

E-SANTÉ 2012

MIEUX ACCOMPAGNER LES PATIENTS ET LES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

4 formations associées

(CCM Benchmark)

Avec le concours de

Le**Journal**du**Net**

Applications et sites mobiles performants
les 9/10 janvier (Paris) et 9/10 février 2012 (Lyon)

Stratégie de présence sur les réseaux sociaux les 7/8 février et 13/14 juin 2012 (Paris)

Campagne de communication digitale les 12 mars et 8 juin 2012 (Paris)

Créer et animer une communauté en BtoB les 15/16 mars et 11/12 juillet 2012 (Paris)



MIEUX ACCOMPAGNER LES PATIENTS ET LES PROFESSIONNELS DE SANTÉ



Fabrice Deblock Directeur d'études, CCM Benchmark

E-réputation, gestion de crise, montée en puissance du patient expert, visite médicale à distance, mobilité... Les acteurs de la santé sont confrontés à de multiples défis. Avec énergie et audace, ils les relèvent

un à un, proposant aux internautes et mobinautes toujours plus de contenus et services innovants, le tout dans un contexte réglementaire de plus en plus strict.

Comment accompagner la montée en puissance du patient expert ? Comment écouter et décrypter la prise de parole sur Internet ? Quelles opportunités les nouveaux supports digitaux offrent-ils ? Quels leviers activer pour réussir ses actions digitales de prévention ? Quels défis les acteurs de la vente en ligne doivent-ils relever ? Open Data : comment en tirer profit ? Comment mieux communiquer avec les professionnels de santé ?

Pour répondre à ces questions, CCM Benchmark réunit de grands acteurs du secteur de la santé et des experts lors de sa conférence e-Santé 2012. Ils partageront leur vision, leurs conseils et leurs retours d'expérience en matière d'actions digitales. Très opérationnelle, cette conférence vous apportera une aide précieuse pour optimiser votre stratégie de communication, d'acquisition et de fidélisation d'internautes ou de professionnels.

Les intervenants

Fanny Allaire, ABBOTT
Jean-François Vouge, ALPTIS
Arnaud Bellion,
AUTOURDELAPHARMACIE.FR
David Berneuil, AVENIR SANTÉ
Céline Soubranne, AXA PRÉVENTION
Michael Chekroun, CARENITY
Pr Stefan Darmoni, CHU DE ROUEN
Yves Jacquot, CONFORT VISUEL
François Bancilhon, DATA PUBLICA
Fadi Farah, EASYVERRES
Gérard Nguyen, EURORDIS /
HÔPITAUX UNIVERSITAIRES PARIS
SAINT-DENIS / HAS

Samantha Beneyto, **EXPANSCIENCE**Dr Thierry Kermorvant, **GREY**

HEALTHCARE

Claude Tran-Thiet, IMAGENCE Jérôme Leleu, INTERACTION HEALTHCARE

Henri de Navacelle, **JOHNSON & JOHNSON**

Véronique Marcel-Georget, KRYS
Rozenn Nardin, LINKFLUENCE
Anne Zuck, NOVARTIS FRANCE
Olivier Godart, PHARMACIE GODART
Sven Awege, PHARMA STRATEGIC
Valentine Lacroix, PROMEDIS
Pierre Morgon, SANOFI PASTEUR
Yann Nouchy, SANTESSIMA.COM
Jérôme Morlon, SANTÉ MÉDECINE
Dominique Guenaux, UBIQUIET
Cédric Hutchings, WITHINGS



PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

E-SANTÉ

8h30 Accueil / Café

9h00 Le patient expert

Groupes Facebook, forums, réseaux sociaux de patients... Les internautes s'échangent toujours plus d'informations sur leurs soins et traitements. Comment favoriser le dialogue avec eux ? Comment aider les communautés qui se forment ? Quels contenus pertinents leur fournir? Comment s'adapter à leur niveau de connaissance toujours plus élevé? Avec Michael Chekroun (Carenity), Samantha Beneyto (Expanscience), Dr Gérard Nguyen (Eurordis / Hôpitaux Universitaires Paris Saint-Denis / HAS), Claude Tran-Thiet (Imagence) et Jérôme Morlon (L'Internaute Santé Médecine) Table ronde animée par Fabrice Deblock, **CCM Benchmark**

10h00 Prévention : réussir ses actions digitales

Applications mobiles ou sociales, vidéos choc, amusantes ou virales, campagnes de buzz... Quels leviers activer pour toucher efficacement sa cible ? Sur quels supports s'appuyer ? Quels messages diffuser ? Pour quelles retombées ? Avec Fanny Allaire (Abbott France), David Berneuil (Avenir Santé) et Céline Soubranne (Axa Prévention)
Table ronde animée par Grégory Paget, CCM Benchmark

10h45 Pause

Avec démonstrations d'applications médicales sur table tactile Surface, Kinect et iPad.

