



Décrypter les PARCOURS  
PATIENTS *pour éclairer*  
*vos décisions stratégiques*





# *Pourquoi cette offre ?*

**Des DÉCISIONS À PRENDRE VITE, dans des parcours de plus en plus complexes :**

Les équipes santé font face à :

- Des **parcours patients fragmentés**, non linéaires
- Une **multiplication des sources d'information et des services**
- Des **rôles de professionnels** de santé en évolution
- Des **attentes patients** plus fortes, plus émotionnelles
- Des contraintes de **temps, de budget et d'opérationnalité**

Le besoin d'un **CADRAGE RAPIDE, FIABLE et orienté BUSINESS.**

# ” Un éclairage rapide et structuré pour transformer le parcours patient en levier de décision

Notre approche permet de **comprendre, dimensionner et activer les opportunités du parcours patient.**

## IDENTIFIER LES LEVIERS DE VALEUR DANS LE PARCOURS PATIENT

Mettre en lumière les **moments clés, points de tension et besoins non couverts** afin d'optimiser les actions existantes et révéler de nouvelles opportunités d'impact.

## ALIGNER LES ÉQUIPES AUTOUR D'UNE LECTURE PARTAGÉE

Objectiver les perceptions et structurer la compréhension du parcours pour **faciliter les arbitrages et prioriser les actions.**

## ÉCLAIRER LES DÉCISIONS STRATÉGIQUES

Disposer d'une **lecture claire et quantifiée du parcours patient** pour :  
orienter les priorités marketing, les stratégies d'engagement et les investissements futurs.



# Quelle approche méthodologique ?

*Des modules complémentaires et indépendants les uns des autres*



## DEFINIR

*Objectiver et dimensionner  
le parcours patient*

Pour :

- Cartographier les étapes du parcours
- Dimensionner les segments de patients
- Identifier les moments clés et les points de rupture

### Etude QUANTITATIVE

Interrogation **en ligne** de  
**500 PATIENTS** minimum (*selon  
la prévalence de la pathologie*)  
**10 MINUTES** de questionnaire



## APPROFONDIR

*Explorer le vécu patient  
en profondeur*

Pour explorer finement :

- Les perceptions patients
- Les arbitrages réels
- Les tensions émotionnelles
- Les besoins non couverts

### Etude QUALITATIVE

**30 INTERVIEWS** de **15 MINUTES**,  
via une animation combinant  
l'expertise humaine et  
la puissance de l'I.A



## ACTIVER

*Transformer les insights  
en leviers d'action*

Pour :

- Prioriser les moments clés du parcours
- Identifier les opportunités d'intervention
- Orienter les décisions marketing et services

**RESTITUTION INTERACTIVE** avec  
l'ensemble de vos collaborateurs  
impliqués sur le projet





# Notre offre : 3 possibilités selon vos besoins

À partir de  
6 500 € HT

QUANTI



## ● Le **VOLET DEFINIR « seul »**

Un cadrage quantitatif pour objectiver le parcours patient, dimensionner les segments et prioriser les enjeux clés.

QUALI



## ● Le **VOLET APPROFONDIR « seul »**

Une exploration qualitative du vécu patient pour comprendre les mécanismes humains, les tensions du parcours et les besoins non couverts.

FULL



## ● **DEFINIR, APPROFONDIR et ACTIVER**

Un dispositif complet pour transformer la compréhension du parcours patient en décisions stratégiques et leviers d'action.

# ” Nos expertes passionnées



**Nadia  
Auzanneau**

*DGA, responsable du  
département Santé*

**Experte des études quantitatives santé depuis 29 ans**, diplômée de Sciences Po Paris, spécialisation marketing. Aime la diversité du secteur, de ses problématiques et de ses acteurs (labos, associations de patients, agences de com,...)



**Chloé  
Jacquet**

*Directrice d'étude  
Département Santé*

**Ingénieure en biologie de formation**, spécialisée en marketing. Experte en études santé quantitatives, A travaillé sur de nombreux dispositifs ad hoc et baromètre, France et international, précédemment à IFOP puis à OpinionWay.

**Psychologue clinicienne, 20 ans d'expertise en études santé.**

Passionnée par les problématiques médicales... et capable de faire d'un pharmacien mon meilleur allié.

**Caroline  
Vigneront**

*Co-directrice LIFE Qual,  
communities, SMI, Inno*



**Experte du parcours client et des dynamiques consommateurs.**

Diplômée d'Audencia (SciencesCom) et formée chez Ipsos et Brain Value. Spécialiste des dispositifs quali ad hoc, en France comme à l'international, online et offline.

**Van  
Bui**

*Directrice conseil  
LIFE Qual,  
communities, SMI, Inno*



# opinionway

PARIS • BORDEAUX • BRUXELLES • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

## Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

## Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

*Je m'abonne*

## Vos contacts OpinionWay

**Nadia Auzanneau**  
**DGA**  
**Directrice du pôle Santé**

Tel. +33 6 86 28 69 75  
nauzanneau@opinion-way.com

**Caroline Vigneront**  
**Co-Directrice du pôle Life**  
*Qual, communities, SMI, Inno*

Tel. +33 7 77 16 24 67  
cvigneront@opinion-way.com

**ESOMAR**<sup>25</sup>  
Corporate

