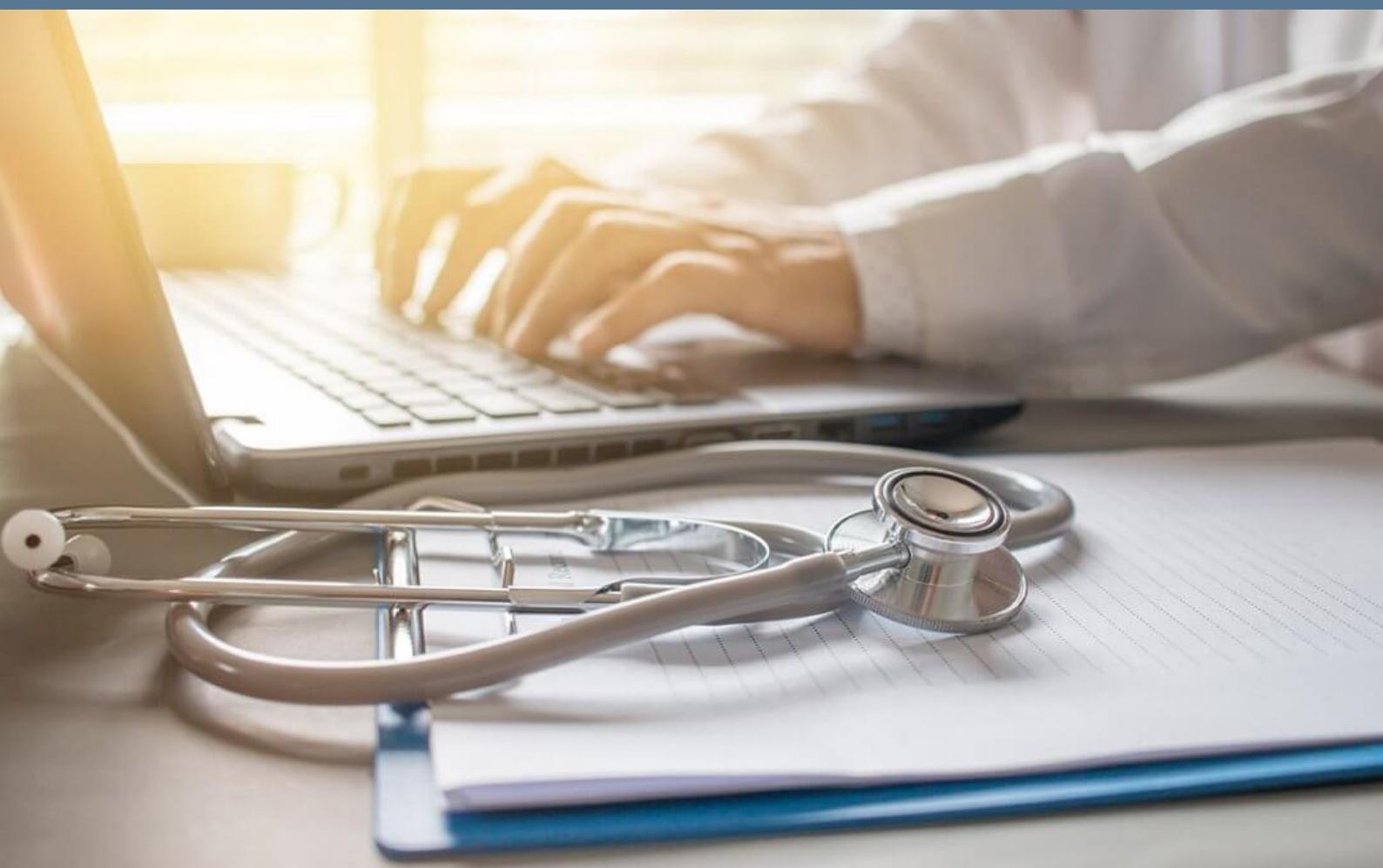


Livre Blanc



PRÉPARÉ PAR
Emma-loïse QUIN & Robin MAHE

TABLE DES MATIÈRES



- 0 4**
A PROPOS DE NOUS
- 0 5**
ÉTUDE DE MARCHÉ
- 0 6**
LE PROJET
- 0 7**
NOS CIBLES
- 8**
OBJECTIFS / KPI
- 9**
PRÉVISIONNEL
- 1 0**
STRATÉGIE
- 1 1**
ORGANISATION
- 1 3**
PLAN DE COM

