

# CAS MARKETING NUMÉRIQUE



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

**PRÉSENTÉ PAR :**



**RÉDIGÉ PAR :**

Maxime Courchesne, Chargé de cours, Université de Sherbrooke  
Ana Dragović, VP Académique Happening Marketing  
Étienne Moreau, VP Académique Happening Marketing

## **Description de l'entreprise et de l'industrie**

Dermago est une clinique de médecine uniquement asynchrone qui mise sur la technologie pour offrir des services de télédermatologie. Grâce à une offre complètement numérique des soins aux patients, l'organisation permet d'avoir accès à un dermatologue facilement et rapidement, ce qui peut être un processus très long au Canada lorsqu'on utilise les services publics. L'expertise de l'équipe est le traitement des conditions suivantes: l'acné, rosacée, rajeunissement, perte de cheveux, eczéma et psoriasis.

Il existe de nombreux avantages dans l'utilisation de la plateforme Dermago. Ces bienfaits sont moins connus par le public et méritent d'être mis de l'avant. En effet, chaque consultation est supervisée par un dermatologue certifié, la prise de rendez-vous se fait rapidement et sans l'aide d'un médecin de famille. De plus, vos photos permettent au médecin de vous offrir un service de qualité rapide et précis accompagné d'une ordonnance qui sera envoyée directement à la pharmacie de votre choix. Toutes ces étapes se font dans le confort de votre foyer.

La mission de Dermago est de rendre accessible un Dermatologue, sans la contrainte d'une planification d'un rendez-vous physique ou virtuel. L'échange d'information s'effectue par l'entremise de photos qui sont analysées par les experts Dermago, dans des délais rapides. Cette approche de consultation permet de faciliter le quotidien du patient en apportant un diagnostic clair et précis, indépendamment du moment de la journée et du lieu.

Dermago se définit par ses 4 grandes valeurs qui sont les points d'ancrage de leur offre de service:

1. L'accessibilité universelle aux soins dermatologiques, qui est rendue possible grâce aux procédés technologiques innovants de Dermago. Les limites géographiques et linguistiques ne sont plus que de lointains souvenirs.
2. Assurer la sécurité des données numériques par la mise en place d'une infrastructure et des processus de sécurité de haut niveau, permettant de rassurer que les données personnelles sont entre de bonnes mains.
3. La facilité d'utilisation avec une configuration de plateformes innovantes, centrée sur l'expérience utilisateur. L'interface permet de bénéficier d'une expérience de consultation et de suivi efficace, rapide et simplifié.
4. Donner des soins rapidement, car l'équipe de Dermago souhaite procurer un soulagement rapide et durable à ses patients. Les consultations asynchrones permettent d'éliminer les délais exorbitants pour avoir de l'aide professionnelle.

## **Contexte**

Malgré une confiance grandissante envers les technologies en médecine, encore beaucoup de gens sont méfiants quand vient le temps de confier l'entièreté de leur consultation, de leur diagnostic et de leur suivi à un intervenant uniquement accessible virtuellement. Dermago travaille ainsi à démontrer la pertinence et l'efficacité de ses nouvelles pratiques, spécifiquement envers une population plus réfractaire au changement.

Par ailleurs, l'expertise Dermago est parfaitement adaptée à la pratique de la télémédecine, et ce, parce que les diagnostics se posent principalement à la vue des problématiques. La qualité croissante des outils de communication permettant des échanges visuels, notamment les téléphones intelligents, tablettes et ordinateurs, contribue à simplifier de beaucoup les processus pour les dermatologues. Ceux-ci sont parfaitement adaptés aux types de consultations qu'effectuent les professionnels sur une base régulière. Le contexte de la pratique est ainsi plus que favorable au virage numérique, et il est simple de démontrer la pertinence de la télédermatologie en misant sur des arguments d'efficacité, de rapidité et de performance. Chaque année, c'est plus de 3 millions de consultations en dermatologie qui ont lieu au Canada et aux États-Unis, d'où la pertinence d'une pratique innovante pour accommoder les nombreuses demandes.

