

h e g

Haute école de gestion
Genève

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé



Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Magali BOILLAT

Conseillère au travail de Bachelor :

(Corinne DESJACQUES, Chargée d'enseignement HES)

Genève, le 14 juin 2014

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière économie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de bachelor HES d'économiste d'entreprise.

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse d'analyse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND. http://www.arkund.fr/student_gorsahar.asp

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul(e)¹ le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 14 juin 2014

Magali Boillat

¹ Les professions sont citées au masculin, mais s'appliquent également au genre féminin.

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée à réaliser ce travail de bachelor :

Madame Corinne Desjacques, ma conseillère au travail de bachelor, pour tous ses bons conseils, ainsi que pour le temps qu'elle m'a accordé ;

Monsieur Gilles Rufenacht, Directeur de la Clinique des Grangettes, pour m'avoir ouvert les portes de la Clinique et aidée à débiter mon projet ;

Monsieur Frank Giboni, informaticien à la Clinique des Grangettes, pour son aide lors de mon projet de prise de rendez-vous en ligne à la Clinique ;

Tous les professionnels qui ont répondu à ma demande d'interview, positivement ou négativement ;

Tous les professionnels qui ont bien voulu m'accorder un peu de leur temps pour mon travail ;

Mes sœurs, Aurélie et Céline, pour la relecture du travail ;

Mon oncle, graphiste indépendant, pour les visuels des flyers ;

Monsieur Yohan Warpelin pour ses bons conseils financiers.

Résumé

Mon désir est de faire gagner du temps autant aux professionnels qu'aux personnes voulant prendre rendez-vous. C'est pourquoi j'ai pensé à un système de prise de rendez-vous en ligne pour le secteur du bien-être et de la santé. *iReserve* a donc pour but de fournir un site internet permettant aux professionnels de la santé et du bien-être de s'inscrire, afin de proposer à leurs clients la possibilité de prendre rendez-vous via internet, sans passer par le téléphone.

Concernant le besoin en ressources humaines, la société a besoin d'un informaticien à temps complet, afin de gérer la programmation des pages web, tandis que moi-même je m'occupe du côté analyse des besoins. À partir de la deuxième année, deux personnes supplémentaires rejoindront l'équipe.

Grâce à des sondages quantitatifs et qualitatifs, je constate un intérêt auprès des professionnels quant à une prise de rendez-vous en ligne, ainsi qu'auprès de la population, car 72% se disent prêts à utiliser le système. Chez les professionnels, je constate également une envie de personnalisation.

Le service comprend un élément de base, c'est-à-dire la page web avec l'agenda en ligne. Le professionnel peut choisir des modules supplémentaires, afin de personnaliser sa page web. Il peut également prendre le module de synchronisation de son agenda personnel avec l'agenda en ligne. Ce module est l'avantage concurrentiel de la société.

Durant la première année d'exploitation, les actions marketing sont ciblées sur les professionnels avec des publications dans le journal de l'Association des Médecins de Genève, ainsi qu'avec une participation à des salons. À partir de la deuxième année, les actions sont orientées vers les preneurs de rendez-vous avec des spots radios ou des flyers dans les transports publics genevois.

Concernant l'aspect financier, malgré l'enregistrement d'une perte lors de la première année, dès la deuxième année des bénéfices sont à prévoir. Grâce à une tarification basée sur des abonnements mensuels, à partir de la quatrième année, la société peut faire des bénéfices sans avoir de nouveaux clients.

Table des matières

DÉCLARATION	I
REMERCIEMENTS	II
RÉSUMÉ	III
TABLE DES MATIÈRES	IV
LISTE DES TABLEAUX	V
LISTE DES FIGURES	VI
1. LE CONCEPT	7
1.1 L'IDÉE	7
1.2 LES OBJECTIFS	8
1.3 DESCRIPTION DU CONCEPT	8
2. L'ÉTUDE DE MARCHÉ	10
2.1 MÉTHODOLOGIE	10
2.3 LES RÉSULTATS	16
3. LE BUSINESS PLAN	25
3.1 PORTRAIT DE L'ENTREPRISE	25
3.2 SERVICE	28
3.3 TECHNOLOGIE	34
3.4 CLIENTS	35
3.5 PARTENARIATS	36
3.6 L'ANALYSE DE LA CONCURRENCE	37
3.7 LA TARIFICATION	41
3.8 ACTIONS MARKETING ET COMMUNICATION	43
3.9 PLAN STRATÉGIQUE	47
3.10 PLANIFICATION FINANCIÈRE	49
3.11 RISQUES	55
CONCLUSION	57
BIBLIOGRAPHIE	59
OUVRAGES ET DOCUMENTS RÉFÉRENCÉS	59
OUVRAGES ET DOCUMENTS CONSULTÉS	61

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Liste des Tableaux

Tableau 1	<i>Population genevoise résidente selon le sexe et l'âge</i>	12
Tableau 2	<i>Population résident à Genève selon le sexe et l'âge de 18 à 70 ans, en nombre et en pourcentage</i>	13
Tableau 3	<i>Taille d'échantillon et objectif d'une enquête</i>	14
Tableau 4	<i>Nombre de personnes à interroger selon le sexe et l'âge</i>	14
Tableau 5	<i>Population des professionnels du bien-être et de la santé dans le canton de Genève</i>	15
Tableau 6	<i>Corrélation entre problèmes rencontrés en contactant les professionnels de la santé et utilisation du système</i>	21
Tableau 7	<i>Corrélation entre problèmes rencontrés en contactant les professionnels du bien-être et utilisation du système</i>	21
Tableau 8	<i>Vous sentiriez-vous en confiance quant à la protection des données ?</i>	23
Tableau 9	<i>Utiliserez-vous le système pour trouver un nouveau professionnel ?</i>	24
Tableau 10	<i>Offres de site web</i>	34
Tableau 11	<i>Tarifification de la société Agenda</i>	37
Tableau 12	<i>Tarifification de la société Medikal</i>	38
Tableau 13	<i>Tarifification de la société Mindbody</i>	38
Tableau 14	<i>Tarifification de la société Netagenda</i>	39
Tableau 15	<i>Tarifs</i>	41
Tableau 16	<i>Forces et faiblesses de iReserve</i>	47
Tableau 17	<i>Opportunités et menaces de iReserve</i>	47
Tableau 18	<i>Bilan après fondation de la société</i>	49
Tableau 19	<i>Pertes et profits prévisionnels par année</i>	51
Tableau 20	<i>Pertes et profits prévisionnels en année 4</i>	54
Tableau 21	<i>Matrice des risques</i>	56

Liste des Figures

Figure 1	<i>Trouvez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne est un bon concept et l'utiliserez-vous ?</i>	20
Figure 2	<i>Quels sont les avantages du système de prise de rendez-vous en ligne ?</i>	22
Figure 3	<i>Quels sont les désavantages du système de prise de rendez-vous en ligne ?</i>	22
Figure 4	<i>Seriez-vous prêts à payer pour ce système ? Si oui, combien ?</i>	23
Figure 5	<i>Schématisation des étapes du côté du professionnel</i>	28
Figure 6	<i>Schématisation des étapes du côté du preneur de rendez-vous</i>	30
Figure 7	<i>Blueprint du service</i>	33
Figure 8	<i>Nombre de nouveaux clients</i>	50
Figure 9	<i>Nombre de clients</i>	50
Figure 10	<i>Flux de trésorerie prévisionnel</i>	52
Figure 11	<i>Chiffre d'affaires et seuil de rentabilité</i>	53
Figure 12	<i>Évolution du résultat cumulé</i>	53

1. Le concept

1.1 L'idée

Allier vie d'étudiante et travail à temps partiel : voilà mon quotidien. Alors, lorsque j'ai dû commencer à prendre moi-même mes rendez-vous chez le médecin ou le dentiste, de grands problèmes se sont imposés à moi et existent toujours. J'oublie constamment de passer les appels pour prendre rendez-vous et quand j'y pense, c'est le soir avant d'aller dormir, lorsque ma journée est terminée. Bien évidemment, les cabinets sont fermés à cette heure-ci. Ensuite, le second problème est les heures d'ouverture. En effet, certains cabinets appliquent des horaires de réception assez restreints pour la prise de rendez-vous. Quelle est donc la solution pour avoir enfin une entrevue avec un professionnel de la santé ? Pourquoi ne pas les prendre directement sur internet, comme pour prendre rendez-vous au Genius Bar d'Apple, afin de réparer son iPhone ?

À l'heure du numérique et de l'ère 2.0, nous pouvons trouver une multitude de choses sur internet. Allant des achats sur le net, à la recherche d'informations, en passant par la gestion des comptes en banque, internet offre tout ce dont nous avons besoin. De ce fait, pourquoi ne pas trouver une plateforme où on pourrait prendre ses rendez-vous chez son médecin, sans devoir attendre des heures au bout du fil que quelqu'un nous réponde et où l'oubli n'existerait plus.

