**PLAN DE COMMUNICATION POUR LE LANCEMENT « Opération Novelator au Centre Khépri Santé »**

**Récapitulatif des actions pour la mise en place de Novelator au Centre:**

**Intitulé :** "Traitement médical de confort pour troubles érectiles"

**Plan d'actions: Qui fait quoi ?**

**1/ Installation du matériel**

* Mise à disposition du matériel dans le centre le 15 décembre (Dan)
* Signature du contrat entre Novelator, le Centre Khépri Santé et Mickael Dahan
* Acheter Tablette à roulette pour son utilisation + tabouret à roulettes (Evelyne)
* Choix d’un patient pour apporter son témoignage (Evelyne): **Identifié (On l’appellera JP et il m’a donné son accord)**
  + Avant, relatif à l’anamnèse,
  + après une première séance pour relater les ressentis de cette expérience,
  + après le traitement de 6 séances pour relater les résultats

**2/ Plan média**

* **Information aux médecins généralistes**
  + **Supports:** par courrier postal
  + **Actions :** Constituer un fichier d’adresses sur Nogent **(fait = 20 médecins)**,

Le-Perreux, Bry-sur-Marne dans un premier temps et élargir aux 10 communes autour de Nogent. **Voir liste sur les communes (Flavien)**

* **Information aux patients**
  + **Supports:** courrier ou par mail

**Actions :**

* + **location de fichiers** auprès de la poste 🡺 faire devis en fonction du volume de la cible (Flavien) à ce stade Flavien a besoin de statistiques 🡺 voir questions dans plan de com page 3 pour savoir sur quel volume d’adresses nous devons partir pour atteindre les objectifs en terme de nombre de clients.
  + **Vidéo** disponible sur le site de Khépri Santé au chapitre des spécialisations dans la sphère "vie intime harmonieuse"
    - 🡺 Faire le même style de vidéo que sur le site de Novelator pour la démonstration avec un objet de substitution.
    - **🡺 Filmer l’entretien** du médecin avec le patient avant le traitement, après une première séance et enfin après 6 séances *(3 prises)*. Le patient sera bien évidemment flouté et signera une autorisation de droit à l’image.
    - Faire devis pour le vidéaste et l’immobilisation de la salle le temps des tournages (Evelyne)
  + **Relation avec les médias 🡺** Radio, presse écrite le Parisien de l’Est-parisien (Jacques Labescat) (me soumettre le devis au temps passé)
  + Demande de devis auprès « des Eclaireuses » agence de presse
  + **Flyers** dans le centre + carte de visite du médecin traitant (Dan)
  + **Plaque non nominative** à l'entrée de l'immeuble: médecin spécialisé dans le traitement de confort des troubles érectiles" (Fabrication Fournisseur Evelyne, réglée par le praticien (40€). Fait partie du Kit d’installation au Centre.
* **Information aux associations**
  + Diabétique (rendez-vous + courrier + flyers (Evelyne + Mickael)

**3/ Planning :**

* **15-12-2017 :** 
  + Installation du matériel au Centre
  + Mise à disposition des flyers
  + Textes actualisés sur le site de Khépri Santé + lien vidéo existante de Novelator
  + Inscription et accès au Centre donné à Mickael
* **Du 2-12 au 15-12:**
  + Réunir les différents devis 🡺 évaluer coût de l’opération
  + Planifier les dates des prises vidéo
  + Planifier médiatisation par J. Labescat
* **1-01-2018 :** début des soins qui peuvent commencer indépendamment du plan média.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PLAN D’ACTION COMMERCIALE**

**A cette étape, il est nécessaire de :**

* Dire **combien de clients**, quel montant de CA ou de part de marché nous souhaitons conquérir
* De **définir des objectifs de panier moyen par client**  (le montant moyen d’un traitement), **de marge brute, de récurrence**
* de **durée de vie du client**…
* Définir **quels sont nos moyens humains**, au début puis ensuite (de façon dynamique). Quel est le potentiel de rendez-vous par mois ? de coups de fil ? de remise d’offre ?
* Définir également **les moyens financiers à mobiliser**  (investissement de lancement marketing, note de frais notamment).
* Analyse **du coût d’un nouveau client**… il s’agit du coût d’acquisition de celui-ci, qui sera bien évidemment à mettre en lien avec la marge que vous pensez faire tout au long de sa vie comme client.
* De **prioriser sur certaines cibles très bien identifiées**. Puis de voir comment nous allons peu à peu étendre notre champ d’action.
  + les prospects non qualifiés : ce sont eux qui composent notre marché potentiel
  + les prospects qualifiés : ce sont tous les gens qui sont identifiés chez le praticien et avec qui nous allons entamer une relation
  + les prospects « chauds » : ils n’ont pas encore commandé, mais nous allons installer une relation avancée
  + les « primo » clients : Les clients qui viendront pour la première fois au Centre
  + les clients récurrents : ils nous recommandent, nous les connaissons de mieux en mieux et les chérissez du mieux possible
  + les anciens clients : ils n’ont pas recommandé, les relancer.

**Le cycle de vie du client…**

**Détermination de la cible :**

* Homme
* > 40 ans
* Catégorie de revenus > 3300€ par mois
* Zone géographique : Nogent-sur-Marne (32000 habts), Le Perreux, Bry sur Marne, Vincennes,
  + - L’intercommunalité de Nogent = 13 communes = 500 000 habts
    - Liste des communes :
* **L’intercommunalité :**
* Nogent sur Marne,
* Champigny,
* Maisons Alfort
* Alforville
* Fontenay sous-bois
* le Perreux,
* Charenton sur Marne,
* Villiers sur marne,
* Joinville le Pont,
* Bry sur marne,
* Neuilly sur Marne
* Neuilly Plaisance

* Autres communes : Saint Mandé, Saint Maurice, Vincennes
* **93 :** Noisy le grand  et Rosny sous-bois

**BUDGET du plan d’action commerciale :**

**1/ Video :** 150,00€/heure HT

**Quatre séquences :**

* 1 demi-journée (4 heures) pour 3 séquences :
  + Une démo,
  + 1er rendez-vous patient/médecin 🡺 entretien préalable (anamnèse)
  + Entretien immédiatement après le 1er soin 🡺 témoignage
* 2 heures pour :
  + **Filmer l’entretien** du médecin avec le patient après 6 séances
* 2 heures comprenant : Storry-bord, montage, mise en ligne

* **Total 8 heures x 150,00€ 1200,00€ HT**

**2/ Relation presse et radio** 150,00€/heure HT

* 4 heures : Temps d’interview
* 2 heures : Préparation des interviews
* 1 heures : Mise en ligne

**Total 7 heures x 150,00 € 1050,00€ HT**

**3/ Mailing**

* **cible patients**

Reste à définir en fonction des objectifs et du volume de prospects à cibler

(attente devis de la poste pour location de fichier en fonction du nombre de contacts, mise sous pli et compostage)

* **Cible médecins :**
  + Médecins généralistes
  + Médecins spécialistes : diabétologue, cardiologue, neurologue, dentiste, podologue

Zone géographique déterminée 🡺 les 17 communes précitées