Qui sommes nous



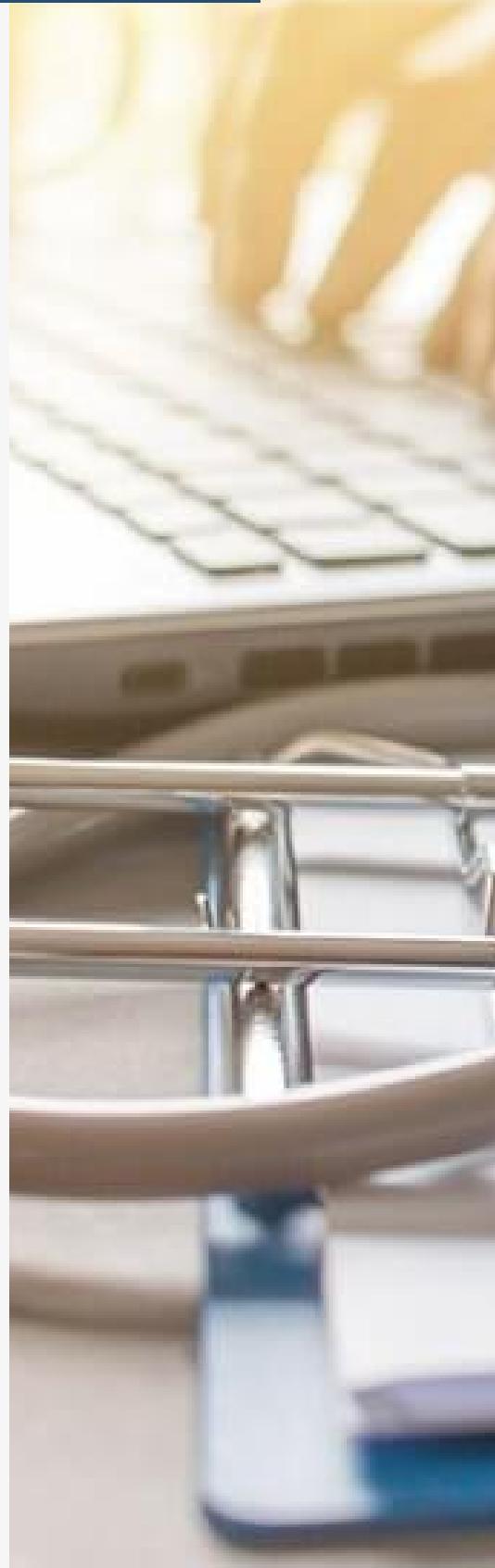
Emma-Loïse QUIN

CEO

Robin MAHE

UX designer

- Notre startup innovante veut changer l'usage des plateformes de prise de rendez-vous médicaux en y intégrant un outil conversationnel pour s'adapter à l'ère instaurée par Zuckerberg en 2016.
Ainsi, nous allons simplifier :
 - le remplissage du DMP (Dossier Médical Partagé)
 - la prise de rendez-vous médicaux
 - la gestion du flux de patients venant pour de la bobologie
- Nos valeurs sont l'**entraide**, la **confiance** et la **sécurité**



ETUDE DE MARCHÉ

QUELQUES CHATBOT EXISTENT DÉJÀ DANS LE DOMAINE MÉDICAL



Healtap
(Amérique)

Il fournit des articles adaptés aux patients

- + Beaucoup d'articles personnalisés
- Pas de diagnostique



Joy

Il collecte des informations sur la vie des usagers, évalue la santé mentale

- + Analyse l'humain
- Ne donne pas de traitements



Melody
(Chine)

Application mobile permettant aux patients et soignants de gagner du temps dans les diagnostics

- + Emet un diagnostic
- Ne permet pas de suivi



Babylon health
(Angleterre)

Donne via des vidéos de médecins des avis

- + Evite de surcharger les médecins
- Ne permet pas de suivi

CE QUE NOUS AVONS AUJOURD'HUI

PROJET EN COURS

PROJET

Un outil conversationnel

Bonjour je suis Harmon

Aujourd'hui à 14:00

Je suis un chatbot, je suis ici pour vous conseiller, rassurer et vous rediriger en cas de problème.