Lorsque j'ai pensé à cette idée, une autre situation personnelle m'est revenue à l'esprit. Lorsque j'allais chez l'esthéticienne pour ma manucure, je me souviens que la professionnelle arrêtaient souvent son travail, car le téléphone sonnait et elle devait noter les prochains rendez-vous. Ce jonglage entre faire sa prestation et répondre aux clients au téléphone lui faisait perdre un temps considérable. De plus, l'onglerie est une discipline très précise et s'arrêter au milieu d'une étape n'est pas recommandé. Cependant, elle ne pouvait pas se permettre de manquer les appels et, de ce fait, manquer des rendez-vous, car cela peut entraîner, d'une part une diminution du chiffre d'affaires et, d'autre part, une baisse de notoriété.

1.2 Les objectifs

Les objectifs pour ce travail de bachelor sont les suivants :

- Par le biais d'un sondage, obtenir l'opinion de la population sur le projet ;
- Par le biais d'un sondage, obtenir l'opinion des professionnels de la santé et du bien-être sur le projet ;
- Étudier la faisabilité du projet de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels de la santé et du bien-être ;
- Déterminer si le projet pourrait être rentable ;
- Avoir toutes les clefs en main pour un possible réel démarrage de la société.

Afin de répondre aux objectifs, plusieurs étapes seront menées. Tout d'abord, une étude de marché sera effectuée afin d'analyser les potentiels clients. Ensuite, une analyse des concurrents directs et indirects sera menée, afin d'identifier les méthodes des entreprises concurrentes. Puis, des partenariats pourront être proposés à des organisations comme les cliniques privées. Il sera ensuite nécessaire d'étudier les possibilités technologiques pour le choix de la plateforme web. Pour cela, je prendrai contact avec diverses sociétés informatiques et je pourrai comparer les offres entre elles. Par la suite, une planification financière sera calculée avec des outils comme le besoin en financement, un budget, etc. Et pour finir, j'identifierai les risques liés au service et proposerai des mesures pour les contrer.

1.3 Description du concept

Mon projet consiste à créer une plateforme de prise de rendez-vous en ligne. Ce service concerne deux pôles d'activité : « santé » et « bien-être ». Chaque professionnel de ces deux activités peut s'inscrire sur le site, afin de gérer un agenda électronique. Cet agenda remplace l'agenda papier et est disponible aux clients sur un site internet.

Chaque professionnel peut personnaliser et moduler sa page selon son activité et ses besoins. Il peut définir s'il prend de nouveaux clients ou pas, choisir ses horaires de travail, modifier sa page personnelle, ainsi que bien d'autres fonctionnalités.

Une fois que la page web est créée, le professionnel peut informer ses clients ou patients de la nouvelle démarche à effectuer pour prendre rendez-vous avec lui. Le lien direct de la page du professionnel peut être transmis aux clients pour que ces derniers n'aient pas à chercher sur le site internet la page en question.

Les clients et patients peuvent donc se rendre sur la page web du professionnel et choisir en premier lieu la prestation qu'ils souhaitent obtenir. Ils peuvent choisir dans la liste établie par le professionnel le motif du rendez-vous. En second lieu, les clients et patients peuvent connaître les plages libres du professionnel et choisir le moment de leur choix. Enfin, ils devront donner quelques informations personnelles, comme le nom, le prénom, l'adresse mail, etc. C'est bien sûr le professionnel qui définit les informations qu'il souhaite obtenir de la part du preneur de rendez-vous. Enfin, ce dernier peut recevoir un e-mail de confirmation de la part du professionnel, émis automatiquement.

Le planning est mis à jour et organisé, étant donné que le professionnel a au préalable indiqué le temps qu'il lui faut pour réaliser chaque prestation.

Je tiens à souligner que le système de prise de rendez-vous en ligne n'élimine en aucun cas le téléphone. En effet, le but du projet est de décharger les personnes se chargeant du standard téléphonique, afin que celles-ci puissent effectuer d'autres activités. Les personnes n'ayant pas accès à internet ou qui ont un problème urgent peuvent toujours joindre la personne en charge de la prise de rendez-vous. Dans ce cas, la secrétaire peut inscrire la personne sur le planning en ligne.

Ce projet a, en premier lieu, la vocation d'aider toutes les personnes actives qui n'ont pas le temps ou qui ne peuvent pas passer d'appels durant la journée. Grâce à la vue d'ensemble du planning, chacun pourra prendre son rendez-vous au moment de son choix, et cela, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

Le but de ce projet a également une seconde vocation qui est assez proche de la première. En effet, le système décharge les personnes responsables de la prise de rendez-vous. Le nombre d'appels diminue considérablement et les assistantes médicales ou secrétaires peuvent effectuer d'autres tâches.

2. L'étude de marché

2.1 Méthodologie

2.1.1 Méthode

Afin de connaître les impressions de la population genevoise et des professionnels de la santé et du bien-être sur le concept de prise de rendez-vous en ligne, j'ai effectué une étude de marché.

Cette étude de marché avait des buts différents suivant la population concernée. Pour les habitants genevois, l'objectif était le suivant :

- Valider mes hypothèses, basées sur ma propre expérience et sur celle de mon entourage, sur la population genevoise :
 - Elle a de plus en plus de mal à contacter les professionnels du bien-être et de la santé ;
 - Elle souhaite pouvoir prendre rendez-vous à n'importe quel moment et n'importe où ;
 - Elle ne souhaite pas payer pour prendre rendez-vous.

Pour les professionnels, les objectifs étaient les suivants :

- Analyser leur méthode de prise de rendez-vous ;
- Analyser leurs besoins quant à la prise de rendez-vous ;
- Connaitre leur avis sur le concept et son utilisation ;
- Savoir s'ils sont prêts à utiliser le système ;

Étant donné que les objectifs étaient différents en fonction de la population, j'ai décidé de créer deux questionnaires, selon différentes méthodes. Celui de la population via la plateforme « Google Docs » et le second sur Word. Ces questionnaires sont détaillés dans l'annexe 1.

Pour le sondage de la population, j'ai créé un questionnaire dit quantitatif, car je ne souhaitais pas analyser leur besoin, mais plutôt valider mes hypothèses. Ils ont été envoyés par mail en premier lieu à mes connaissances. Ensuite, étant donné que je n'avais pas atteint le nombre de personnes nécessaire, j'ai décidé de poster des annonces sur des sites de petites annonces tels qu'Anibis.ch, MonReso.ch ou encore Radin.ch.

Grâce à ces publications, j'ai pu obtenir une dizaine de réponses. Pour obtenir le reste des réponses qu'il me fallait, j'ai interrogé des passants au centre ville de Genève.

Pour le sondage des professionnels, j'ai créé un questionnaire dit qualitatif. « *L'objectif des études qualitatives n'étant pas de quantifier mais d'identifier et d'explorer les opinions sur le thème étudié [...].* » (Aurier 2007, p.100). J'ai donc réalisé des entretiens semi-directifs et construit une grille d'entretien en mentionnant les thèmes qui devaient être abordés. Cela m'a permis de mener une discussion avec les professionnels en face à face. Grâce au Directeur de Cité Génération, j'ai pu accéder à une liste de médecins exerçant en Suisse Romande. Avec leur adresse e-mail, obtenue grâce à cette liste, j'ai pu demander des rendez-vous pour réaliser mon interview. J'ai reçu plus d'une centaine de réponses par mail, ainsi qu'une vingtaine d'appels téléphoniques ; beaucoup m'ont proposé un rendez-vous directement, d'autres m'expliquaient qu'ils avaient pris leur retraite ou qu'ils n'étaient tout simplement pas intéressés. Pour les professionnels du bien-être, j'ai cherché sur internet les adresses mail d'instituts wellness, de coiffeurs, de fitness, etc. J'ai eu sept réponses positives et pour compléter mon échantillon, je me suis rendue au SIWELL, un salon regroupant des professionnels du bien-être et de l'esthétique, où j'ai pu interviewer quelques personnes supplémentaires.

L'analyse des réponses aux questionnaires m'a permis d'analyser les clients potentiels, mais surtout d'étudier les pratiques en matière de prise de rendez-vous chez les professionnels du bien-être et de la santé.

2.1.2 Cibles

L'étude sur la prise de rendez-vous en ligne a été menée sur trois groupes de profils. Ces groupes sont les suivants :

- La population active genevoise de 18 à 70 ans ;
- Les médecins, toutes spécialisations confondues, exerçant à Genève ;
- Les professionnels du bien-être exerçant à Genève dans des salons de coiffure, en instituts, etc.

