

UN MARKETING EFFICACE

LE NOUVEAU DÉFI DE VOTRE ÉTABLISSEMENT SANITAIRE

PLUS UN OXYMORE, MAIS UNE CONDITION DE SURVIE
DANS L'ÉCONOMIE CAPITALISTE 2.0



ESPACE COMPÉTENCES

FORMATIONS SOCIO-SANITAIRES



SÉMINAIRE PRATIQUE SANTÉ
MUSÉE OLYMPIQUE, LAUSANNE – 30 AVRIL 2009

UN MARKETING EFFICACE

PRÉSENTATION



Ignoré ou du moins considéré comme étant futile par la gestion des établissements sanitaires, le marketing est en train de gagner rapidement du terrain dans les pratiques managériales. Le secteur sanitaire a longtemps vécu dans un marché relativement protégé, régulé et largement prévisible. Les priorités étaient orientées vers l'amélioration du fonctionnement de l'établissement et de la qualité des soins alors que le marketing était surtout considéré comme l'attribut des établissements privés à but lucratif. Les changements intervenant au cœur de l'industrie de la santé, en particulier ceux découlant de la nouvelle LAMal, mais aussi des règles du marché profondément bouleversées alors qu'une nouvelle économie 2.0 émerge, ouvrent le champs à plus de concurrence et à de nouvelles règles du jeu.

LE NOUVEAU DÉFI DE VOTRE ÉTABLISSEMENT SANITAIRE

PLUS UN OXYMORE, MAIS UNE CONDITION DE SURVIE DANS L'ÉCONOMIE CAPITALISTE 2.0

Le consumérisme médical croissant, le patient-client en quête de données nourrissant sa liberté de choix, une concurrence accrue provenant également de pays tels que l'Allemagne, la France voire de l'Inde obligent à des changements radicaux. Les établissements de la santé devront adapter leur offre de prestations, leur politique tarifaire et apprendre à mieux se positionner. Réussir ce virage managérial deviendra rapidement une condition de survie.

Dans ce contexte, les établissements devront également apprendre à mieux comprendre les besoins et attentes de leurs clientèles. Non pas seulement pour les attirer et les fidéliser, mais également pour les mettre au cœur de l'activité. Quelles informations, quelles fonctionnalités, quels services vont faciliter, améliorer et rendre plus agréable le séjour dans l'institution ? De plus, l'hospitalisation et les soins sont des événements si chargés d'un point de vue émotionnel, que les directions doivent chercher à promouvoir une communication qui permette de mieux réduire les craintes et d'augmenter la confiance dans leur établissement et le réseau dans lequel il est intégré.

A l'instar des cinq séminaires précédents, cette rencontre doit permettre d'avoir une bonne compréhension de ces nouvelles réalités émergentes et de fournir des outils concrets permettant de mettre en place une politique marketing efficace. Les principaux thèmes traités seront liés aux stratégies marketing, aux structures à mettre en place, aux patients et à leur manière d'appréhender le secteur sanitaire, aux nouvelles possibilités offertes par les médias.

Plus concrètement, ce séminaire a pour ambition de :

- dresser un inventaire des principaux changements qui se produiront dans nos marchés et identifier les enjeux auxquels votre marketing devra répondre;
- prendre conscience des nouvelles attentes des patients. Que signifie « donner le pouvoir » aux patients dans une économie « consumer-driven-healthcare » et comment cela se traduit-il dans les faits?;
- vous fournir un certain nombre d'instruments pratiques (par ex. plan marketing) devant vous permettre de mettre en place une approche marketing adaptée;
- comprendre les nouveaux moyens d'atteindre le public, notamment au travers des différentes plateformes médias.

Pour traiter de ces sujets, nous avons cherché à réunir des experts reconnus au plan international et provenant de Suisse, de France et de Belgique. Nous relèverons en particulier la présence de Professeur Jacques Horovitz, qui est une autorité au plan international en marketing, matière qu'il enseigne au sein de la célèbre « business school » IMD à Lausanne. Un spécialiste belge des neurosciences et du marketing, le Professeur Arnaud Pêtre nous parlera des outils les plus actuels en matière de compréhension des aspects conscients et inconscients liés notamment aux marques et à la communication publicitaire. Un exemple concret nous sera donné par les Hôpitaux Universitaires de Genève quant à leur expérience en matière d'acquisition de patients à l'étranger.