Bonjour Harmon

Aujourd'hui à 14:00

Comment allez vous aujourd'hui ?

Aujourd'hui à 14:01

Pourquoi êtes vous ici ?

Récupérer un renseignement Avoir un diagnostic

Trouver un soignant



Aider le domaine du médical



Notre chatbot linéaire, nommé **Harmon** va guider vos utilisateurs pour décharger vos services de renseignements des patients en automatisant votre relation avec la patientèle.

Disponible 24h/24, 7j/7
Accessible
Reconnais l'utilisateur
Peut accéder à l'historique des conversations

Nous allons vous accompagner à mettre en place différents KPI et à les visualiser simplement dans un Dashboard pour mesurer l'utilisation de la solution et la rendre plus attractive & qualitative.

LES CIBLES, LEURS BESOINS ET LES QUESTIONS QU'ILS ONT SOUVENT

CIBLE 1 : DOCTOLIB

Doctolib a besoin d'éviter le DDos (la surcharge de ses serveurs qui pourrait faire planter la plateforme).

Pour cela nous proposons un chatbot qui redirige au plus vite un utilisateur vers ce qu'il cherche.

Ses utilisateurs vont chercher des medecins, des créneaux de rendez-vous, ect
Nous les guiderons pour qu'ils trouvent plus rapidement.

CIBLE 2 : ETABLISSEMENTS MÉDICAUX

Les établissements médicaux ont besoin de libérer/décharger les secrétaires pour gérer plus rapidement les urgences/priorités.

Pour cela nous proposons un chatbot qui aiguille vers le bon service, le bon praticien comme l'aurait fait la secrétaire.

Les utilisateurs viennent chercher des renseignements/
Nous les guiderons pour qu'ils trouvent plus rapidement.

CIBLE 3 : LIBÉRAUX

Les libéraux ont besoin de libérer/décharger les secrétaires pour gérer plus rapidement les urgences/priorités.

Pour cela nous proposons un chatbot qui aiguille vers le bon service, le bon praticien comme l'aurait fait la secrétaire.

Les utilisateurs viennent chercher des renseignements/
Nous les guiderons pour qu'ils trouvent plus rapidement.

NOS OBJECTIFS

KPI :

Satisfaction utilisateur :

- > Moyenne du nombre d'étoiles pour noter le chatbot
- > Nombre de recommandations



Utilisation du chatbot :

-> Taux d'activation	80 %
-> Taux de rétention	56 %
-> Taux de réussite	44 %
-> Taux de rebond	28 %

Info diverses

Usages

Accessibilité
Disponibilité
Ubiquité

Attentes

Reconnaissance
Instantanéité
Contextualisation

Enjeux

Personnalisation
Transparence
Valeur ajoutée

- Augmenter le nombre de rendez vous
 - Nombre de rendez vous prix par le chatbot par rapport au nombre de rdv prix sur le site
 - nombre de rdv
 - 50% de rdv soit pris sur le chatbot
 - ne pas passer en dessous du mois précédent

- Améliorer l'expérience des patients
 - note moyenne du jours par rapport à celle du jour passé.
 - vote des patients.
 - 20% de plus chaque jours
 - ne pas passer en dessous de 3/5

- Améliorer l'expérience utilisateur
 - nombre de clics/jour sur le chatbot par rapport au nombre de personnes qui se sont connectées
 - repositionnement, modifications
 - Au moins 10k/jours
 - Ne pas passer en dessous de 6k/jour