2.1.3 Échantillonnages

L'échantillonnage est l'acte de sélection des renseignements obtenus sur un échantillon. Dans l'étude de marché que j'ai menée sur la population, j'ai utilisé la méthode d'échantillonnage par quotas. Ce procédé fait partie des méthodes empiriques. J'ai choisi d'utiliser cette méthode, car étant donné que je ne disposais pas d'une liste contenant l'ensemble de la population, je ne pouvais pas faire un sondage aléatoire simple. Pour les méthodes empiriques, la constitution de l'échantillon résulte d'un choix raisonné, car je savais quel pourcentage de chaque catégorie (hommes/femmes et âges) je devais obtenir (**Hervé-Bazin 2008**).

Pour l'étude de marché avec les professionnels, j'ai appliqué une méthode qualitative. Pour sélectionner les professionnels que j'allais interroger, j'ai essayé de varier les spécialisations, afin d'obtenir le plus possible de spécialités différentes.

2.1.4 Échantillons

Un échantillon est un sous-ensemble représentatif d'une population de référence (**ÉCHANTILLON (statistiques)**). Pour effectuer mon étude de marché, j'ai visé trois populations distinctes. De ce fait, j'ai donc eu trois échantillons distincts.

Le premier échantillon est basé sur la population genevoise. J'ai donc généré un tableau recensant le nombre de personnes habitant à Genève.

Tableau 1

Population genevoise résidente selon le sexe et l'âge

En chiffre	Genève	
	Hommes	Femmes
Moins de 18 ans	45'130	43'282
de 18 à 24 ans	20'560	20'344
de 25 à 34 ans	34'302	34'949
de 35 à 44 ans	36'050	37'351
de 45 à 54 ans	35'144	35'792
de 55 à 64 ans	24'691	26'512
65 ans et plus	31'820	44'585
TOTAL	227'697	242'815

470'512

Source : Office cantonal de la statistique de Genève, 2013

Comme nous pouvons le voir, il y a un tri selon le sexe et l'âge. De plus, j'ai reproduit les mêmes catégories d'âge que pour le sondage pour pouvoir respecter les proportions. Avant d'effectuer les proportions, j'ai retravaillé le tableau pour exclure les extrêmes. En effet, mon sondage concernait les personnes actives de 18 à 70 ans, car j'estimais qu'avant 18 ans ce sont les parents qui s'occupent des rendez-vous et qu'après 70 ans les prises de rendez-vous étaient différentes. Le tableau retravaillé a donc constitué mes données de base. J'ai également effectué les proportions pour définir combien de personnes de chaque catégorie je devrais interroger. Pour cette étape, j'ai tout d'abord converti les données de la population genevoise active en pourcentage du total. Grâce à cela, j'ai pu savoir ce que représentait chaque catégorie dans la population.

Tableau 2

Population résident à Genève selon le sexe et l'âge de 18 à 70 ans, en nombre et en pourcentage

En chiffre	Genève			
	Hommes		Femmes	
Moins de 18 ans	0	0%	0	0%
de 18 à 24 ans	20'560	6%	20'344	6%
de 25 à 34 ans	34'302	10%	34'949	11%
de 35 à 44 ans	36'050	11%	37'351	11%
de 45 à 54 ans	35'144	11%	35'792	11%
de 55 à 64 ans	24'691	8%	26'512	8%
65 ans à 70 ans	10'245	3%	12'234	4%
TOTAL	160'992	49%	167'182	51%

328'174

Source : Office cantonal de la statistique de Genève, 2013

C'est donc grâce à ces pourcentages que j'ai pu répartir mon échantillon.

En ce qui concerne la taille d'échantillon, je me suis basée sur les propos de Philippe AURIER, dans son livre « *Pratique des études de marché, outils du diagnostic marketing* ». Il fixe la taille de l'échantillon en fonction de l'objectif d'une enquête, comme illustré dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3

Taille d'échantillon et objectif d'une enquête

Question 2 → Question 1 ↓	... pour une analyse agrégée	... pour une analyse par strates
Estimer le niveau absolu des paramètres	Cas n°1 800 à 1'000	Cas n°3 (800-1'000) x le nombre maxi de strates sur lesquelles on estimera un niveau absolu
Estimer la tendance des paramètres	Cas n°2 200 à 500	Cas n°4 (200-500) x par le nombre maxi de strates sur lesquelles on veut estimer des tendances

Source : AUER Philippe, 2007, p.169

Pour mon analyse de la population, j'ai décidé de me baser sur le cas n°2. En effet, mon étude avait pour ambition d'estimer la tendance des avis de la population sur mon concept de prise de rendez-vous en ligne. Ensuite, étant donné que je ciblais la population entière, l'estimation du paramètre s'est faite au niveau agrégé.

L'objectif était donc d'obtenir 200 questionnaires, que j'ai réparti dans les différentes catégories en fonction des pourcentages calculés précédemment.

Tableau 4

Nombre de personnes à interroger selon le sexe et l'âge

Echantillon	200
-------------	-----

<i>En chiffre</i>	Genève	
	Hommes	Femmes
Moins de 18 ans	0	0
de 18 à 24 ans	13	12
de 25 à 34 ans	21	21
de 35 à 44 ans	22	23
de 45 à 54 ans	21	22
de 55 à 64 ans	15	16
65 ans à 70 ans	6	8
TOTAL	98	102

200

Source : BOILLAT Magali, 2014

Concernant les professionnels du bien-être et de la santé, étant donné que j'ai choisi de faire un sondage qualitatif, le recensement n'était pas nécessaire. Cependant, il me semblait important de déterminer le nombre de médecins et d'établissements de bien-être à Genève, afin d'avoir une idée de la taille de la population dans ces deux domaines. Pour ce faire, je me suis basée sur les données de l'OCSTAT du 31 décembre 2012 pour les médecins et du recensement des entreprises de 2008 pour les instituts de bien-être et salons de coiffure.

Tableau 5

Population des professionnels du bien-être et de la santé dans le canton de Genève

<i>En chiffre</i>	Genève		TOTAL
	Hommes	Femmes	
Médecins (en nbre de personne)	1'626	1'191	2'817
Professionnels du bien-être (en nbre d'établissement)	775		775

-Source : Office cantonal de la statistique de Genève, 2012 et 2008

La taille de l'échantillon d'un sondage qualitatif est plus complexe à calculer qu'un sondage quantitatif. Selon Philippe AURIER dans son livre « *Pratique des études de marché, outil du diagnostic marketing* » et suivant son expérience, « *un échantillon comprenant entre dix et vingt-cinq interviews individuelles semble raisonnable dans beaucoup de situations* » (Aurier 2007, p. 100).

2.3 Les résultats

2.3.1 Enquête qualitative

Sur une période allant du 10 mars au 4 mai 2014, j'ai mené 38 entretiens semi-directifs. En annexe 2 se trouve le résumé des personnes que j'ai interviewées. J'ai décidé de ne pas tout retranscrire, car il y avait des discours similaires. En annexe 3 se trouvent donc les retranscriptions des interviews que j'ai jugé les plus pertinentes. Sur les 38 personnes interrogées, 18 sont retranscrits.

Tous les résultats ci-dessous sont tirés des interviews que j'ai menées. Pour m'aider à analyser les réponses, j'ai utilisé un tableau Excel où j'y ai noté les thèmes abordés et les réponses données par les professionnels (Annexe 4).

J'ai décidé d'analyser les deux types de professionnels séparément, car ce sont deux cibles différentes, avec des attentes et des besoins différents.

2.3.1.1 Professionnels de la santé

De manière générale, les professionnels se sont rendus compte que la prise de rendez-vous en ligne constitue l'avenir. Cela se fait de plus en plus dans beaucoup de domaines et pourquoi pas dans le domaine médical. Ils sont également conscients que la demande du marché est en hausse et qu'il faut s'y adapter.

En ce qui concerne la manière de prendre des rendez-vous dans leurs cabinets, les professionnels sont conscients que la ligne peut souvent être occupée, car les patients ont beaucoup de plaintes. Le système de rendez-vous en ligne pourrait donc être vu comme un complément, afin de décharger les assistantes par exemple. Comme on me l'a dit, les assistantes ne sont pas uniquement des téléphonistes, ce sont aussi des assistantes médicales qui « s'occupent également de la préparation des instruments, d'autres tâches administratives, etc. » (Annexe 3, p. 19).

De plus, les professionnels ont remarqué dans leur quotidien que les emails se sont installés dans la pratique de la médecine. Certains médecins interrogés ont noté une augmentation des contacts via courriel, montrant l'envie des patients de recourir à une méthode en ligne.

Au cours de mes interviews, j'ai ensuite abordé la notion de gain de temps. Effectivement, c'est un avantage qui est relevé par les professionnels aussi bien pour eux-mêmes que pour les patients. Pour ces derniers, le gain de temps est de pouvoir obtenir un contact rapide, la possibilité de modifier un rendez-vous, ou encore de vérifier la disponibilité du médecin. Du côté du professionnel, le but est de décharger les assistantes, comme expliqué précédemment, mais également de pouvoir préparer la consultation avec des informations complètes reçues via le système de prise de rendez-vous en ligne.

