

WEB et Industries de Santé

Industrie Pharmaceutique , Dispositifs Médicaux, Imagerie, Diagnostic in vitro et Matériel Médical

Votre activité est spécifique et vous cherchez des réponses concrètes



Stratégie & Organisation

- Enrichir vos stratégies marketing et communication par l'intégration harmonieuse de la composante WEB
- Définir et mettre en place une organisation adaptée à vos objectifs
- Former, mettre à niveau et accompagner vos équipes et votre organisation

Analytique et référencement (SEO)

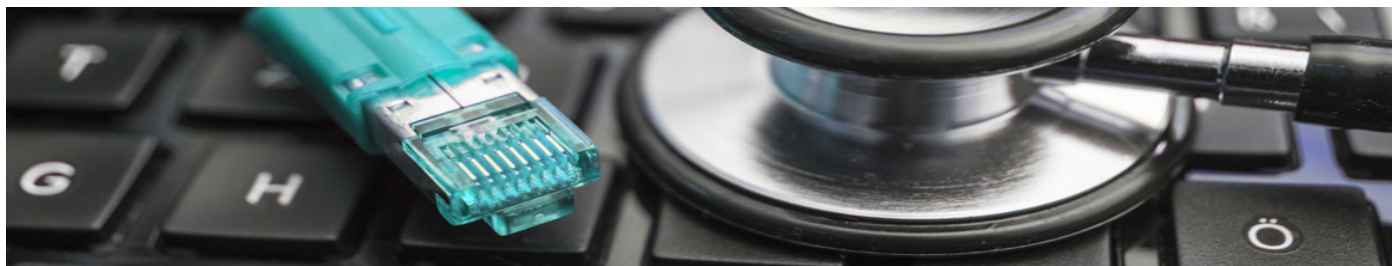
- Comprendre et intégrer la dimension analytique du WEB
- Identifier les audiences pertinentes pour vos messages grâce aux techniques de référencement naturel

Mise en œuvre

- Dynamiser l'impact de vos programmes et investissements WEB par la sélection des canaux pertinents pour vos audiences
- Contenir ou réduire les coûts en fixant des objectifs réalistes et en éliminant les programmes inutiles ou obsolètes
- Gagner en sérénité par une utilisation raisonnée des réseaux sociaux

Si les industries de santé ont été parmi les plus efficaces pour développer leur communication et parmi les plus rigoureuses pour en mesurer et en contrôler l'efficacité, elles sont aujourd'hui souvent démunies et réduites à essayer de copier les méthodes, pourtant inadaptées, d'autres industries. Le résultat est rarement satisfaisant. On ne peut communiquer sur un nouveau traitement ou un nouveau dispositif médical comme on assure la promotion d'un nouveau smartphone...





Diagnostic et Audit

Dans le WEB comme ailleurs, tout commence par un bon diagnostic. Bien définir les objectifs, bien analyser les moyens et ressources mobilisables doivent précéder les choix techniques et budgétaires ; en une phrase, se poser les bonnes questions pour obtenir les bonnes réponses.

- Nos objectifs de présence sur le WEB sont-ils réalistes et correctement définis ?
- Les options techniques retenues sont-elles performantes et pérennes ?
- Nos budgets sont-ils correctement fixés ? Des arbitrages et redistributions sont-ils nécessaires ?
- La dimension réglementaire est-elle correctement prise en compte, ni trop ni trop peu ?
- La mesure de l'impact de nos investissements est-elle appropriée ?

Formation

Comment faire l'économie d'une mise à niveau comme vous le feriez pour un changement majeur de vos référentiels qualité ou réglementaire ?

- Notre organisation a-t-elle besoin d'une mise à niveau ? Quels services et individus sont concernés et pourquoi ?
- Existe-t-il des solutions ou programmes spécifiques à mon activité ; pharmaceutique, vétérinaire, diagnostic, soins et services ?
- Une formation peut-elle aider à décloisonner nos activités WEB ?
- Existe-t-il une formule pour rapidement comprendre le vocabulaire et les grands principes du WEB ?
- Une formation adaptée nous permettrait-elle d'internaliser certains services, de réduire les coûts et les délais ?

Entre les options techniques, qui évoluent en permanence et le vocabulaire spécifique du WEB, pas toujours très rigoureux, l'assistance d'un conseil indépendant comme **B6B Consulting**, est le meilleur moyen de vous concentrer à nouveau sur le cœur de votre métier, vos produits et vos services.

