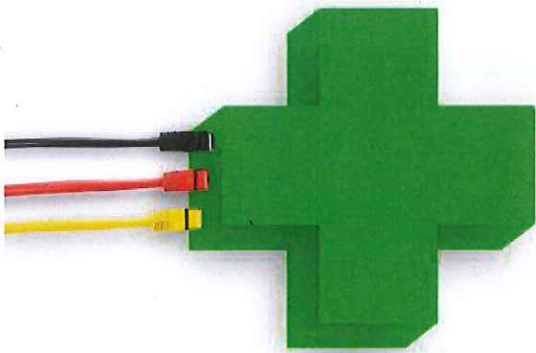




Santé connectée à l'officine, vers un nouveau parcours de soins



Aujourd'hui, le patient consommateur navigue entre les différents points de contact, physique, web et mobile sans aucun complexe et n'a rien d'un robot virtuel qui consomme uniquement sur Internet.

Suivant une étude du **groupe Les Echos** publiée en septembre 2015, l'intérêt des français à l'égard des services digitaux proposés par une enseigne porte sur les alertes par mail et sms (68%), les ordonnances dématérialisées (57%), le click & collect (57%), les mails personnalisés apportant des conseils sur les traitements (54%), le partage du dossier médical (53%) et une zone de diagnostic dédiée au sein de l'officine (52%).

Les services déployés par le pharmacien concernent pleinement le front office et ne doivent donc pas se limiter au back office. La transformation numérique redonne du sens et de la valeur aux actes, aux conseils et aux services du pharmacien et de ses collaborateurs. La transformation numérique répond à plusieurs objectifs, celui de rationaliser les coûts cachés et les tâches chronophages, donner de la cohérence au parcours patient grâce aux nouveaux services, et re-enchanter l'expérience achat par des services qui vont créer du

trafic mais générer aussi plus d'achat et de clients.

Le nouveau parcours patient passe par la façade, les vitrines, les écrans LED, le scan d'ordonnances, les applis patients auxquels peuvent s'ajouter des appareils connectés.

Le parcours du patient démarre n'importe où, chez lui, dans la rue, au bureau...

« Pharmacie Référence » enseigne lancée par le groupe PHR il y a 3 ans compte une longueur d'avance dans la mise en scène d'un nouveau parcours patients.

Lorsque le patient rentre dans l'officine, soit il accède aux services, à l'information, aux tests de prévention et aux objets connectés en libre-service, soit il est pris en charge par l'accueil.

Les services d'information sont de plus en plus performants et le marketing enseigne inclut un merchandising par zones permettant une véritable politique de prix. La carte de fidélité devient une vraie carte VIP où dès que le patient touche l'écran, il peut motiver la raison de sa venue et être pris en charge plus rapidement.

La pharmacie connectée n'est pas seulement un progrès technique, elle répond au sentiment d'abandon du patient à la sortie du cabinet médical ou de l'hôpital et place le pharmacien comme véritable intermédiaire entre technique et personnalisation de la prise en charge par l'écoute et les conseils.

Source : Rencontres de l'officine conférence « La santé connectée à l'officine au service du parcours de soin du patient chronique » 04/03

Commentaire

Soyez le premier à commenter cet article

Ajouter un commentaire

Nom et prénom

Recevoir des notifs de commentaire

Commentaire

Envoyer