

REEMPLACER ET ACCOMPAGNER LA VISITE EN DÉVELOPPANT UNE EXPÉRIENCE OMNISCANALE POUR ACCROÎTRE LA FRÉQUENCE DE CONTACT

CONTEXTE

Dans un marché très concurrentiel, le laboratoire X veut développer son image d'expert en rhumatologie en développant ses deux marques, X et Y, dédiées à l'ostéoporose et la polyarthrite rhumatoïde.

→ L'objectif de la communication omniscanale est de soutenir la croissance actuelle des deux marques.



Mise en place d'un mix multicanal pour augmenter la couverture et la fréquence de contact des rhumatologues.

CIBLE SÉLECTIONNÉE

Mix évolutif incluant plusieurs cibles :



1 673 prescripteurs ciblés, environ 65 % des rhumatologues exerçant en France.



Critère de sélection : Scores d'appétence à l'omniscanale + Potentiels de prescription.

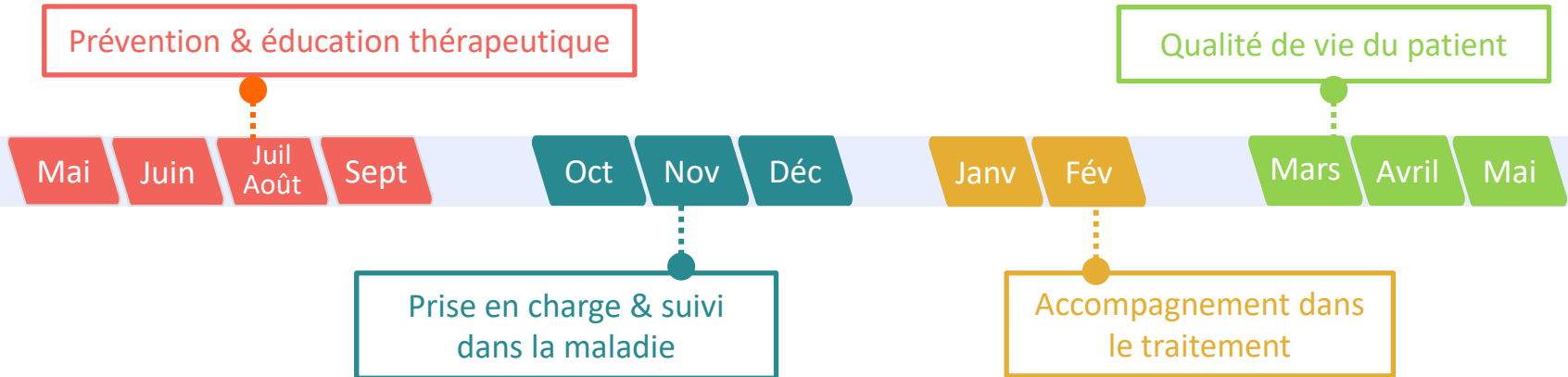


Optimisation continue du ciblage : Exclusion des PdS non interactifs et inclusion de nouveaux PdS à partir de la base de données SSP

REPLACER ET ACCOMPAGNER LA VISITE EN DÉVELOPPANT UNE EXPÉRIENCE OMNISCANALE POUR ACCROÎTRE LA FRÉQUENCE DE CONTACT

PLAN OMNISCANAL

Mise en place d'une communication mixte (Emailing + Mailing + Phoning) portant sur 2 pathologies : la polyarthrite rhumatoïde et l'ostéoporose



- Une **communication mixte** avec le développement de contenus **promotionnels** développés par SSP, accompagnés de supports « **environnement** », pour les valoriser dans un plan omniscanal complet
- La répartition des communications (60 % environnemental – 40 % promotionnel) a permis de valoriser l'expertise du laboratoire et d'installer une relation de confiance avec les rhumatologues.



REPLACER ET ACCOMPAGNER LA VISITE EN DÉVELOPPANT UNE EXPÉRIENCE OMNISCANALE POUR ACCROÎTRE LA FRÉQUENCE DE CONTACT

IMPACT
DU MIX

✓ Des taux de R/O à 1 an qui dépassent les objectifs fixés

Impact R/O



RHUMATOLOGUES

COUVERTURE

% de PdS interactifs parmi
les PdS ciblés

46,5%

FRÉQUENCE

Nombre moyen
d'interactions

8,4

Indicateurs de succès des opérations

- Jusqu'à 40% des rhumatologues sur le canal emailing, 425 opt-ins récoltés au cours du mix.
- Des taux de retour par courrier doublés par rapport aux benchmarks