À la question « pensez-vous que ce système de rendez-vous en ligne pourrait augmenter votre patientèle ? », les médecins sont partagés. Certains d'entre eux ont un agenda surchargé et ils ne recherchent donc pas cet avantage. Mais au contraire, dans certaines spécialités comme la chirurgie ou la radiologie, il faut continuellement trouver de nouveaux patients et ce système peut donc leur être utile. C'est aussi le cas pour les nouveaux médecins installés où une recherche de patients est nécessaire et le système pourrait les faire connaître.

J'ai poursuivi mes discussions en abordant les inconvénients. On m'a alors cité le manque d'interactivité humaine et le côté impersonnel. Cependant, pour certains le manque de contact humain n'est pas vraiment un inconvénient, car il faut « vivre avec son temps ». Puis, on m'a parlé de la gestion des urgences. En effet, gérer les urgences sur la plateforme est plus compliqué que par téléphone. Le dernier point négatif évoqué est la difficulté à déterminer un temps de consultation pour chaque patient. En effet, au sein d'une même prestation, le temps peut être différent en fonction de la personne et la secrétaire peut gérer cela grâce à sa proximité avec les patients.

Lorsque j'ai abordé la question de la tarification du service, j'ai rapidement remarqué qu'il était difficile pour les professionnels d'avoir une idée du prix qu'ils seraient prêts à mettre pour ce système.

Au-delà des avantages et inconvénients du système, plusieurs médecins m'ont fait remarquer que la prise de rendez-vous en ligne n'était pas applicable pour tous les professionnels. Par exemple, certains d'entre eux ont absolument besoin d'un contact téléphonique pour se faire une idée de la raison de la consultation et ensuite planifier un rendez-vous. Chez d'autres médecins, des filtres trop complexes sont à effectuer et seule une assistante peut le faire.

En ce qui concerne l'intérêt des personnes interrogées pour ce système, certaines se sont montrées très intéressées à l'utiliser, mais à certaines conditions comme le prix ou la possibilité de moduler à leur guise le système. D'autres n'étaient pas intéressées, à cause d'une prise de retraite proche ou d'une trop grande complexité de leur profession.

D'autres points ont été abordés spontanément par les professionnels de la santé. Ils s'attendent premièrement à voir arriver un système bien rodé, qui fonctionne parfaitement. De plus, le fait de pouvoir envoyer des rappels de rendez-vous leur semble être un bon concept, car cela peut faire diminuer le grand nombre d'annulations ou d'oublis de rendez-vous.

Par contre, on m'a expliqué que le patient a besoin d'être orienté, car parfois il va au mauvais endroit et cela fait perdre du temps aussi bien au médecin qu'au patient. Pour cela, un des professionnels m'a suggéré de créer un « chat » qui permettrait de faire gagner du temps à tout le monde. Le dernier point abordé spontanément par certains des médecins est la volonté de ne pas divulguer leur taux d'occupation dans leur cabinet.

En résumé, les modules intéressants pour les professionnels de la santé afin de personnaliser l'agenda en ligne sont les suivants :

- Synchronisation entre l'agenda du médecin et celui en ligne ;
- Définition des plages horaires disponibles ;
- Filtre entre nouveaux et anciens patients ;
- Validation du rendez-vous par la secrétaire ;
- Informations importantes sur la page de prise de rendez-vous ;
- Interaction avec le patient ;
- Possibilité d'envoyer des photos ;
- Système de rappels de rendez-vous ;
- Notifications lors d'une annulation de rendez-vous par le patient ;

2.3.1.2 Professionnels du bien-être

En ce qui concerne la prise de rendez-vous, j'ai pu remarquer que mis à part les grands groupes, les professionnels du bien-être sont moins secondés par un secrétariat que les professionnels de la santé. De ce fait, répondre au téléphone n'est pas toujours aisé lorsqu'ils sont en rendez-vous. C'est pourquoi certains professionnels du bien-être ont pu remarquer une augmentation des emails

reçus, comme chez ceux de la santé, car les clients déplorent parfois le manque de réponse aux appels.

Au fil de mes entretiens, j'ai constaté que les professionnels du bien-être ont déjà accès à des services de prise de rendez-vous en ligne. Cependant, chez certains le système n'est pas utilisé, car il ne répond pas au besoin du professionnel, notamment parce qu'il manque un système de synchronisation. De ce fait, ces professionnels connaissent déjà des systèmes comme celui que je propose et sont donc assez ouverts à l'utilisation de celui-ci.

Beaucoup de petites structures utilisent toujours un agenda papier pour gérer les rendez-vous et la synchronisation entre l'agenda électronique et l'agenda en ligne n'est donc pas forcément utile.

J'ai ensuite abordé les avantages du système pour les clients avec les professionnels. J'ai alors pu observer que ceux-ci sont conscients du fait que le système pourrait être utile aux clients qui sont à l'aise avec la technologie et qui n'ont pas forcément le temps de passer par le téléphone.

Du côté des avantages pour le professionnel, c'est le gain de temps qui ressort principalement. En effet, tous les professionnels interviewés sont conscients que le système peut leur faire gagner du temps.

Lorsque j'ai posé la question des inconvénients aux professionnels, ils ont cité le manque d'interactions humaines. Malgré cela, tous les professionnels interrogés sont intéressés à utiliser le système que je propose.

Les professionnels du bien-être m'ont spontanément proposé d'ajouter une fonctionnalité qui pourrait leur être très utile : le paiement en ligne. En effet, plusieurs personnes m'ont indiqué que ce système serait un gain de temps encore plus conséquent et une garantie que le client se présente au rendez-vous. De plus, ils s'accordent sur le fait que les SMS de rappels et la validation de rendez-vous sont des modules qu'ils pourraient utiliser.

Enfin, j'ai pris note qu'il fallait que le système soit simple d'utilisation autant pour le client que pour le professionnel. D'après un des professionnels interrogés, il faudrait également pouvoir mettre des conditions en cas d'annulation ou de retard.

En résumé, les modules intéressants pour les professionnels du bien-être afin de personnaliser l'agenda en ligne sont les suivants :

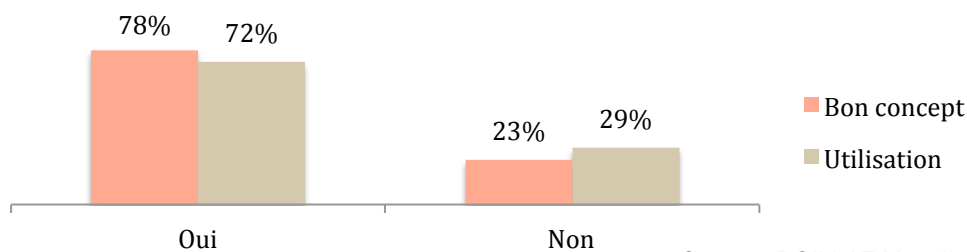
- Synchronisation entre l'agenda du professionnel et celui en ligne ;
- Validation du rendez-vous par la secrétaire ;
- Système de rappels de rendez-vous ;
- Paiement en ligne de la prestation lors de la réservation ;
- Conditions en cas de retard ou d'annulation.

2.3.2 Enquête quantitative

Le sondage quantitatif a été proposé à toute personne entre 18 et 70 ans habitants sur le Canton de Genève, de février à mai 2014. Il a été rempli soit par email, soit en face à face. Au total, j'ai obtenu 267 réponses et j'en ai gardé 200 pour respecter l'échantillonnage par quotas. J'ai supprimé les 67 réponses en enlevant les dernières réponses enregistrées de trop par rapport à mon échantillon mentionné à la page 14. L'échantillon de la population réellement sondée correspond donc exactement à mon objectif énoncé à la page 14.

Figure 1

Trouvez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne est un bon concept et l'utiliseriez-vous ?



Source : BOILLAT Magali, 2014

Nous pouvons voir sur ce graphique que 78% des 200 personnes sondées ont répondu que le système de prise de rendez-vous en ligne est un bon concept. De plus, 72% des sondés affirment qu'ils l'utiliseraient. Ces chiffres sont très encourageants, car ils démontrent l'intérêt que porte la population à une prise de rendez-vous en ligne. En annexe 5, nous pouvons voir que l'âge du sondé a une forte influence lorsque celui-ci a plus de 65 ans. En effet, autant chez les hommes que chez les femmes, les personnes de plus de 65 ans sont assez réticentes à utiliser le système de prise de rendez-vous en ligne, même si on peut trouver des exceptions. À partir de cette information, j'ai exclu les personnes de plus de 65 ans de ma cible. Pour les autres tranches d'âge, il n'y a pas de grandes différences de tendances.