DÉROULEMENT DU SÉMINAIRE

- 08h00 Accueil et enregistrement – café/croissant
- 08h30 **Introduction et bienvenue** – Mme Pierrette Chenevard, Co-Directrice d'Espace Compétences SA, Cully
- 08h40 **Réflexions sur le monde de la santé – regard sur les changements en cours et conséquences sur les établissements sanitaires** – Dr Georges Dupuis, médecin cantonal et chef du SSP Valais, Sion
- 09h10 **Le marketing en 2009 – les nouveaux trends et meilleures pratiques dans l'industrie des services** – Pr. Jacques Horovitz, professeur à l'IMD, Lausanne
- 10h00 Pause café
- 10h30 **Recrutement de patients à l'étranger – présentation de quelques très bonnes pratiques** – M. Olivier Girardin, Directeur d'Hpartner Sàrl, Borex
- 11h20 **L'apport des neuro-sciences au marketing** – Dr Arnaud Pêtre, Managing Director de Brainimpact, Belgique
- 12h15 Repas au Restaurant du Musée Olympique
- 13h50 Petit programme fitness – remise en forme
- 14h00 **LAMal et marketing – impacts et conséquences sur le marketing de l'organisation**
Dr Heinz Locher, Président de l'APEQ, Prilly
- 14h45 **Pratique au sein des HUG** – Mme Raymonde Alvarez, HUG, Genève
- 15h45 Petite pause café
- 16h00 **Le plan marketing d'un établissement hospitalier – Comment le structurer et le développer?** – Mme Sylvie Rottmeier, Directrice de l'agence de marketing Antipod, St-Sulpice
- 16h45 **Regard critique et suggestions d'un industriel actif au sein du secteur de la santé**
M. John Huss, CEO de Sanofi Aventis, Meyrin – M. Olivier Girardin, Directeur d'Hpartner Sàrl, Borex
- 17h15 **Mots de conclusions, synthèse et invitation au séminaire 2010** – M. Stéphane Coendoz, Président de l'ASEGH
- 17h30 Apéro en musique

ORGANISATION

- Date:** Jeudi 30 avril 2009 de 08h30 à 17h30
- Coût:** CHF 350.– par participant – comprend la participation au séminaire, le repas de midi et les pauses.
- Inscription:** Au moyen du talon d'inscription joint, via e-mail sabrina.mangiarratti@espace-competences.ch ou via fax au numéro +41 21.799.92.65
- Délai:** 9 avril 2009
- Paiement:** Un bulletin de versement sera envoyé en temps utile pour le paiement. Les inscriptions ne seront pas remboursées passé le délai.
- Lieu:** Musée Olympique de Lausanne, Quai d'Ouchy 1, 1006 Lausanne. Le Musée se trouve à 10 mn en taxi de la gare de Lausanne.
- Parking:** Un parking se trouve à 5 mn à pied du Musée Olympique (Parking de la Navigation) ou à proximité immédiate (Beau-Rivage Palace).



INTERVENANTS

LES INTERVENANTS

MME RAYMONDE ALVAREZ-CEYSSAT

est, depuis octobre 2007, Directrice du secteur privé des HUG. Diplômée d'Etat d'infirmière et licenciée en sciences de l'éducation, Madame Alvarez-Ceyssat complète régulièrement ses connaissances par des cours en management et qualité. Dans les années nonante, Madame Alvarez effectue plusieurs missions d'aide au développement à l'étranger. D'abord infirmière responsable d'unité en orthopédie, enseignante et responsable de programme, puis infirmière-coordinatrice, c'est en 2002 qu'elle décroche le poste de Directrice adjointe des soins des HUG avec pour responsabilité plusieurs projets à gérer notamment dans le domaine de la formation de la qualité des soins.

DR GEORGES DUPUIS,

diplômé FAMH en microbiologie médicale, cet ancien étudiant de médecine à l'Université de Lausanne a suivi une formation en maladies infectieuses et en microbiologie clinique en Suisse et aux Etats-Unis. Il occupe dès 1982 le poste de médecin-chef de la division de microbiologie clinique et des maladies infectieuses à l'Institut central des hôpitaux valaisans et c'est en 1986 qu'il devient médecin cantonal et chef du Service de la santé publique du canton du Valais. Dr Dupuis est un fin connaisseur du monde de la santé en Suisse. Il a apporté une contribution majeure au développement du système de santé valaisan et notamment à la mise sur pied du Réseau Santé Valais.

M. OLIVIER GIRARDIN,

Directeur et partenaire de la société de conseil Hpartner, il intervient régulièrement dans des entreprises du secteur de la santé (hôpitaux, sociétés pharmaceutiques) tant en Suisse qu'à l'étranger. Avec son équipe, il a aidé plus d'une quarantaine d'hôpitaux européens à développer un processus stratégique performant complété par la mise en place de tableaux de bord prospectifs. Olivier Girardin enseigne régulièrement en milieu universitaire en Suisse, à l'étranger et au sein d'associations professionnelles telles que Espace Compétences SA.

