collectivités territoriales)
- **Incubateur Alsacien SEMIA (2014-2017)**
 - J'aime mon artisan (Place de marché mise en relation artisans-particuliers) : coaching, étude de marché, positionnement, plan webmarketing
 - GoGarantee (Service de garantie des produits d'occasion vendus en ligne) : étude et recommandation de pivotement du positionnement, plan de lancement
 - Scoledge (Service online de travail partagé enseignants-étudiants) : coaching des porteurs de projet, mise en forme de business plan, conception du plan de com
 - StockBooking (Service online de dématérialisation de la supply chain) : coaching de la porteuse de projet, conception de la stratégie webmarketing et du plan de com
- **Incubateur INIZIA Ajaccio (2016-2017)**
 - Polytopes (Service de musicalisation de lieux d'exception) : étude de positionnement et de faisabilité, étude terrain (cartographie des territoires constituant des « points polytopes », étude de marché), conception et accompagnement d'une campagne de crowdfunding
 - Fusionnel (Innovation d'algorithme pour un site de rencontre) : étude de positionnement et de faisabilité, préparation au RGPD et réalisation d'une Etude d'impact sur la vie privée (PIA), rédaction des contenus du site et conception du plan de lancement
 - Bowkr (Application de mise en relation de « Talents » et d'offres d'emploi « hybrides » en temps réel) : étude de positionnement et de modèle économique
 - Instant Vital (Application de gestion de salle d'attente pour les professionnels de santé) : étude de positionnement (quali) et étude de marché quantitative
 - Wateroom (« Le AirBnB de la pièce d'eau ») : étude de positionnement, stratégie de lancement, conception d'une campagne de crowdfunding
- **SATT Sud-Est (2016-2017)**
 - Move&See - Walkoo (Application de découverte urbaine et d'activité physique) : étude de marché « quali » (entretiens, focus groupe), étude de positionnement et recherche de modèle économique
 - La Vie du Réseau (Serious game dédié à la compréhension des mécaniques relationnelles, à destination des travailleurs sociaux) : focus groupes, étude de positionnement et recherche de modèle économique
- **Incubateur BUSI Clermont-Ferrand (2010)**
 - Highlight / Makeet (Plateforme de création de faire-part virtuels open source) : étude de faisabilité
- **CEEI Provence**
 - Coaching de 5 porteurs de projets innovants méditerranéens - programme européen Netkite 2015

Accompagnement de startups : stratégie numérique, communication online, CIL externe

- **Data Observer** (Plateforme de monitoring et d'analyse des données du web)
- **Sanoia / e-Health Services** (Plateforme de fiches-santé nativement anonymes)
- **MyGaloo** (Plateforme de gestion des associations pour les collectivités territoriales)
- **Genes'Ink** (Producteur d'encre conductrices et semi-conductrices) et le projet « Art to IoT »
- **Anyware Video** (Producteur d'outils technologiques pour les broadcasteurs)

Accompagnement de PME et de collectivités : stratégie numérique, community management, RP

- **Fédération Française des Diabétiques – Diabète LAB** : stratégie éditoriale, conception et réalisation d'un nouveau site
- **AP Hôpitaux de Paris** : stratégie de com de la recherche publique SAFIR, conception et réalisation site, affiches, flyers
- **Les Terres de Saint Hilaire** (Agrotourisme et domaine viticole)
- **Rue de la République** Marseille (Quartier en mutation à forts enjeux immobiliers et urbanistiques)
- **Didier Parakian** (Créateur de mode – haute couture et prêt-à-porter)
- **Conseil départemental du Puy-de-Dôme** (Campagne de valorisation des déchets)
- **Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence (CCIMP)** (Audit et proposition de refonte de la stratégie et de l'organisation du service communication)

Formation et accompagnement collectif des startups

- Conception et animation d'un **dispositif de sensibilisation et d'audit personnalisé « Informatique et Libertés »** en lien avec la **CNIL** pour les Incubateurs, les CEEI & la pépinière d'entreprises Marseille Innovation
- Co-conception et animation d'un **programme de formation « Starter » pour les pré-incubés** de l'Incubateur alsacien SEMIA (module de 7 jours sur le modèle économique, le positionnement et l'accès au marché)
- Conception et animation d'un **module-atelier « Positionnement marché »**, dédié aux startups
- Conception et animation d'un **module de formation à la stratégie de marque et au webmarketing** pour les Incubateurs
- Conception et animation d'un **module de formation au community management** pour les Incubateurs