Tableau 6

Corrélation entre problèmes rencontrés en contactant les professionnels de la santé et utilisation du système

Rencontrez-vous des problèmes pour contacter les professionnels de la santé ?	Utiliserez-vous le système de prise de rendez-vous en ligne ?	
	Oui	Non
Oui	52	8
Non	91	49

Source : BOILLAT Magali, 2014

Tableau 7

Corrélation entre problèmes rencontrés en contactant les professionnels du bien-être et utilisation du système

Rencontrez-vous des problèmes pour contacter les professionnels du bien-être ?	Utiliserez-vous le système de prise de rendez-vous en ligne ?	
	Oui	Non
Oui	6	0
Non	137	57

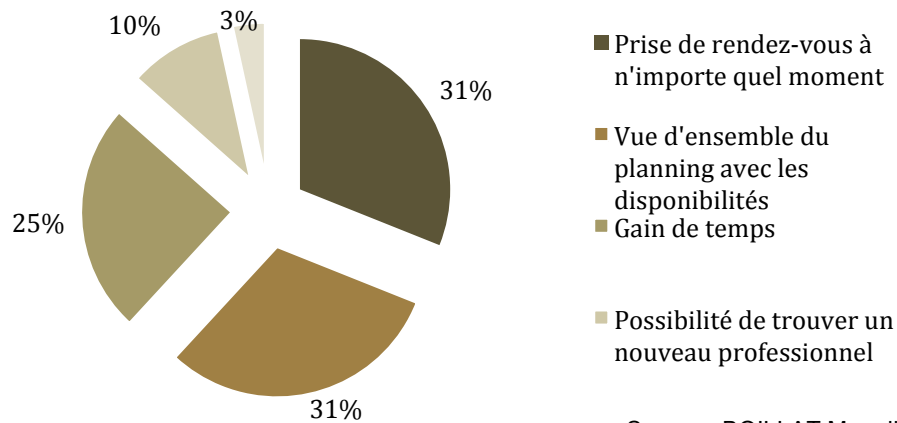
Source : BOILLAT Magali, 2014

Grâce à ces deux tableaux, je me suis rendu compte que la motivation à utiliser le système de prise de rendez-vous en ligne n'était pas due à un problème de prise de contact avec le professionnel. En effet, 137 sondés affirment ne pas avoir de problèmes à contacter les professionnels du bien-être, mais utiliseraient quand même le système de prise de rendez-vous en ligne. Le résultat est le même pour le contact des professionnels de la santé : 91 personnes interrogées prendraient leurs rendez-vous en ligne, même s'ils n'ont pas de problèmes à les contacter.

Alors quelles sont les motivations des sondés à utiliser le système de prise de rendez-vous en ligne ? Pour répondre à cette question, j'ai analysé les avantages que les personnes interrogées ont mentionnés.

Figure 2

Quels sont les avantages du système de prise de rendez-vous en ligne ?



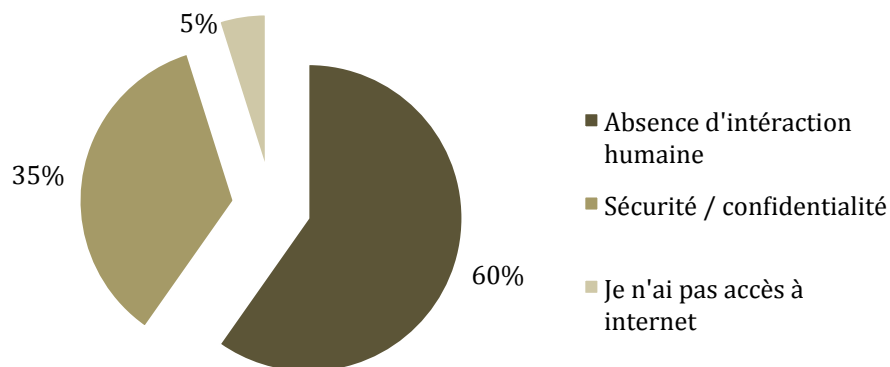
Source : BOILLAT Magali, 2014

Les deux avantages les plus mentionnés sont le fait de pouvoir prendre rendez-vous à n'importe quel moment et le fait d'avoir une vue d'ensemble du planning avec les disponibilités des professionnels. Ensuite, nous retrouvons l'avantage du gain de temps, la possibilité de trouver un nouveau professionnel, ainsi que la gêne de parler des problèmes. Ces résultats sont plutôt une surprise pour moi, car je pensais que le gain de temps serait l'avantage principal évoqué par les sondés.

Après les avantages, je me suis penchée sur les inconvénients. Comme observé sur le premier graphique, 29% des sondés n'utiliseraient pas le système de prise de rendez-vous en ligne. Après analyse, les raisons sont les suivantes :

Figure 3

Quels sont les désavantages du système de prise de rendez-vous en ligne ?



Source : BOILLAT Magali, 2014

Le désavantage cité le plus souvent est le manque d'interaction humaine qui représente 60% des inconvénients évoqués. Plus précisément, 49 sondés sur les 57 qui n'utiliseraient pas le système ont mentionné ce désavantage. Cela représente un quart des personnes interrogées. Comme ce chiffre est loin de représenter la majorité, c'est assez encourageant. Concernant la sécurité et la confidentialité, ce désavantage ne revient qu'à 35% des inconvénients cités. Ce faible taux est assez encourageant, car il démontre une certaine confiance des utilisateurs du système. Cependant, il faut quand même garantir une certaine sécurité et confidentialité à nos utilisateurs. Comme le démontre le tableau ci-dessous, certaines personnes utiliseraient le système, mais ne se sentiraient pas en confiance quant à la sécurité. Il faut donc rassurer ces personnes et celles qui n'utiliseraient pas le système à cause du manque de confiance et fournir les certifications pour prouver que la sécurité et la confidentialité sont garanties.

Tableau 8

Vous sentiriez-vous en confiance quant à la protection des données ?

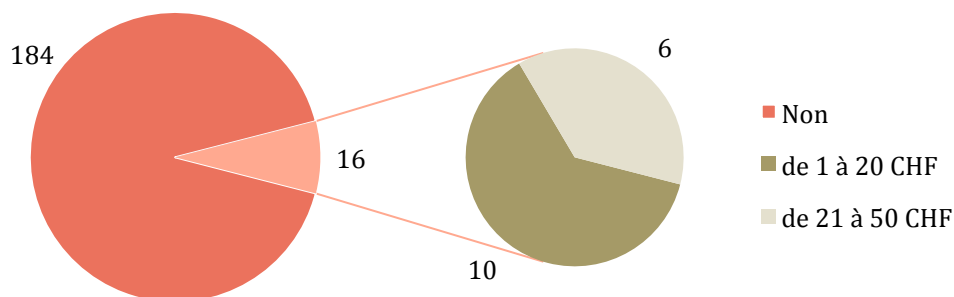
Vous sentiriez-vous en confiance quant à la protection des données ?	Utiliserez-vous le système de prise de rendez-vous en ligne ?	
	Oui	Non
Oui	108	35
Non	10	47

Source : BOILLAT Magali, 2014

Les avis sont très tranchés sur le fait de devoir payer pour prendre rendez-vous via internet, comme le montre le graphique ci-dessous :

Figure 4

Seriez-vous prêts à payer pour ce système ? Si oui, combien ?



Source : BOILLAT Magali, 2014

Nous pouvons observer sur ce graphique que 184 personnes sur les 200 interrogées sont contre le fait de payer pour pouvoir prendre rendez-vous en ligne plutôt que par téléphone. Nous pouvons quand même trouver 10 personnes étant prêtes à mettre entre CHF 1.— et 20.— et 6 entre CHF 21.— et 50.—. Cependant, ces chiffres sont trop bas pour imaginer que les utilisateurs du système pourraient payer pour profiter de ce moyen de prise de rendez-vous. C'est pourquoi j'ai décidé de créer une tarification aux professionnels plutôt qu'à la population.

Enfin, nous pouvons voir que la recherche d'un nouveau professionnel peut être un service complémentaire. En effet, sur le tableau ci-dessous, certaines personnes n'utiliseraient pas le système pour prendre rendez-vous, mais pour trouver un nouveau professionnel. La société fonctionnerait donc comme annuaire et permettrait aux professionnels de faire de la publicité et d'avoir un avantage par rapport à leurs concurrents.

Tableau 9

Utiliserez-vous le système pour trouver un nouveau professionnel ?

L'utiliserez-vous pour trouver un nouveau professionnel de la santé ou du bien-être ?	Utiliserez-vous le système de prise de rendez-vous en ligne ?	
	Oui	Non
Oui	104	20
Non	39	37

Source : BOILLAT Magali, 2014

3. Le Business plan

Ce Business Plan permet de déterminer la faisabilité, la viabilité et la rentabilité du projet. Ces données vont me permettre de prendre une décision quant au lancement ou non du projet.

