

Les outils du numérique en santé au service des acteurs du territoire

Les évolutions des logiciels métiers : pourquoi s'inscrire dans un club d'utilisateur



Les évolutions des logiciels métiers centre de santé

- Marché des logiciels métiers dominé par Compugroup (Acteur/Axisanté), Cegedim (Crossway, Galaxie, MLM, Maïia), Equasens (Médilink), Orisha (Desmos), Doctolib, Calimaps (Dr Santé) labellisés Ségur 2.

[Les solutions labellisées e-santé | Agence du Numérique en Santé](#)

- Enjeux :
 - La modernisation pour rester compatibles avec les service nationaux
 - L'accès facilité aux financements publics (référencement Ségur)
 - L'amélioration du parcours patient grâce à une meilleure coordination et traçabilité des soins
- Dernières innovations :
 - La sécurité des paiements des mutuelles dans le cadre du tiers payant intégral.
 - L'IA vocale dans les consultations

**Pourquoi s'inscrire
dans un
club d'utilisateurs ?**

Un partenariat collaboratif gagnant-gagnant...

Pour l'utilisateur : Une opportunité d'optimiser l'usage et d'influencer l'outil

- Une optimisation de l'usage des bonnes pratiques
 - Echanges entre pairs
 - Résolution des problèmes
 - Montée en compétence
- Une capacité d'influence
 - Porter la voix du terrain
 - Influencer le développement
- Se créer un réseau
 - Développer ses contacts
 - Rencontrer d'autres professionnels

Pour l'éditeur : un outil stratégique d'amélioration et de fidélisation

- Amélioration du produit (R&D)
 - Feedback de terrain privilégié
 - Co-construction de la « Roadmap »
 - Test et validations
- Relation client commerciale
 - Fidélisation et partenariat
 - Communication stratégique
 - Réduction des coûts de support

...mais des obstacles ...

La gestion des attentes

- Ecart entre attentes réalité : implémentations rapides et intégrales, souvent irréaliste au vu des contraintes et priorités globales de l'éditeur (Roadmap)
- Gestion de la diversité des besoins : difficultés de satisfaire toutes les demandes contradictoires sans alourdir ou complexifier le produit
- Perception d'un biais commercial : le club ne doit pas être perçu comme « un outil de vente déguisé » au risque de la dégradation de la perte de confiance et de l'honnêteté des échanges
- Communiquer clairement sur les rejets des idées : l'éditeur doit expliciter pourquoi une proposition ne peut être retenue (complexité technique, faible impact général...)

La manière dont l'éditeur gère les contributions et les promesses est cruciale pour la crédibilité du club.

L'engagement des membres

- Disponibilité et surcharge de travail
- Réticences à partager les problèmes, les bonnes pratiques, les avantages compétitifs ou les faiblesses opérationnelles
- Manque de continuité : turn over des équipes, perte de « mémoire », difficulté à maintenir un niveau d'engagement
- Domination par quelques-uns : monopolisation de la parole, découragement des autres à s'exprimer

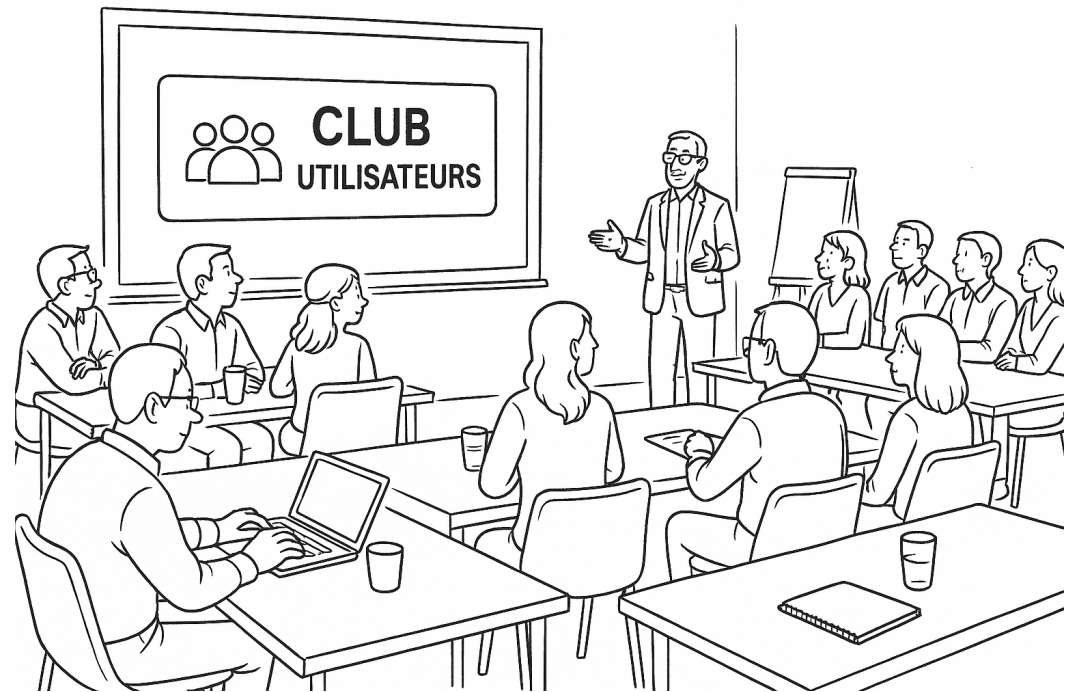
Un club ne vit que par la participation de ses membres

...et des difficultés liées à l'organisation et l'animation

L'éditeur doit investir du temps et des ressources pour garantir la qualité de l'expérience du club

- Des ressources internes dédiées pour animer le club, organiser et modérer les échanges
- La gestion de la logistique des rencontres
- Le maintien de l'indépendance par une relation relation équilibrée avec l'éditeur
- Assurer un reporting régulier du suivi des actions : rendre visible les sujets abordés et les décisions prises.

Pour un succès durable, l'éditeur doit être transparent et reconnaissant de l'effort des membres



Merci pour votre attention !