Etudes spécifiques

- **Orange Labs / Labo SENSE** (2012) : étude prospective sur les métiers de la vente (online/plateaux/boutiques), dans le cadre du programme de recherche sur la relation client)
- **Treenaut**, « Le Pocket des ados » (2017) : études qualitative et quantitative sur l'utilisation des médias numériques par les 13-18 ans en situation de mobilité

CALENDRIER

Le calendrier théorique suivant peut être proposé, à partir d'une date de lancement liée à la validation de la proposition :

- S.1-2 : documentation, sélection des panels, lancement des prises de RV, préparation de l'atelier 1
- S.3 : atelier 1, finalisation des RV
- S.4 à 6 : entretiens patients
- S.6-7 : entretiens médecins
- S.8 : production de la synthèse
- S.9 : restitution - atelier 2.

DEVIS – BON DE COMMANDE

Préparation : documentation, rédaction grilles d'entretiens, workshop 1	1,5 j	1 800 €
20 entretiens (14 patients, 6 PS) : panélisation, prise de RV, itvs	2,5 j	2 250 €
Transcription, synthèse et recommandation, restitution (workshop 2)	1,5 j	1 800 €
MONTANT TOTAL HT		5 850,00 €
TVA 20 %		1 170,00 €
MONTANT TOTAL TTC		7 020,00 €

Cette proposition inclut deux déplacements en Corse.

Elle est présentée sous sa forme optimale. Elle est toutefois modulaire et peut être allégée si le porteur de projet et la chargée d'affaires le souhaitent, notamment en réduisant la phase initiale et en supprimant le premier workshop à Ajaccio.

BON POUR ACCORD

Modalités de règlement : à la livraison

Bon pour accord → 7 020 €

Le Directeur
de l'Incubateur de Corse *inizia*

Emmanuel PIERRE

le 23/02/2018

Conditions générales de vente

Tarifs, commande et conditions de paiement

Tarifs HT du Poisson Pilote, frais professionnels compris, intégrant la production de documents préparatoires :

- 1200 € HT / jour sur les définitions de stratégie et la rédaction de chartes ;
- 900 € HT / jour sur tous les autres types d'interventions de conseil ;
- 1000 à 1600 € HT / jour pour la formation (selon complexité et personnalisation du programme) ;
- 1000 € HT / jour pour les audits, y compris audits « informatique et libertés ».

Après accord sur le devis, **les montants sont entendus comme forfaitaires**. D'éventuels dépassements de temps imputables au Poisson Pilote resteront à la charge du Poisson Pilote.

Les frais de déplacement et d'hébergement lors des sessions de formation restent à la charge du client pour les sessions dont la durée n'excède pas une journée, sauf mention contraire dans le devis.

La facturation s'effectuera selon les conditions prévues au devis. S'agissant d'une prestation de service, les factures sont payables comptant.

Ces tarifs sont valables pour l'année 2018.

Clause de confidentialité

La société LE POISSON PILOTE EURL s'engage à ne divulguer aucune information sur les travaux et prestations de services réalisées pour ses clients, ainsi que sur les documents, de quel que type que ce soit, qui lui seront communiqués dans l'accomplissement de sa prestation de service.

Livraison et Propriété intellectuelle

Les droits sur l'intégralité des travaux réalisés par LE POISSON PILOTE EURL dans le cadre de sa prestation de services sont cédés à l'acheteur, et ce sans limite dans le temps. La livraison est considérée comme réalisée dès la date de la première présentation des livrables définis pour la prestation à l'acheteur. Toutefois, la propriété intellectuelle des travaux ne sera effectivement transférée que lors du paiement intégral de la prestation.

Résiliation

Le contrat établi par la signature du bon de commande est résiliable en cas de force majeure, indépendant de la volonté des deux parties.

Attribution de juridiction

Les conditions générales de vente présentées ci-dessus sont régies par le droit français. A défaut d'accord amiable, toute contestation concernant ces conditions générales de vente sera soumise au seul Tribunal de Commerce d'Aix-en-Provence.

Informatique et libertés

Les données à caractère personnel recueillies dans le cadre des relations commerciales entre LE POISSON PILOTE EURL et son acheteur sont destinées exclusivement à un usage interne, et ne sont en aucun cas cédées à des tiers. Les prospects ou clients disposent d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui les concernent, conformément à l'article 34 de la loi Informatique et libertés. Pour l'exercer ils peuvent s'adresser par courrier postal à : **Le Poisson Pilote, Les Terrasses bât. 7, 8 avenue de la Cible, 13100 Aix-en-Provence** ou par mail à **jmn@lepoissonpilote.com**.