3.1 Portrait de l'entreprise

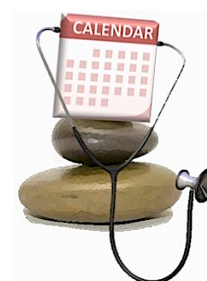
L'entreprise a pour service un système de réservation en ligne que toute personne peut utiliser, afin de prendre rendez-vous chez un professionnel de la santé et du bien-être, préalablement inscrit.

3.1.1 Le nom

Le nom devait être court, facile à retenir et avec une connotation de « rendez-vous ». C'est pourquoi j'ai décidé de nommer l'entreprise « *iReserve* ». Provenant de l'anglais « I reserve » qui signifie en français « je réserve ». Même si il provient de l'anglais, ce nom peut très bien se comprendre et est facile à retenir. Après avoir trouvé ce nom, j'ai vérifié sa disponibilité sur l'index central des raisons de commerce (Annexe 6) (**Confédération Suisse 2014**). Ce procédé est indispensable pour créer une société.

3.1.2 Le logo

Le logo que j'ai conçu représente le service de la société. Il comprend un calendrier qui évoque l'agenda des professionnels, des pierres qui rappellent le côté bien-être et un stéthoscope pour le côté santé.



Source : BOILLAT Magali, 2014

J'ai créé ce logo à partir de trois images prises sur le net (**Olsson 2001, Silvestik 2011, Little Isis 2013**).

3.1.3 Les locaux

La Fondation Fondetec de la ville de Genève loue des bureaux en open space ou en espace privé afin de promouvoir de nouvelles entreprises. Pour la société, j'ai choisi un bureau de 4.5 m² en open space à CHF 400.— par mois (Annexe 7).



Source : fondetec, 2014

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Ce loyer inclut les charges d'électricité, d'entretien, d'accueil, d'internet et WiFi, ainsi que la mise à disposition de salles de réunion et d'imprimantes (**Fondetec 2014**).

3.1.4 Mission, vision, valeurs

La mission de l'entreprise *iReserve* est de permettre un gain de temps autant chez les professionnels du bien-être et de la santé que chez toute personne voulant prendre rendez-vous.

À l'avenir, j'espère que *iReserve* devienne l'entreprise leader de la prise de rendez-vous pour les professionnels de la santé et du bien-être, d'abord sur Genève, puis dans le reste de la Suisse romande.

Le site web *iReserve* s'engage à respecter la confidentialité et la sécurité des données transitées sur la plateforme web. Pour ce faire, il fournit une certification de protection des données.

3.1.5 Forme juridique

Pour choisir la forme juridique d'*iReserve*, j'ai fait un premier tri en me basant sur les caractéristiques de chaque forme. J'ai tout d'abord éliminé la société simple, la société en Nom collectif et la société en Commandite, car il fallait au minimum deux personnes physiques comme associées. Étant donné que je souhaite rester seule associée de la société, ces raisons sociales n'étaient pas adaptées à ma situation. Ensuite, la raison individuelle a un caractère trop risqué, car le propriétaire est responsable des dettes de la société (**République et Canton de Genève 2014**). Enfin, j'avais assez pour créer une Société Anonyme, étant donné les CHF 100'000.— d'apports en capital.

3.1.6 Registre du commerce

Pour l'inscription au registre du commerce, il faut impérativement inscrire le but de la société. La société *iReserve* a donc pour but :

« exploitation et commercialisation d'une plateforme internet de planification et de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels de la santé et du bien-être ; exploitation et commercialisation de services complémentaires liées à son activité ».

Forme juridique : Société Anonyme

Siège : La société est domiciliée dans ses locaux à la rue Hugo-de-Senger 3, 1205 Genève, canton de Genève.

Capital-actions : CHF 100'000.—

Constitution de la société : prévue pour le 1^{er} août 2014

3.1.6.1 Frais de fondation

L'émolument pour l'inscription au registre du commerce d'une SA est de CHF 600.—. De plus, il faut ajouter CHF 30.— pour l'inscription de tout pouvoir de représentation et CHF 20.— pour l'inscription de la fonction (**Ordonnance sur les émoluments en matière de registre du commerce (RS 221.411.1) 1954**).

En plus des frais d'inscription au registre du commerce, des frais de notaire de CHF 1'500.— sont à prévoir.

3.1.7 Ressources humaines

Étant donné que je suis la fondatrice de la société, j'en suis également la directrice. Mon rôle, à temps complet, est d'effectuer des prospections, ainsi que de modéliser les besoins des professionnels, afin de leur créer une page web. Je m'occupe également de la comptabilité et du marketing.

Un premier employé vient rejoindre mon équipe dès le mois de septembre 2014, à 100%. C'est un informaticien dont le rôle est de programmer les pages web des professionnels, ainsi que de gérer les problèmes informatiques. Cet informaticien est un atout clé de la société, étant donné que je n'ai aucune expérience dans la programmation.

Dès le mois d'août 2015, c'est-à-dire une année après le début de la société, un étudiant sera embauché, afin d'être mon assistant. Il aura les mêmes tâches que moi, c'est-à-dire la prospection, la modélisation des besoins et le marketing. Cet étudiant travaillera à 30%. Un étudiant informaticien sera également embauché en août 2015 pour assister l'informaticien et travaillera à 30%.

Le cahier des charges de chaque employé, ainsi que l'organigramme de la société se trouvent à l'annexe 8. Les salaires et charges sociales sont détaillés en annexe 19.

3.2 Service

La plateforme de prise de rendez-vous en ligne *iReserve* a deux types d'utilisateurs :

- Les professionnels de la santé et du bien-être ;
- Les clients/patients qui souhaitent prendre rendez-vous, appelés « preneurs de rendez-vous ».

C'est pour cela que l'illustration du service se fait en deux parties.

Il faut savoir que le service ne peut pas fonctionner sans la présence des deux parties. En effet, si le site web contient uniquement des professionnels et pas de clients pour prendre rendez-vous, le système ne fonctionne pas. C'est également le cas si la plateforme ne contient que des preneurs de rendez-vous, mais pas de professionnels inscrits avec leur agenda.

3.2.1 Illustration du côté des professionnels de la santé et du bien-être

Lorsqu'un professionnel souhaite apparaître et utiliser le système de prise de rendez-vous en ligne, plusieurs étapes sont nécessaires.

Figure 5

Schématisation des étapes du côté du professionnel



Source : BOILLAT Magali, 2014

Les informations

Le professionnel peut prendre connaissance, via le site internet de la société, du service que propose *iReserve*. Il est également informé des prix pratiqués par la société pour profiter du système de prise de rendez-vous en ligne.

L'inscription

Par le biais du site web, le professionnel prend contact avec la société. Un premier rendez-vous gratuit est organisé avec le professionnel afin de répondre à toutes ses questions et pour finaliser l'inscription, s'il est toujours intéressé.

Personnalisation de la page web et synchronisation de l'agenda

La page web est divisée en deux parties. La première concerne le profil du professionnel avec sa profession, son adresse, etc. La deuxième se concentre sur son agenda.

Une fois l'inscription faite, le professionnel nous fait part de ses exigences pour les modules. Un cahier des charges est établi d'après les désirs et les besoins du professionnel. Grâce à cet outil, la page peut être créée.

J'ai misé sur une grande possibilité de personnalisation de la page web du professionnel. En effet, chaque personne a des besoins différents quant à la politique de prise de rendez-vous et je trouve impératif de pouvoir s'adapter à chaque professionnel.

Différents modules sont donc proposés, tels que :

- acceptation de nouveaux clients/patients ;
- validation du rendez-vous par la secrétaire ;
- interaction avec le client/patient, « chat » ;
- système de rappels de rendez-vous;
- synchronisation entre l'agenda du professionnel et celui en ligne.

Le professionnel peut proposer à ses clients de payer directement la prestation en ligne grâce à *Paypal*, à condition que le professionnel assume les frais liés au paiement par *Paypal*.

Chaque rendez-vous peut contenir des informations importantes destinées aux clients/patients.

Gestion des rendez-vous

Une fois la page web créée, le professionnel peut choisir les plages qu'il ouvre sur son agenda en ligne. En effet, suite aux interviews que j'ai eues avec les professionnels, certains m'ont avoué ne pas vouloir montrer leur taux d'occupation.

De plus, si le professionnel a choisi l'option validation, lorsqu'une demande de rendez-vous est faite, le professionnel a le choix de valider le rendez-vous ou de ne pas le valider. S'il ne le valide pas, il peut toujours expliquer les raisons au client/patient.

Si le professionnel choisit l'option de synchronisation, son agenda informatique est synchronisé avec l'agenda en ligne. Le professionnel a donc une vue d'ensemble de tous les rendez-vous pris en ligne et de ceux pris via un autre moyen. À noter que le système de synchronisation est compatible avec tous les logiciels d'agendas électroniques existants.