Une palette de services WEB spécifiques des industries de santé

Solutions « sur mesure »

Les contraintes qui pèsent sur les activités promotionnelles incitent à chercher de nouveaux canaux de communication. Le WEB permet de plus d'interagir avec de nouveaux groupes comme les patients et leurs proches ; en effet le flux de communication est inversé, ce sont les individus qui cherchent et s'exposent volontairement à l'information disponible, encore doit elle être accessible et donc visible sur le WEB.

- Quelle est notre vision et notre ambition en matière de communication WEB et digitale ?
- Pouvons nous nous inspirer de stratégies et tactiques hors de nos frontières et hors de notre métier ?
- Comment le WEB et la communication digitale peuvent-ils s'intégrer dans nos plans de manière efficace et harmonieuse ?
- La communication sur les réseaux sociaux est-elle appropriée à notre métier ?

Analytique : « WEB Analytics »

Le WEB est un collecteur de données qui dépasse les capacités humaines, ce qui a conduit à développer des outils de compilation et d'analyse extrêmement puissants. Comme souvent, cette abondance de chiffres et d'outils d'analyse est associée au syndrome « analytique aiguë », qui se caractérise par le déséquilibre entre analyse et prise de décision.



- Quelle est la fréquentation de notre site WEB, de nos pages sur les réseaux sociaux ?
- Comment se compare-t-elle au sein de notre industrie ? et au delà ?
- Comment mesurer l'impact de nos programmes auprès du grand public, des professionnels de santé, des patients ?
- Quelles sont les informations qui sont le plus appréciées par les internautes ? Sont-elles suffisamment accessibles ?
- Quelles sont les mots et expressions les plus fréquemment utilisées pour nous trouver sur le WEB ? Est-ce cohérent ?

Entre les options techniques, qui évoluent en permanence et le vocabulaire spécifique du WEB, pas toujours très rigoureux, l'assistance d'un conseil indépendant comme **B6B Consulting**, est le meilleur moyen de vous concentrer à nouveau sur le cœur de votre métier, vos produits et vos services.



Une palette de services WEB spécifiques des industries de santé

Visibilité sur le WEB, « SEO »

Vous vous interrogez sur l'efficacité de vos actions et investissements dans le WEB. Comment en mesurer l'impact ? Comment les comparer ? Sur quelles bases ?

- Quelle est la visibilité « réelle » de notre présence sur le WEB et les réseaux sociaux ?
- Comment se compare-t-elle aux autres acteurs de notre domaine d'activité, pharmaceutique, dispositifs médicaux, services médicaux, industrie vétérinaire, diagnostic in vitro, soins et services à la personne ?
- Pouvons-nous améliorer notre visibilité ? Comment ? Existe-t-il des moyens et techniques permettant de gagner en notoriété et en visibilité ?
- Devons-nous investir dans des campagnes payantes, Google Adwords ou autre ?