Potentiel financier

Produit : Outil conversationnel

Place : Domaine médical

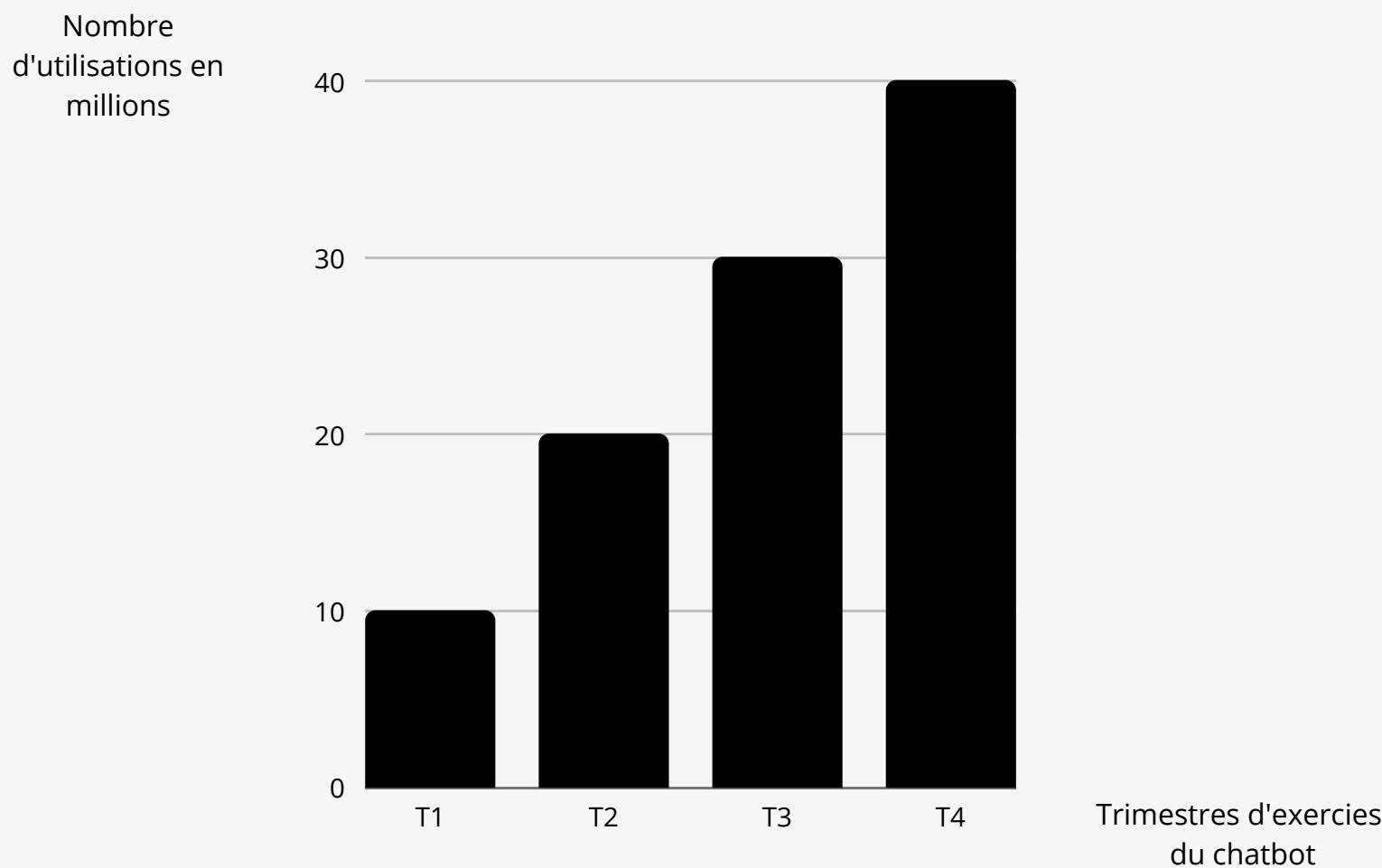
Promotion : Simplifie la recherche d'un professionnel médical, aide à se présenter devant un nouveau docteur

Prix : Abonnement 1€/mois/abonnement Doctolib (31K€/mois)

Persona : Toutes les personnes entre 18 et 54 ans

Performance : A analyser (trackers, KPI)