Enfin, le professionnel peut également mettre en place un système de rappel. En effet, quelques jours avant la date de rendez-vous, un SMS ou un mail peut être envoyé automatiquement au client/patient, afin qu'il n'oublie pas son rendez-vous.

Le professionnel reçoit des notifications lorsqu'un rendez-vous est annulé et il peut le facturer, si celui-ci n'a pas été décommandé dans le délai imparti. De même si un client/patient est en retard à son rendez-vous. Ces modalités sont à définir par le professionnel et sont indiquées sur sa page personnelle à l'intention du client/patient.

À noter que le système de prise de rendez-vous en ligne n'a pas la vocation de remplacer un secrétariat. C'est pourquoi le standard téléphonique reste ouvert, afin de répondre aux urgences et aux personnes ne possédant pas internet.

3.2.2 Illustration du côté des preneurs de rendez-vous

Lorsqu'une personne souhaite prendre rendez-vous en ligne chez un professionnel, plusieurs étapes vont être nécessaires.

Figure 6

Schématisation des étapes du côté du preneur de rendez-vous



Source : BOILLAT Magali, 2014

Inscription

Avant de pouvoir prendre rendez-vous, la personne doit s'inscrire sur le site *iReserve*. Il doit entrer ses informations personnelles telles que :

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

- Nom et prénom
- Adresse postale
- Date de naissance
- Numéro de téléphone
- Adresse mail

Pour valider son compte, un mail de confirmation est envoyé au preneur de rendez-vous.

Une fois que le profil a été activé, la personne peut voir sa page personnelle, gérer ses professionnels favoris et voir ses anciens rendez-vous.

Recherche du professionnel

Après l'inscription, on peut rechercher le professionnel via différents moyens. La première chose à faire est de sélectionner la plateforme « bien-être » ou la plateforme « santé », car il y a deux plateformes bien séparées. Ensuite, on peut faire une recherche en notant directement le nom du professionnel. Une liste des personnes trouvées apparaît. Si on ne possède pas de nom, on peut également chercher via la profession, la localisation, etc.

Choix de la plage horaire

Une fois le professionnel trouvé, on peut avoir accès à son profil avec ses informations et à son agenda en ligne. Le preneur de rendez-vous doit choisir dans une liste prédéfinie par le professionnel le motif du rendez-vous, ainsi que les jours où il est disponible. D'après ces renseignements, les possibilités de l'agenda du professionnel apparaissent sous forme de calendrier et dans des cases vertes. La personne n'a plus qu'à cliquer sur la plage horaire qui l'arrange. Une fenêtre apparaît alors et il a la possibilité de mettre un commentaire concernant son rendez-vous.

Validation et rappel

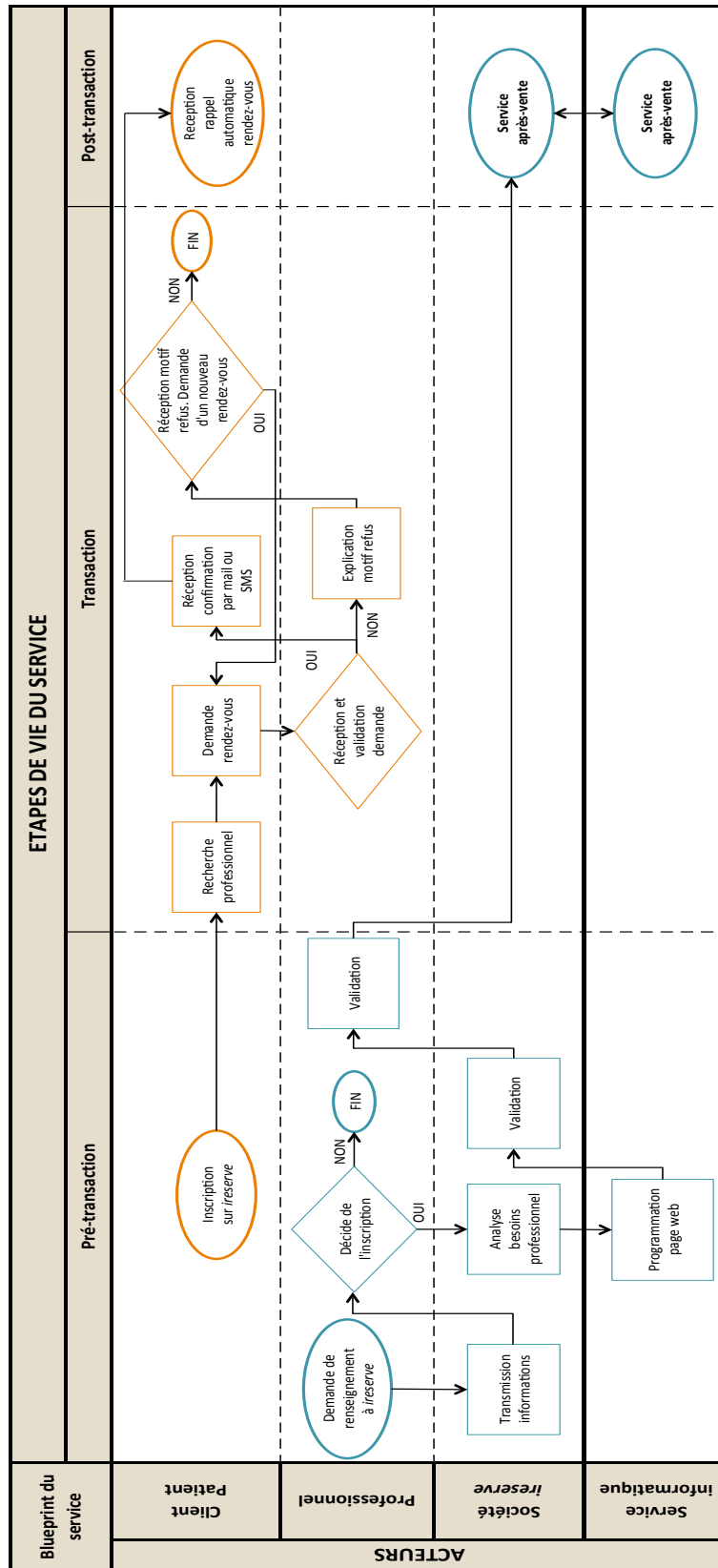
La demande de rendez-vous est ensuite envoyée chez le professionnel. S'il a pris le module de validation de rendez-vous, il peut soit le valider, soit le refuser en expliquant les raisons. Quelle que soit la décision du professionnel, un email est envoyé au client/patient.

Un système de rappel peut être mis en place sur demande du professionnel. En effet, quelques jours avant un rendez-vous, le professionnel pourra envoyer un SMS de rappel au client/patient automatiquement.

3.2.3 Modélisation du service

Afin de mieux visualiser le processus du service, j'ai utilisé l'outil blueprint pour modéliser le service de la société.

Figure 7
Blueprint du service



Processus montrant le lien entre le client et le professionnel
Processus montrant le lien entre la société et le professionnel

Source : BOILLAT Magali, 2014

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

3.3 Technologie

Étant donné que la base du service est le site web, j'ai prospecté auprès des entreprises informatiques de la région pour réunir quelques offres. Au final, quatre sociétés m'ont reçue et m'ont fourni les offres de prix suivantes :

Tableau 10
Offres de site web

Entreprise	Fourchette de prix
Site web pro	CHF 15'000 – 20'000.—
Idlab	CHF 30'000 – 40'000.—
Monoloco	CHF 25'000 – 35'000.—
Collective Media <i>Offre en annexe 9</i>	CHF 18'000 – 23'000.—

Source : Entretiens avec Site Web pro, Genève, 11 février 2014, Idlab, Genève, 13 février 2014, Monoloco, Genève, 19 février 2014, Collective Media, Bulle, 12 mars 2014

Après avoir reçu toutes les offres, j'ai pu faire un choix. Le prix est le premier critère. Étant une start-up, je me dois de respecter un certain budget et je ne peux pas prendre une solution trop chère. Ensuite, le design est un point essentiel. En effet, pour moi le site web doit être beau, attractif, simple et épuré. Enfin, j'ai pu voir tous les sites réalisés par chaque entreprise pour pouvoir me faire une idée de leur travail et j'ai trouvé que les meilleures réalisations étaient faites par la société Collective Media. Cette société regroupe deux personnes : un développeur et un designer. Il y a donc un spécialiste pour chaque domaine primordial à la réalisation de mon site web. De plus, leur devis fait partie des moins chers.