11h15 Ecouter et décrypter la prise de parole sur Internet

Quels sont les apports des techniques de veille d'opinion sur Internet pour les acteurs de l'e-santé ? En quoi permettentelles de détecter des attentes, des idées mais aussi de décrypter des critiques formulées ? Comment cartographier les communautés les plus influentes ? Comment mesurer l'ampleur et la portée des signaux qui s'allument sur Internet ? Les réponses au travers du cas de la vaccination infantile.

Par Rozenn Nardin, Linkfluence

11h45 M-santé : les opportunités des nouveaux supports digitaux

Alertes, géolocalisation, suivi santé... Quels sont les apports des applications sur mobile pour les consommateurs ? Comment tirer profit des tablettes de type iPad ? Quels services proposer aux seniors pour un maintien à domicile efficace ?

Avec Jean-François Vouge (Alptis), Henri de Navacelle (Johnson & Johnson), Olivier Godart (Pharmacie Godart), Dominique Guénaux (Ubiquiet) et Cédric Hutchings (Withings)

Table ronde animée par Gilles Blanc, CCM Benchmark

12h45 Déjeuner

14h00 Mieux communiquer avec les professionnels de santé

Visite médicale virtuelle, webconférence, démos sur tables et tablettes tactiles, serious games, applications mobiles... Comment tirer profit des dernières innovations technologiques pour soutenir l'action de ses visiteurs médicaux et renforcer les messages clés?

Avec le Dr Thierry Kermorvant (Grey Healthcare), Jérôme Leleu (Interaction Healthcare) Anne Zuck (Novartis) Sven Awege (Pharma Strategic) et Pierre Morgon (Sanofi Pasteur).

Table ronde animée par Fabrice Deblock, CCM Benchmark

15h00 En quête d'informations de santé crédibles

Les patients et associations de patients sont en recherche permanente de sources d'informations médicales fiables et accessibles. Ils sont également très friands de critères de pertinence relatifs à ces contenus. Quels outils informatiques, multilingues et multicritères existent ?
Par le Pr Stefan Darmoni, CHU de Rouen / CISMeF

15h30 Open Data : quand les données de santé se libèrent

A quels types de données publiques peuton accéder dans le domaine de la santé ? Selon quelles modalités ? Quels services et quelles applications innovantes peuvent en découler ? Comment coupler intelligemment et en toute sécurité données locales et positionnement géographique des patients ? Par François Bancilhon, **Data Publica**

16h00 Pause

Avec démonstrations d'applications médicales sur table tactile Surface, Kinect et iPad

Parapharmacie, matériel médical.

compléments alimentaires... Que

16h30 Les défis de la vente en ligne

peut-on vendre sur Internet? Avec quels moyens? Pour quelle efficacité? Comment rassurer le cyber-acheteur? Quels conseils faut-il lui apporter avant l'acte d'achat? Comment évoluent les contraintes réglementaires? Comment développer des logiques cross-canal efficaces?

Avec Arnaud Bellion (Autour de la pharmacie), Valentine Lacroix (Promedis / ex-BHV Medical) et Yann Nouchy (Santessima.com)

Table ronde animée par Stéphane Loire, CCM Benchmark

17h00 Vente en ligne : le cas particulier des lunettes

Avec la libéralisation de la vente de lunettes sur Internet, le nombre d'acteurs se multiplie. En dehors du facteur prix, quels sont les bénéfices pour les clients ? Faut-il nécessairement nouer des partenariats avec des opticiens ? Illustration concrète de dispositifs e-commerce appliqués au secteur médical.

Avec Yves Jacquot (Confortvisuel.com),

Fadi Farah (EasyVerres.com) et Véronique Marcel - Georget (Krys). Table ronde animée par Marie-Laure Monet, CCM Benchmark

FORMATIONS

APPLICATIONS ET SITES MOBILES PERFORMANTS

Les 9/10 janvier (Paris) et 9/10 février (Lyon)



Gilles Blanc est directeur d'études chez CCM Benchmark, il intervient régulièrement auprès d'entreprises sur ces thématiques.

1. Internet mobile : le nouvel écosystème

2. Définir son «ambition mobile»

- Les méthodes pour définir sa stratégie mobile
- Affiner sa tactique opérationnelle mobile

3. Penser mobile pour sa marque

- Réfléchir à l'univers de sa marque et rester cohérent dans son approche mobile
- Acquisition, relation client et fidélisation
- L'ergonomie sur mobile : les règles d'or

4. Drainer du trafic sur son site

- Les techniques d'auto-promotion
- Définir son plan de communication
- Monétiser son trafic

CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE

Les 12 mars et 8 juin 2012 (Paris)



Guillaume de Villèle et le fondateur de la société Ontrust, cabinet d'optimisation en marketing digital.

