

**Adobe**

# **Exploiter le potentiel des solutions de commerce dans le secteur de la santé et des sciences de la vie**

Découvrez comment Adobe Commerce aide les entreprises du secteur médical à enrichir leurs données et à renforcer leurs relations avec la patientèle.



Aujourd'hui, la patientèle exige que les services de santé auxquels elle fait appel soient aussi simples, pratiques et personnalisés que les achats en magasin. [Selon une enquête réalisée auprès de plus de 1 000 consommateurs et consommatrices](#), 44 % souhaiteraient que leurs prestataires de soins les contactent au bon moment et dans le bon contexte. Dans une [étude similaire d'Adobe](#), 66 % des personnes interrogées déclarent souhaiter recevoir des alertes par SMS ou par e-mail concernant leurs traitements ou leurs rendez-vous, tandis que 52 % réclament des e-mails personnalisés sur leur éligibilité à des programmes thérapeutiques spécifiques.

Pour les établissements de santé, offrir des expériences de qualité est un exercice plus difficile qu'il n'y paraît. La plupart des technologies ont, en effet, été pensées pour le retail et d'autres secteurs. Elles ne protègent donc pas forcément les dossiers médicaux personnels dans le respect des lois sur la confidentialité, comme HIPAA (Health Insurance Portability and Accountability Act). Par conséquent, nombreux sont ceux qui s'en remettent à leurs équipes IT ou de développement pour élaborer leurs propres solutions parfois complexes et souvent coûteuses, afin de se plier aux réglementations.

Pourtant, il existe des plateformes de commerce conçues pour aider les entreprises à respecter les normes. Outre la vente d'articles sans ordonnance, tels que les appareils orthopédiques et les déambulateurs, elles permettent de proposer des ressources pédagogiques, des rappels de rendez-vous et d'autres contenus destinés à favoriser le bien-être des malades. Grâce à elles, les établissements de santé peuvent facilement collecter des données first-party partagées par la patientèle de son plein gré, afin d'enrichir le parcours de soins.

Découvrez, dans cet ebook, tous les enjeux de la transformation digitale dans le secteur médical. Explorez également des cas d'usage détaillés ainsi que quatre stratégies à mettre en œuvre à l'aide de vos solutions de commerce pour améliorer les expériences vécues par la patientèle.

## **Conformité des données client avec la réglementation HIPAA**

Pour proposer à leur patientèle des expériences digitales personnalisées, les établissements de santé doivent collecter des données client pertinentes, tout en s'assurant qu'ils respectent les directives de la loi HIPAA et les nombreuses règles de confidentialité protégeant les informations personnelles.

Très peu de technologies d'expérience digitale sont aujourd'hui pensées pour les aider à relever ces défis. Il doivent donc faire un choix : lancer des projets d'adaptation des solutions existantes à leurs besoins ou s'appuyer sur une grande équipe IT chargée de créer des outils spécifiques. Nombre d'entre eux privilégient la seconde option et, s'ils parviennent à assurer leur conformité avec la réglementation HIPAA, c'est au prix d'expériences digitales fragmentées, difficiles à gérer et à faire évoluer.

## Comment exploiter le potentiel des solutions de commerce dans le secteur de la santé ?

Les établissements de santé sont souvent plus focalisés sur les aspects humains que sur les ventes, ce qui les freine dans l'adoption des technologies de commerce. Pourtant, lorsqu'elles sont conformes à la loi HIPAA, ces dernières peuvent donner lieu à des expériences médicales personnalisées qui répondent aux besoins de la patientèle grâce à du contenu pédagogique de qualité et de solides outils en libre-service.



### Contenu pédagogique

Les soins de santé soulèvent toujours de nombreuses questions. Pour y répondre, les technologies de commerce permettent d'orienter les personnes qui achètent des produits de manière proactive (un sportif ou une sportive se procurant des genouillères à titre préventif, par exemple) vers des vidéos explicatives, des articles et d'autres supports digitaux pertinents.

- **Sans les solutions de commerce** : les patientes et les patients qui veulent apprendre à utiliser leur appareil à PPC, leur EpiPen ou leur tensiomètre ne trouvent pas forcément les bonnes informations.
- **Avec les solutions de commerce** : vous êtes en mesure de proposer des tutoriels, des cours et d'autres contenus pertinents en fonction des actions et des transactions de votre patientèle.



### Achat sur ordonnance

Savoir où et quand se procurer les médicaments prescrits peut sembler parfois compliqué et nécessiter plusieurs appels auprès des établissements de santé. Les solutions de commerce permettent de faciliter la réservation et le paiement en ligne des prescriptions.