Physical evidence : Fiche de suivi

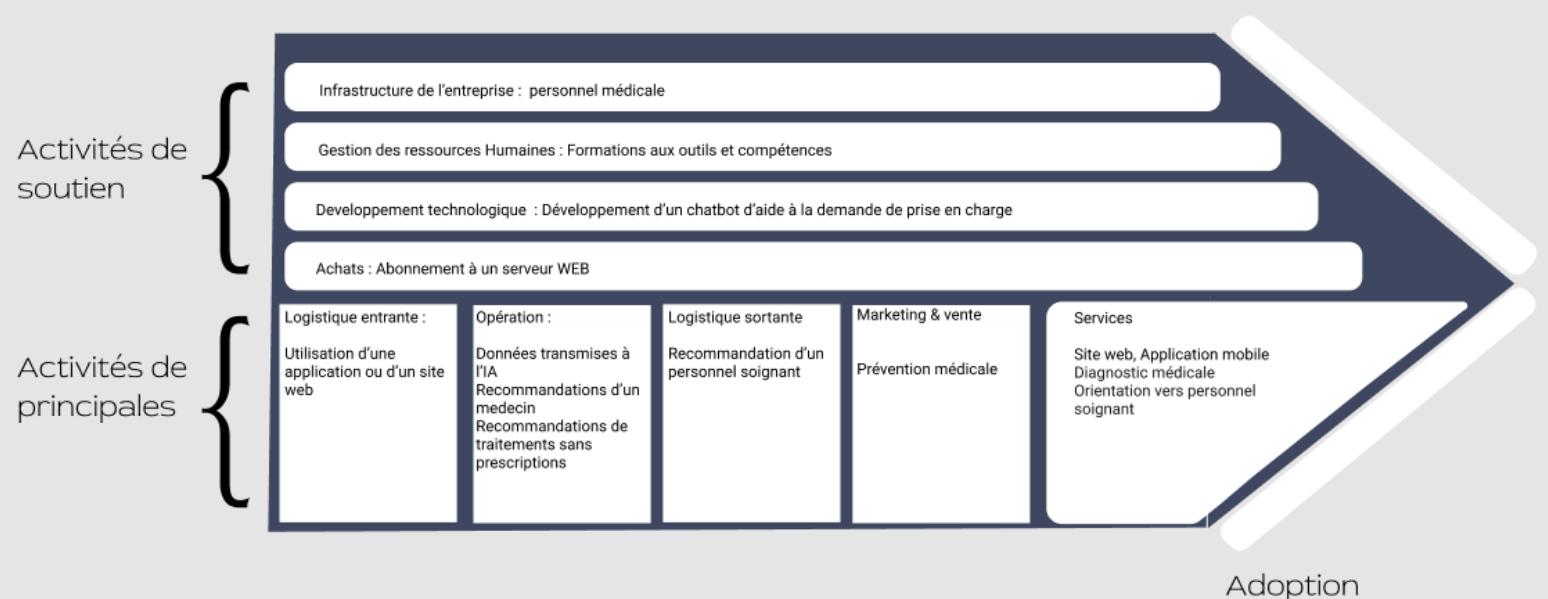


Nombre d'utilisations du chatbot en fonction du temps

Stratégie

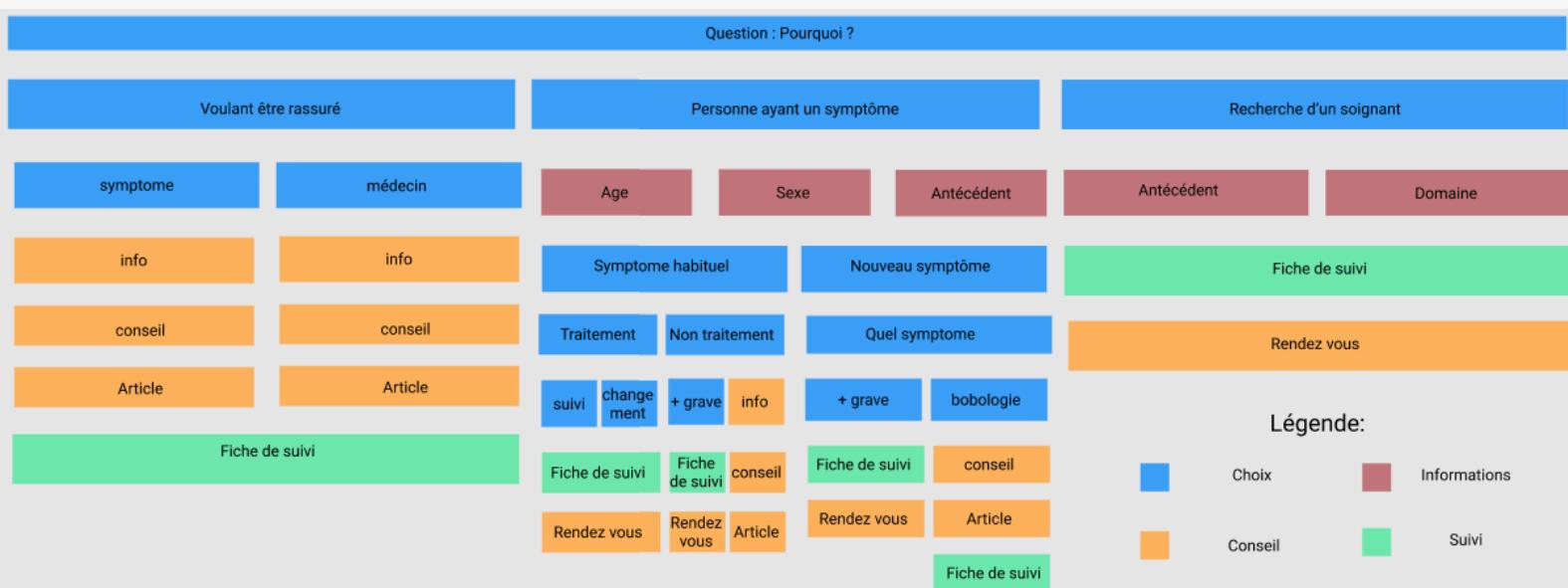
- Notre projet ce base sur une chaine de valeurs, qui nous permet déterminer l'ensemble des étapes déterminant la capacité d'un domaine