

## DEFINIR UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL CLINIQUE FRANÇAISE - CARDIOLOGIE INTERVENTIONNELLE & TAVI

### Les enjeux du projet

Nous avons accompagné un centre d'excellence dans la structuration de sa filière de soins « patientèle internationale » et la construction de son image de marque en :

1. Analysant le marché du tourisme médical et réalisant un état des lieux des souhaits et perspectives de développement internes ;
2. Définissant la stratégie de développement de la clinique à l'international et l'image de marque souhaitée ;
3. Déclinant cette stratégie en un modèle économique soutenable, un parcours patient concret et un plan d'actions.

### L'établissement :

- Centre d'excellence international en cardiovasculaire
- 1er établissement en Europe pour l'implantation de valves TAVI : +700 /an

### Les résultats

- **La clarification du projet de développement à l'international** et le choix d'un « angle d'attaque » partagé entre médecins et direction
- **La formalisation d'une image de marque sous forme de brochure diffusée dans les pays ciblés et la sécurisation du parcours patient**

### Notre accompagnement

#### Les temps forts en quelques images :

Organisation d'un séminaire « patientèle internationale »



Réalisation d'une brochure de présentation internationale



- **Partage d'un panorama du tourisme médical :** analyse des flux de patientèle étrangère (pays de provenance, spécialités, attentes ...), identification des acteurs de référence impliqués dans l'accueil de patients étrangers (établissements, assurances ...), analyse des offres sur le marché (tarifs, offres de service) ...
- **Analyse des flux de patients :** identification des réseaux d'adressage internes, analyse des parcours patients, valorisation des séjours ...
- **Organisation d'un atelier de définition de la stratégie internationale (1 jour) :** définition de l'ambition et des types de patientèle ciblés, alignement de l'offre de soins / services et de la politique tarifaire, identification de partenariats possibles et construction de l'image de marque...
- **Déploiement de la stratégie retenue :** construction d'un plan d'actions, définition du parcours patient, réalisation d'une brochure interactive de présentation de la clinique ...

#### Données clés



- Janv. - Juin 2018 (terminé)
- 6 mois

#### Contacts

- Pour plus d'information, contactez-nous via [rs.ihf-france@medtronic.com](mailto:rs.ihf-france@medtronic.com)