Pour mieux comprendre le fonctionnement de Dermago et les forfaits offerts, veuillez vous référer au site web de l'entreprise, soit au <https://dermago.ca/>

En ce sens, l'entreprise travaille de plus en plus à faire connaître son modèle d'affaires et à installer sa présence de façon numérique, misant notamment sur un tout nouveau site web moderne et performant pour faire connaître l'étendue de ses services. Son objectif est ainsi de développer un écosystème numérique performant, qui lui permettra de rejoindre et convaincre de potentiels clients d'adhérer à l'expertise de Dermago.

## **Mandat**

Le mandat qui vous est ainsi confié en est l'acquisition de nouveaux clients pour Dermago à travers des stratégies de marketing numérique. Vous devrez mettre en place des stratégies innovantes et créatives qui permettront à la fois de générer du trafic via les plateformes, mais surtout, de transformer ce trafic en clients.

Le retour sur investissement est prioritaire pour l'équipe de Dermago, il faut donc prévoir une très bonne portion analytique dans votre stratégie, et ce, afin de démontrer la pertinence de votre plan stratégique et des différentes actions qui y sont liées.

Le territoire le plus propice au développement de l'organisation est le territoire canadien. Par ailleurs, le public le plus engagé auprès des services de Dermago est constitué des 25 à 44 ans, éprouvant un ou des problèmes dermatologiques. Ce groupe est également davantage connecté et utilise le web pour effectuer de nombreuses actions du quotidien. Vous devrez toutefois porter une attention particulière aux considérations légales qui régissent les normes en télécommunication pour cette industrie, mais également aux aspects culturels de la ou des provinces sélectionnées pour le développement de marché.

### **Objectifs :**

- Communiquer efficacement la valeur ajoutée des technologies et du modèle Dermago dans un contexte de télédermatologie.
- Générer des consultations clients via les plateformes numériques de la marque.  
L'entreprise souhaite un ROAs d'au moins 4,0.
- Augmenter la prise de rendez-vous en ligne et l'utilisation des services de la plateforme Dermago de l'ordre de 30 % année sur année, c'est-à-dire sur 12 mois, à pareille date.

L'entreprise veut une stratégie multiplateforme qui lui permettra de construire de la connaissance/reconnaissance auprès d'un nouveau bassin de potentiels clients et finalement de les mener à poser un geste concret, soit convertir. Pour ce faire, vous pouvez utiliser les plateformes de marque, suggérer des optimisations, mais également en proposer de nouvelles à intégrer à l'écosystème numérique.

Votre présentation devra s'assurer de présenter un échéancier complet des actions et une vue globale sur la planification, un budget détaillé des différentes initiatives, de même que vos indicateurs de performance et votre estimation des retours sur investissement de chacune de vos actions.

## **Contraintes**

La réalité canadienne est quant à elle mieux maîtrisée et peut être attaquée de plein front par la marque. Vos recommandations, numériques, devraient miser principalement sur ce territoire. Par ailleurs, le budget alloué aux initiatives de communication marketing est de l'ordre de 500 000 \$ annuellement et doit couvrir l'entièreté des dépenses (Frais d'agence, de création, de production et de placement). Un budget plus élevé peut toutefois être présenté si un retour sur investissement clair peut être prévu et si la stratégie globale le réclame. En ce sens, présentez vos calculs de ROI si vous devez justifier des dépassements budgétaires pour votre planification. Celle-ci doit couvrir une période d'une année complète. Le début (lancement de la planification) et la fin sont toutefois à votre discrétion.

Pour la réalisation du mandat, vous n'avez pas à considérer le contexte lié à la COVID-19. Vous pouvez ainsi proposer des solutions dans un esprit non pandémique. Vous devez garder en tête que malgré l'étendue des possibilités liées à l'environnement du web, il demeure que la publicité en matière de santé est soumise à des règles strictes de la part des autorités québécoises et canadiennes, et ce, même sur des médias non régis par les autorités. Il vous faut donc vous assurer de présenter de manière factuelle l'offre de la marque, tout en respectant les contraintes spécifiques dictées par les normes canadiennes de la publicité, de même que celles de Santé Canada, le cas échéant.

Un fichier Excel vous est rendu disponible pour connaître des données réelles de Dermago. Consultez-le dans votre dossier Drive.