d'activité stratégique, à obtenir un avantage concurrentiel.

Chaine de valeur Eliza :

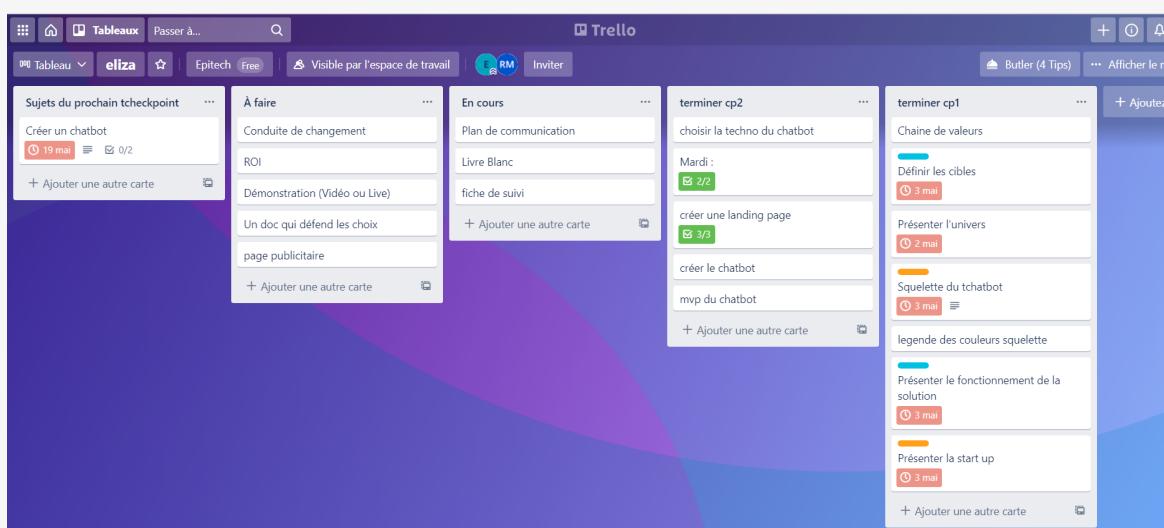


Organisation

Notre avons décidé de créer un squelette. Le squelette de notre chatbot permet de comprendre et de déterminer les différentes possibilités et axes que nous allons proposer.