- **Sans les solutions de commerce** : les patientes et les patients se demandent qui appeler en premier (leur prestataire de soins ou la pharmacie) pour savoir où se trouvent leurs médicaments et comment les obtenir.
- **Avec les solutions de commerce** : les patientes et les patients peuvent facilement renouveler leurs traitements à partir de leur compte, enregistrer leurs ordonnances et se faire livrer à domicile.



## Recherche simplifiée

Il est parfois difficile de trouver un soignant ou une soignante, une mutuelle ou un hôpital. Les solutions de commerce dotées d'une fonctionnalité de recherche intelligente facilitent ces démarches.

- **Sans les solutions de commerce** : ces informations sont perdues parmi les nombreux contenus de votre site, souvent peu mises en avant.
- **Avec les solutions de commerce** : vous offrez des expériences en ligne personnalisées et connectées sur tous les canaux, ce qui permet à la patientèle d'accéder rapidement aux données souhaitées et de souscrire des contrats de santé en toute sécurité.



## Approche personnalisée des formations

Les formations en présentiel et en ligne constituent une part importante des interactions entre les établissements de santé et les bénéficiaires de soins. Les solutions de commerce facilitent l'inscription à des cours ou à des programmes, tout en boostant la participation et l'engagement.

- **Sans les solutions de commerce** : la patientèle doit jongler entre les canaux pour trouver des formations, y assister et bénéficier d'un suivi.
- **Avec les solutions de commerce** : vous activez les données commerciales, l'historique des commandes et d'autres informations clés pour diffuser des contenus personnalisés sur les programmes. Par exemple, il est possible d'envoyer une notification push pour communiquer les horaires des séances de préparation à l'accouchement.



## Meilleure configuration du matériel médical

Le matériel médical est souvent difficile à configurer, car il obéit à diverses spécifications. Les entreprises qui le fournissent doivent acheter des consommables, des appareils ou des équipements pour le compte de cliniques, d'hôpitaux et de membres de la patientèle, afin de pouvoir les assembler sur place sans difficulté.

- **Sans les solutions de commerce** : la maîtrise des processus de configuration est fastidieuse et chronophage.
- **Avec les solutions de commerce** : les fournisseurs offrent de meilleures expériences B2B, tandis que les établissements de santé disposent de moyens plus sûrs et plus efficaces de se procurer du matériel médical.



## Accessoires connectés conformes à la réglementation HIPAA

Les médecins peuvent recommander l'utilisation de montres connectées qui analysent le nombre de pas, le rythme cardiaque ou encore les calories, autrement dit, des informations couvertes par la réglementation HIPAA. Selon Software Advice, [91 % des patientes et des patients](#) consentent à partager les données de leurs appareils de suivi personnel avec le corps médical.

- **Sans les solutions de commerce** : les praticiennes et les praticiens ont du mal à fournir des conseils d'utilisation personnalisés pour les accessoires connectés, mais aussi à sécuriser la présentation des données recueillies sur le portail patient. Quant à la patientèle, elle ne sait pas vraiment comment faire pour améliorer son expérience en ligne avec des accessoires connectés.
- **Avec les solutions de commerce** : les praticiennes et les praticiens protègent les données personnelles en utilisant des outils compatibles HIPAA pour afficher les progrès de leur patientèle et personnaliser les instructions. Les bénéficiaires de soins renouvellent leurs abonnements aux accessoires connectés, achètent des fonctionnalités supplémentaires, etc.

## Priorité à la patientèle grâce aux données first-party

Les établissements de santé reçoivent une multitude d'informations tout au long du parcours de soins de leur patientèle. Des transactions aux rendez-vous, les renseignements communiqués de plein gré proviennent de nombreuses sources. Il s'agit donc de les interpréter afin que les patientes et les patients tirent le meilleur profit des soins prodigués. Adobe Commerce permet d'obtenir des données exploitables et de les transformer en expériences pertinentes, transposant ainsi la relation avec la patientèle à l'ère digitale.

## Quatre étapes pour se lancer avec Adobe Commerce

Adobe Commerce est l'une des premières solutions de commerce compatibles HIPAA à arriver sur le marché. Elle peut vous aider à nouer des relations enrichissantes avec votre patientèle et votre clientèle tout au long de leur parcours. Suivez ces quatre étapes pour vous lancer :



## **Étape 1. Réalisez un audit de vos points de contact.**

Étudiez comment votre clientèle et vos prospects interagissent avec vos canaux digitaux et physiques. Examinez de quelle manière les données issues de ces interactions sont collectées et utilisées dans votre stack marketing. Vérifiez également si cette dernière est intégrée avec tous vos outils. Les différentes informations sont-elles cloisonnées ou pouvez-vous les partager librement entre plusieurs plateformes et équipes ? Si vous avez répondu « non » à la deuxième option, vous devrez peut-être vous pencher plus en détail sur les méthodes utilisées pour unifier les données first-party et connecter les outils avec lesquels vous les gérez.