Définir le rôle d'Internet dans la stratégie de communication

2. Elaborer un dispositif performant

- Choisir les bons leviers
- Les étapes clés du médiaplanning

3. Création publicitaire : au cœur de l'efficacité

- Brand content, opérations spéciales, vidéo
- Optimiser le message en fonction de l'obiectif

4. Le pilotage d'une campagne Internet

- Les outils de suivi et de tracking digital
- Outil de mesure on-line ou outil de pilotage
- Les 10 points clés pour réussir sa communication digitale

STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les 7/8 février et 13/14 juin (Paris)



Jean-Christophe Pineau est consultant senior au sein de Kerops, société spécialisée en marketingdéveloppement sur Internet.

1. Les réseaux sociaux : évolutions et tendances

2. Intégration dans une stratégie marketing

- Objectifs : notoriété, relation et transaction

3. Analyse de l'existant

- e-Réputation
- Comment une entreprise devient-elle sociale?

4. Analyse de présence et exemples commentés

- Analyse et comparaison de présences d'acteurs

5. Optimisation globale d'un dispositif

- Favoriser l'interconnexion et la propagation
- Utiliser les réseaux professionnels
- 6. Indicateurs clés et mesure de performance

CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ BTOB

Les 15/16 mars et 11/12 juillet 2012 (Paris)



Pierre Bizollon dirige le cabinet LinkingBrand, spécialisé en stratégie de développement de marque sur Internet.

1. Évolution et impact du Web 2.0 sur les stratégies online BtoB

- La vision globale, aujourd'hui et demain
- Impacts stratégiques du 2.0

2. Marketing communautaire : les règles

- Option 1 : Créer sa propre communauté
- Option 2 : Profiter des communautés existantes

3. Animer une communauté : gérer sa réputation

- Les fonctionnalités pour la communauté et la viralité
- Les KPI, ou comment mesurer ses performances
- Piloter son image, gérer son e-réputation
- Mener une stratégie d'influence

BULLETIN D'INSCRIPTION

Le nombre de places étant limité, nous vous conseillons de vous inscrire le plus tôt possible. Toutes nos formations sont éligibles au titre du DIF (Droit Individuel à la Formation).

Réduction de 15 % pour toute personne supplémentaire de la même société.

Si vous souhaitez vous inscrire à plusieurs sessions, contactez notre service commercial par téléphone au 01 47 79 51 08

Événement(s) choisi(s)

Conférence e-Santé 2012 Le 31 janvier 2012	890 € HT (1 064,44 € TTC)
Formation Applications et sites mobiles performants Les 9/10 janvier (Paris) et 9/10 février (Lyon)	1 550 € HT (1 853,80 € TTC)
Formation Stratégie de présence réseaux sociaux Les 7/8 février et 13/14 juin 2012 (Paris)	1 550 € HT (1 853,80 € TTC)

Formation Campagne de communication digitale 950 € HT (1 136,20 € TTC)
Les 12 mars et 8 juin 2012 (Paris)

Formation Créer et animer une communauté BtoB

1 550 € HT (1 853,80 € TTC)

Les 15/16 mars et 11/12 juillet 2012 (Paris)

Nom / Prénom	
Fonction	
Société	
Adresse	
Code postal	Ville
Pays	Secteur d'activité
Téléphone	Fax
e-Mail	
N° TVA intracommunautaire	

Montant à payer

..... € HT + TVA (19,6 %) = € TTC

Mode de paiement

- Je souhaite recevoir une facture
- Chèque à l'ordre de Benchmark Group
- Paiement sécurisé par Carte Bancaire sur www.ccmbenchmark.com/institut/

Organisme agréé au titre de la formation professionnelle - Numéro d'agrément : 11920933692. Les prix indiqués par participant comprennent la formation, les pauses-café, les déjeuners et les documents pédagogiques. Dès réception de voir inscription, la convocation et la convention de formation vous seront adressées. Une annulation intervenant plus de deux semaines avant le début de la formation ne donne lieu à aucune facturation. Une annulation intervenant entre une et deux semaines avant le début de la formation donne lieu à une facturation de montant global. Une annulation intervenant moins d'une semaine avant le début de la formation donne lieu à une facturation du montant intégral. Dans ce cas, le participant peut se faire remplacer par une personne appartenant à la même entreprise. Conformément à l'article 27 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978, vous avez un droit d'accès aux données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront être cédées à des sociétés extérieures.