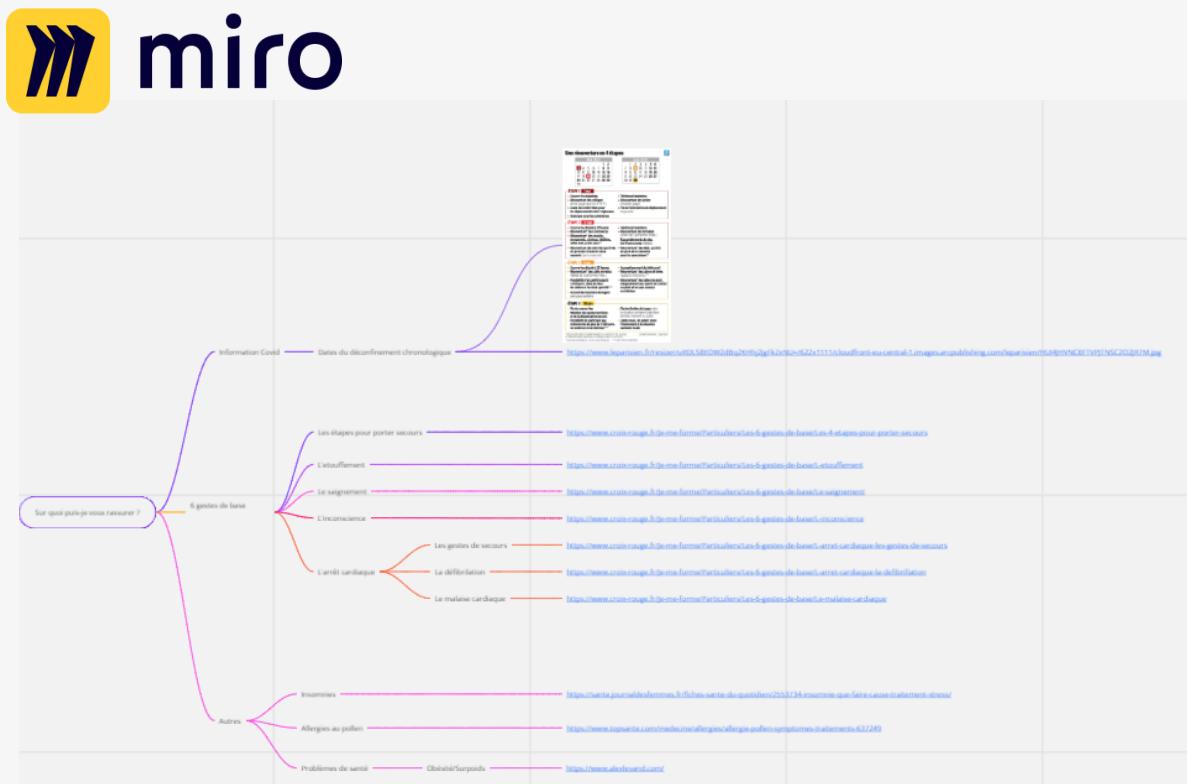
Nous avons décidé de mettre en place un Trello afin de s'avoir comment est organiser le projet et ce qu'il reste à produire.



Organisation

Par la suite nous avons créer une mind map permettant de déterminer les différents axes en fonctions des patients. Puisque la cible détermine le chemin.

https://miro.com/app/board/o9J_lFQtSk0=/



Plan de communication

Objectifs	Cible	Moyen de communication	Descriptif	Organisation
Faire connaitre et informer sur la mise en place de nouveau outils (chatbot)	"Grand public"	Vidéo diffusé sur les médias (réseaux sociaux, télévision)	Présentation générale de l'outils mis en place et changement annexes	Vidéo diffusé plusieurs fois sur plusieurs média
Les former a son utilisations	Doctolib	Intervention et infographie	Présentation générale de l'outils mis en place et changement annexes + explication de la transformation digitale	Affiche et créneaux programmé

Conduite du changement

ROI

Publicité