M. JOHN HUSS

a débuté dans l'industrie pharmaceutique en 1990 et a œuvré pendant six ans auprès de Merck & Co, où il a occupé divers postes aux Ventes et au Marketing aux États-Unis, en Allemagne et en Suisse. En 1996, il travaille en tant que chef de produits international au siège social de F. Hoffman-La Roche, à Bâle. A partir de 1999, Monsieur Huss travaille alors pour différentes filiales internationales de Sanofi-Synthelabo, d'abord en tant que Directeur d'unité commerciale, ensuite vice-président Ventes et Marketing. A la création de Sanofi-Aventis en 2005, Monsieur Huss occupe le poste de Directeur de l'unité commerciale médecine interne au Canada, puis Directeur de la filiale Suisse dès janvier 2007.

SPONSORS

nexus/schweiz
e-health solutions

ca des


sanofi aventis
L'essentiel c'est la santé.

DR ARNAUD PÊTRE,

psychologue et Marketeer de formation, s'est intéressé durant près de 10 ans de recherches en neurosciences et marketing à l'université de Louvain à la mesure des influences publicitaires inconscientes et à leurs impacts sur le comportement du consommateur. Pionnier du neuromarketing, consultant et formateur depuis 2000, il fonde « Brain Impact SPRL » société de conseil en neuromarketing qui propose des outils pointus de compréhension des aspects conscients et inconscients liés aux marques et à la communication publicitaire. Chargé de cours dans diverses universités et HEC belges ou étrangères, Chercheur associé à Etopia, Arnaud Pêtre est également soucieux de mettre ses compétences au service du non-marchand et conseille dans ce cadre de nombreuses institutions nationales et internationales.

MME SYLVIE ROTTMEIER,

titulaire d'un Master of Science and Management (Georgia Tech University, USA), a suivi des études supérieures spécialisées en marketing et communication. Elle a travaillé au siège de l'agence internationale Publicis, pour le compte de marques de consommation courantes des groupes L'Oréal et Nestlé. Poursuivant sa carrière en Suisse, elle occupe des postes managériaux en marketing au sein du groupe Richemont. Depuis 2005, elle réunit son expérience dans les métiers de la publicité et du marketing en assurant la direction d'Antipod, agence-conseil et création en publicité, édition, marketing relationnel et interactif.

PR JACQUES HOROVITZ,

Professeur de gestion à l'ESSEC et à Sup de Co Paris pendant une dizaine d'années, il abandonne l'enseignement pour se rendre aux Etats-Unis. Il aborde alors le concept de qualité de services. En premier lieu au service marketing du Club Med, puis au sein du comité exécutif de Disney, enfin à la direction générale de Grand-Vision, Jacques Horovitz fait de la satisfaction client et de la qualité de services ses chevaux de bataille. Entrepreneur dans l'âme, Jacques Horovitz met en pratique ces théories en ouvrant le domaine de Neuville-Bosc, le site historique fondateur de l'enseigne Châteaufort'. Le concept du groupe : offrir des établissements dédiés aux séminaires dans lesquels les participants se sentent comme chez eux. Depuis, une quinzaine de sites ont ouvert. Jacques Horovitz partage désormais son temps entre la direction de Châteaufort' et son poste d'enseignant à l'IMD de Lausanne.

DR HEINZ LOCHER,

Président de l'Agence pour la Promotion et l'Evaluation de la Qualité dans les institutions sanitaires et sociales (APEQ), a assumé la fonction de chef du service de la santé publique du canton de Berne pendant treize ans, puis de consultant en matière de management et de politiques de santé pour STG-Coppers & Lybrand. En 2001, Dr Locher ouvre son bureau de consulting «Heinz Locher Management & Consulting Services» à Berne.

INSCRIPTION

Séminaire Pratique Santé - 30 avril 2009

Le bulletin d'inscription peut être photocopié pour plusieurs inscriptions et faxé au +41 21 799 92 65

INSCRIPTION

Madame Monsieur

Nom/Prénom

Adresse prof./privée*

Fonction

NP/Localité

Tél. prof./privé*

E-mail

Employeur

A facturer: au participant à l'employeur

Date/signature:

Signature+timbre employeur indispensable si facturé à l'employeur

Seules les inscriptions avec signature(s) originale(s) seront prises en compte.

*Biffer ce qui ne convient pas



ESPACE COMPÉTENCES SA
RTE DE GRANDVAUX 14
1096 CULLY