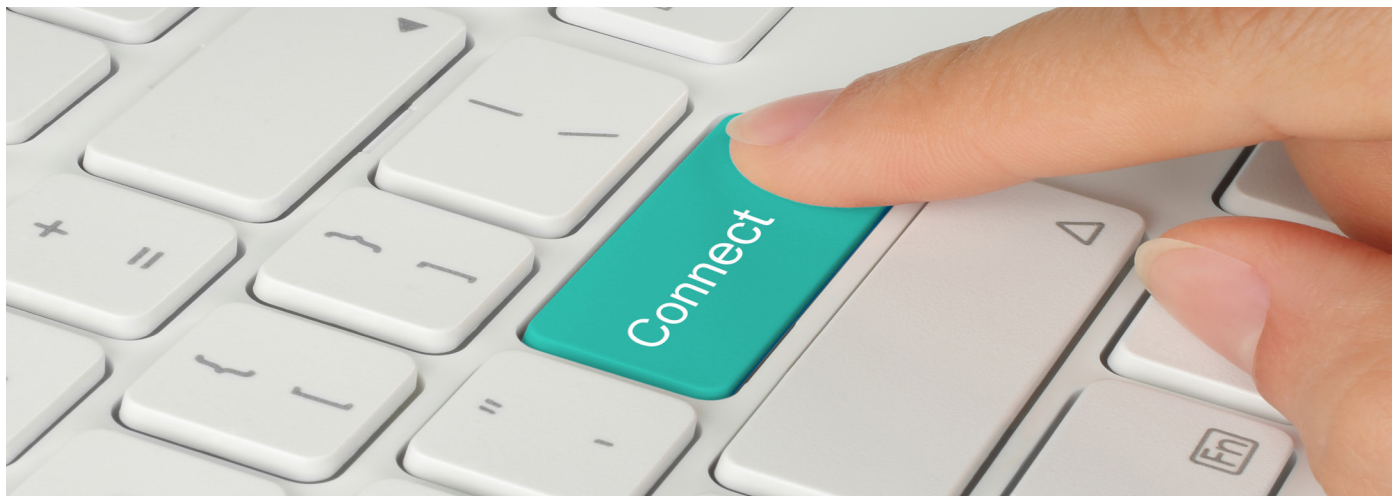
Assistance et conseil

Comment choisir parmi toutes les options proposées et comment lever ce doute que vos interlocuteurs internes ou externes vous proposent les meilleures solutions, non uniquement celles qu'ils maîtrisent.



- Nous devons refaire notre site WEB, quels sont les points essentiels à adresser ?
- Les contraintes techniques et réglementaires présentées sont-elles justifiées ?
- Les devis qui nous sont présentés sont-ils complets et justifiés ? Les délais annoncés sont-ils réalistes ?
- Comment déléguer en toute confiance le suivi de la mise en place de nos programmes WEB ?
- Comment obtenir une évaluation indépendante et pertinente sur l'efficacité de nos stratégies et la rentabilité de nos investissements ?

Entre les options techniques, qui évoluent en permanence et le vocabulaire spécifique du WEB, pas toujours très rigoureux, l'assistance d'un conseil indépendant comme **B6B Consulting**, est le meilleur moyen de vous concentrer à nouveau sur le cœur de votre métier, vos produits et vos services.



B6B Consulting a été fondé en 2014 sur la base d'un constat simple : tout le monde parle du WEB, investit dans le WEB, recrute des spécialistes WEB ; mais qui mesure réellement l'impact de ses investissements, qui maîtrise, même superficiellement, le vocabulaire du WEB, ses techniques et ses règles ?

Combler ce fossé entre WEB et industries de santé et autres activités spécialisées à fort contenu scientifique et réglementaire, telle est l'ambition de **B6B Consulting**.

Les raisons d'un tel décalage sont simples : les spécialistes du WEB « de nouvelle génération » ont le plus souvent moins de trente ans alors que les responsables donneurs d'ordre ont accumulés parfois plusieurs décennies d'expérience dans un environnement contraint, réglementé, particulièrement technique et rigoureux.

Bertrand Bonnot, créateur de **B6B Consulting**, possède plus de 30 ans d'expérience marketing et de direction générale (*Abbott, Serono, Actelion, Stago*), dans des domaines variés :

Pharmaceutique, notamment dans des domaines hautement spécialisés et sensibles comme le SIDA, la Médecine de la Reproduction, les Maladies Rares, les Dispositifs Médicaux et le Diagnostic In Vitro.

Il est également « **Google Certified Partners** » (*Google Analytics*).

B6B Consulting est également au cœur d'un réseau d'experts immédiatement mobilisables pour couvrir tous les aspects d'une prestation de qualité : réglementaires, techniques, marketing, rédactionnels et formation.



Rigueur

Pas d'idées reçues, de simples adaptations de recettes génériques plus ou moins obsolètes, de vocabulaire clinquant ou exotique, de concepts génériques, de termes vides de sens chez **B6B Consulting**.

Tout ce qui vous sera proposé sera étayé, tout en s'adaptant à votre organisation, sa culture, ses règles internes, son degré de maturité et d'exigence, et bien sûr vos budgets.

Flexibilité et réactivité

B6B Consulting est un partenaire à même de collaborer avec tous les niveaux de votre organisation, du chef de produit au comité exécutif et de vous accompagner dans vos décisions, des plus quotidiennes aux plus stratégiques.

S'adapter à vos impératifs et contraintes, alléger au maximum les moments non productifs ou non créatifs, simplifier les échanges, autant de priorités pour rendre notre collaboration encore plus efficace ; chez **B6B Consulting** nous connaissons bien votre quotidien, c'est pourquoi nous le respectons.

Indépendance

Notre métier, c'est le conseil et l'accompagnement, ainsi nous évitons tout conflit d'intérêt. Les recommandations de **B6B Consulting** sont motivées uniquement par la défense de vos intérêts et le succès de vos projets.