## **Étape 2. Trouvez et intégrez une solution de commerce adaptée au secteur de la santé.**

Maintenant que vous connaissez l'origine de vos données, vous devez identifier la plateforme qui vous aidera à atteindre les objectifs suivants :

- limiter les risques en matière de traitement des données grâce à des fonctionnalités compatibles HIPAA ;
- interagir avec des solutions que vous utilisez et maîtrisez déjà ;
- réduire le coût des intégrations ;
- accompagner votre transformation digitale.

Pour emporter l'adhésion des décideurs sur la solution adéquate, vous devez leur garantir qu'elle ne les exposera pas à un risque de non-conformité, qu'elle valorisera l'infrastructure en place et qu'elle ne sera pas coûteuse à intégrer. Adobe Commerce et Adobe Experience Cloud optimisent la transformation digitale, tout en préservant la confidentialité.

## **Étape 3. Gérez vos données commerciales, votre contenu et vos autres besoins marketing de manière globale.**

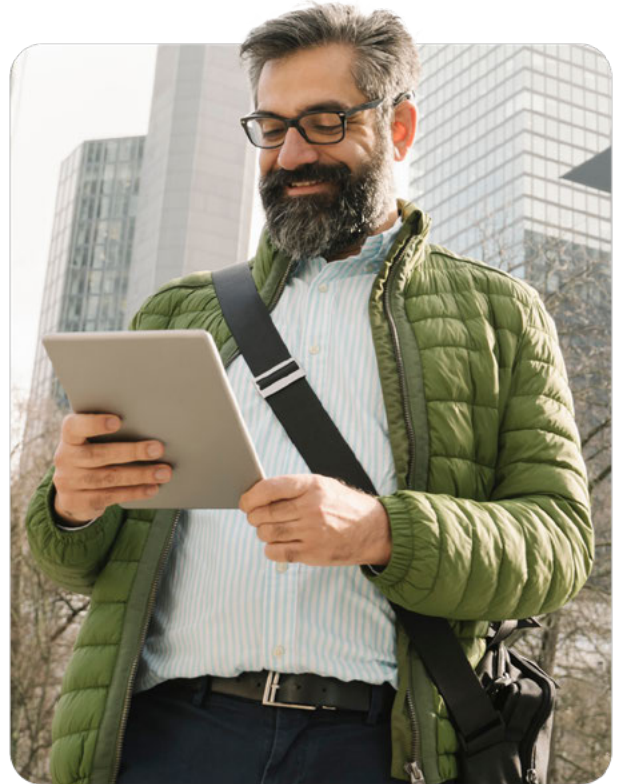
Adobe Commerce s'intègre étroitement à Adobe Experience Cloud ainsi qu'à de nombreuses autres solutions. Vous pouvez ainsi partager vos données et les rendre accessibles dans plusieurs systèmes afin d'améliorer l'expérience des bénéficiaires. Cela vous évite de devoir rassembler manuellement des informations provenant d'outils distincts qui ne permettent pas d'obtenir une vue complète et exploitable de la personne.

## **Étape 4. Exploitez les données commerciales plus intelligemment.**

Avec Adobe Commerce, il est plus facile d'utiliser les données first-party de manière stratégique. Lorsque votre clientèle s'inscrit à un cours ou achète du matériel médical, elle fournit de son plein gré de précieuses informations qui vous permettent ensuite d'interagir avec elle. En faisant appel à Adobe Commerce pour recueillir davantage de données et enrichir l'expérience, vous tissez des liens plus étroits avec la clientèle.

# Offrez des expériences à la hauteur des attentes.

Les fonctionnalités clés d'Adobe Commerce (notifications personnalisées, recherche optimisée par l'IA, commerce composable, etc.) permettent de dispenser des soins dans le respect de la réglementation HIPAA et de tirer parti de données first-party pour tisser des liens forts avec la patientèle tout en lui laissant un maximum d'autonomie. Désormais, vous pouvez proposer des interactions en ligne d'exception tout en améliorant ces aspects inestimables de l'expérience humaine que sont la santé et le bien-être.



[En savoir plus](#)

**Adobe**

Adobe, the Adobe logo, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.