

WEBHELP CONSERVE L'EXCIPIENT DIRECT MEDICA

Pas d'erreur dans la nouvelle formule du BPO Santé...

Par Holden Caulfield

Si le téléphone sonne demain soir dans votre foyer, oubliez votre réflexe d'agacement et les propos qui lui succèdent souvent : encore un importun, un vendeur de fenêtres ou la énième campagne de sensibilisation aux nouvelles dispositions fiscales. C'est peut-être pour votre bien ou celui de votre cœur ou encore parce que, sans vous l'avoir dit, votre fils a décidé d'arrêter le tabac. Vraiment et qu'il a besoin de *coaching*.

DES APPELS SORTANTS, PERTINENTS POUR VOTRE BIEN ? LE JUSTE DOSAGE S'ÉLABORE À BOULOGNE-BILLANCOURT CHEZ DIRECT MEDICA.

Si vous passez par la Rue des Longs Prés, à Boulogne-Billancourt, vous pourrez apercevoir, depuis la rue ou dans la cour verdoyante qu'abritent de grands immeubles, quelques plateaux téléphoniques, de taille modeste, où circulent, affairés ou concentrés, des individus de tous âges. Quelques-uns portent des micro-casques, d'autres non. En quelques secondes, un ancien des plateformes téléphoniques reconnaîtra des pratiques et des outils qui rappellent les centres d'appels mais, sans recourir aux services de Palantir*, abandonnera vite cette hypothèse : localisation trop chère pour un simple prestataire, visages et salariés souvent trentenaires, aménagement de locaux en petits espaces où conversent quelques équipes féminines. Pas d'annonce ou d'affiches signalant des recrutements... peut-être une de ces sociétés de sondages et logiciels pour les partis politiques, de traite-

ment de données à valeur ajoutée, comme on lit désormais. En réalité, une entreprise qui propose un mix de tout ceci, au positionnement unique, et dont l'avenir semble assuré : Direct Medica. Son métier ? La relation client dans l'univers de la santé.

Au quotidien, l'entreprise pratique trois activités bien distinctes :

- La gestion de campagnes de vente de médicaments auprès des officines.
- La « promotion » de médicaments auprès des médecins, via des campagnes multi-canal.
- La conception et le suivi de programmes de *coaching* santé pour des patients, en mode industriel ou pilote, comme celui développé avec la MGEN (voir encadré).

UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE, INDUSTRIEL. UN MARIAGE AVEC WEBHELP... QUI NE DOIT RIEN AU HASARD.

Pour des laboratoires, des institutions ou bien encore des mutuelles, désireux de tester de nouvelles pratiques dans le domaine de la relation patient, le trio de fondateurs a quasiment inventé ce métier et en est devenu le *leader* français. Son savoir-faire et son expertise n'ont pas échappé à Webhelp qui a annoncé, en juin de cette année, une prise de participation majoritaire pour l'acquisition de celle-ci.

Comme d'habitude Rue de Courcelles, l'acquisition ne s'est pas faite au hasard, le mariage vient même fort à propos, comme l'explique Jean-Christian Kipp, co-fondateur de l'entreprise et président de celle-ci : « Nous avons toujours privilégié la crois-





LA MGEN EN POINTE, AVEC VIVOPTIM, PROPOSE UN ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE GRÂCE À PATIENTYS (DIRECT MEDICA)

La deuxième mutuelle de France achève, dans quelques semaines, un programme pilote, initié depuis deux ans, de prévention des risques cardio-vasculaires dénommé Vivoptim et que dirige Virginie Femery :

« Nous proposons à nos adhérents volontaires, après consentement, d'accéder à un bouquet de services : information et sensibilisation, évaluation des risques de santé, accompagnement personnalisé et enfin suivi (de l'observance, motivationnel, des données de santé collectées par les objets connectés). Une plate-forme téléphonique, médicalisée, (regroupant des spécialistes de santé) assure le coaching et le suivi, sur la durée, pour les adhérents présentant un niveau de risque cardiovasculaire, ou une pathologie cardiovasculaire avérée. Concrètement, selon le niveau de risque et la motivation des adhérents, ceux-ci peuvent être appelés trois fois sur une période de six mois à minima et jusqu'à huit fois sur une durée plus longue de dix-huit mois. Ces appels sortants sont émis par une plate-forme médicalisée qui regroupe des infirmiers, des nutritionnistes, des tabacologues et des éducateurs sportifs sous la responsabilité d'un superviseur et d'une pharmacienne »

C'est au moment de la sélection du partenaire que la Mgen a choisi de collaborer avec Patientys, entité de Direct Medica.

« C'est en réalité un marché concurrentiel sur lesquels des assistants ou d'autres spécialistes des centres d'appels interviennent. Mais, l'expertise forte de Direct Medica, son ancienneté dans le métier - qui démontrait la pérennité de leur modèle économique - les véritables profils de spécialistes dont leur plateforme médicalisée est équipée



Virginie Femery,
responsable des programmes
E-santé à la MGEN

nous ont convaincus.

Ils ont remporté à l'époque un appel d'offres et ont démontré, depuis deux ans, une réelle capacité à collaborer pour ajuster les process et autres modes opératoires, les formations continues à nos côtés » indique la jeune femme, arrivée dans la Mutuelle pour lancer le projet.

Testé depuis presque deux ans, le pilote a convaincu et démontré son efficacité. Il a concerné 14000 personnes qui avaient créé leur espace personnel sur le site dédié (vivoptim.fr). Sur les 8500 qui ont rempli et répondu aux questionnaires, 2600 personnes ont profité du coaching téléphonique.

Un contenu conçu avec



© DR