Le site internet étant le cœur de mon concept, le bon fonctionnement du système doit être irréprochable. De ce fait, j'ai mis plusieurs moyens en œuvre. Premièrement, un informaticien travaille à mes côtés à temps plein, afin de programmer les pages web des professionnels et de pouvoir régler les possibles problèmes des professionnels. Deuxièmement, la société informatique qui développe le site internet effectue régulièrement des mises à jour du système. En cas de problème, la société informatique peut le régler et nous facture un prix à l'heure de CHF 120.—.

La création du site internet prend deux mois, selon la société informatique.

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

3.4 Clients

3.4.1 Cible

Les bénéficiaires du service *iReserve* sont multiples, étant donné que plusieurs cibles sont touchées par le système :

- **Les professionnels** : Ce sont les clients principaux, car ce sont eux qui payent le service. Ils représentent la clientèle directe et nous pouvons la diviser en deux groupes :
 - *Les professionnels de la santé*
Par exemple, les médecins de tous types de spécialisations, les dentistes, la médecine parallèle, etc.
 - *Les professionnels du bien-être*
Par exemple, les esthéticiennes, les fitness, les instituts, etc.
- **La population** : Elle est la seconde cliente, la cliente indirecte. En effet, sans les personnes qui prennent rendez-vous, le concept ne peut pas fonctionner. Après analyse de mon questionnaire quantitatif, j'ai décidé de cibler toutes les personnes actives de 18 à 65 ans et j'ai exclu les personnes de plus de 65 ans qui n'étaient pas très intéressées par le système.

3.5 Partenariats

J'ai fait la démarche de contacter les cliniques privées de Genève, afin de proposer des partenariats entre *iReserve* et leur clinique. J'ai eu la chance que le Directeur de la Clinique des Grangettes, Monsieur Gilles Rufenacht, me contacte et m'accorde un entretien. La Clinique des Grangettes développe ses propres logiciels avec l'aide d'une équipe d'informaticiens qui connaît très bien le fonctionnement de la clinique.

Le Directeur m'a parlé du fait qu'il souhaitait développer une solution comme celle que je propose. C'est pourquoi, afin de m'aider dans mon travail de recherche, il m'a confié la tâche de commencer le processus de développement d'une prise de rendez-vous en ligne test avec quelques médecins de la clinique.

Pour cela, il m'a donné quelques noms de médecins et m'a confié la tâche de les contacter et de leur proposer de faire un test de prise de rendez-vous en ligne. Le but étant de pouvoir proposer au patient de sélectionner lui-même ses rendez-vous, directement depuis le site de la clinique. Ce projet est en développement grâce à Monsieur Frank Giboni en charge du DPI (Dossier Patient Informatisé).

Ma mission a été de contacter les médecins sélectionnés et de leur proposer le projet. Au final, trois des quatre professionnels ont accepté de participer. Ensuite, afin de programmer la page web, un rendez-vous avec chaque secrétaire des médecins a été fait pour cibler les besoins et analyser la méthode de distribution des rendez-vous.

Après avoir synthétisé les réponses, je les ai transmises à l'informaticien responsable du projet. Cependant, aux vues des nombreux projets plus importants que gère l'informaticien au sein de la Clinique, le développement de la prise de rendez-vous en ligne ne pourra être exécuté qu'à la fin de l'année.

Grâce à ce petit projet, j'ai pu mettre en œuvre toutes mes idées. J'ai également pu voir en pratique comment se déroule une analyse complète des besoins pour ensuite pouvoir les modéliser sous forme de site web.

La clinique des Grangettes est donc ma première cliente. Elle est également la vitrine pour ma future société.

3.6 L'analyse de la concurrence

3.6.1 Concurrence directe

Agenda est une solution de prise de rendez-vous en ligne. Elle permet de gérer un agenda électronique online où les clients peuvent prendre rendez-vous. La société propose également des offres sur sa plateforme. *Agenda.ch* est actif sur Genève, ainsi que dans le canton de Vaud et cible plusieurs domaines : soin et esthétique, santé et médical, services professionnels, sports et extérieur, artisans, etc. Cependant, cet outil n'offre pas la synchronisation entre l'agenda du professionnel et l'agenda en ligne. Ce manque de liaison est un véritable problème pour certains professionnels qui se retrouvent avec des doublons ou des rendez-vous au même moment. De plus, ce système offre un surplus de travail au secrétaire, car il faut en tout temps vérifier sur *agenda.ch* les nouveaux rendez-vous (Annexe 3, p. 38). La tarification de cet outil est la suivante :

Tableau 11
Tarification de la société Agenda

Modules	Light	Solo	Duo	Multiple
Prix par mois	CHF 29.—	CHF 48.60	CHF 74.50	CHF 106.90
Nombre de rendez-vous	Illimité	Illimité	Illimité	Illimité
Nombre d'agendas	1 agenda	1 agenda	2 agendas	10 agendas
Nombre de prestations	10 prestations	Illimités	Illimité	Illimité
Nombre de clients	40 clients	Illimité	Illimité	Illimité
SMS par mois	10 SMS	100 SMS	200 SMS	400 SMS
Mise en route	CHF 99.—	Inclus	Inclus	inclus

Source : agenda, 2014

La plateforme *medikal.ch* est spécialisée dans la prise de rendez-vous en ligne pour les cabinets médicaux. Avec l'outil de *Medikal*, l'assistante peut moduler l'agenda et ouvrir les plages horaires suivant les souhaits du médecin permettant à chaque patient de prendre un rendez-vous en ligne. Cependant, l'outil possède

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

le même désavantage qu'*Agenda.ch* : il n'est pas synchronisé avec l'agenda du cabinet. Le travail doit donc être fait deux fois et cela ne procure pas au cabinet un gain de temps. De plus, ce système est implanté plutôt en Suisse alémanique, les fonctionnalités de l'agenda ne sont pas mises au goût du jour et il ne s'adapte pas avec les supports actuels tels que smartphones et tablettes. Enfin, il est deux fois plus cher que le système d'*Agenda.ch*, avec les mêmes fonctionnalités (Annexe 10).

Tableau 12

Tarification de la société Medikal

Prix par mois	CHF 65.—
Nombre de rendez-vous	illimité
Prix du SMS	CHF 0.20
Mise en route	CHF 100.—

Source : medikal, 2014

Mindbody est un programme développé pour les centres de bien-être et plus particulièrement pour réserver des cours en ligne ou des thérapies. Ce système gère les prises de rendez-vous et est très utile pour gérer les salles de cours, mais aussi pour directement encaisser les clients lors de la prise de rendez-vous en ligne. La synchronisation n'est pas très efficace et le professionnel doit aller sur sa page personnelle pour gérer les rendez-vous (Annexe 11).

Tableau 13

Tarification de la société Mindbody

Modules	Version 1	Version 2	Version 3
Prix par mois	CHF 85.— (70 €)	CHF 105.— (85 €)	CHF 133.— (109 €)
Nombre d'agendas	1-5 agendas	6-12 agendas	13-20 agendas
Mise en route	Inclus	Inclus	539 €

Source : Mindbody, 2014

Netagenda est un autre système de prise de rendez-vous en ligne permettant au professionnel de choisir les plages à ouvrir afin que les clients puissent prendre leurs rendez-vous. Cependant, ce système, tout comme les précédents, n'a tout simplement pas de possibilité de synchronisation (**NetAgenda 2013**). Les tarifs que propose *Netagenda* sont les suivants :

Tableau 14
Tarifcation de la société Netagenda

Modules	Basique	Silver	Gold
Prix par mois	CHF 29.—	CHF 59.—	CHF 99.—
Nombre d'agendas	1 agenda	2 agendas	3+ agendas
Nombre de prestations	10 prestations	Illimité	Illimité

Source : Netagenda, 2013

3.6.2 Concurrence indirecte

Les concurrents indirects, appelés également « substituts », « *sont des produits ou services qui offrent un bénéfice équivalent aux clients, mais selon une approche différente* » (**Johnson et al. 2014, p. 73**).

Medes est un télésecrétariat qui prend en charge une partie ou la totalité de la gestion du secrétariat chez un professionnel qui n'a pas le temps de s'en charger. Cela permet également de décharger une secrétaire médicale, afin qu'elle puisse faire d'autres tâches que de répondre au téléphone. *Medes* est donc un secrétariat à distance qui va prendre en charge la ligne téléphonique du professionnel et va gérer ses rendez-vous.

Pour profiter d'une prise de rendez-vous de 8h à 19h gérée par *Medes*, le professionnel doit déboursier CHF 270.— par mois (**Medes 2014**).

Un des désavantages de ce genre de système est qu'il ne répond pas à la demande d'une prise de rendez-vous à n'importe quelle heure. De plus, la gestion des rendez-vous est gérée à l'externe et le professionnel n'a plus une maîtrise totale de son agenda.

Serviceathome est un service online permettant de prendre rendez-vous pour une prestation à domicile. Les services qui sont proposés vont du ménage au rendez-vous beauté, en passant par l'informatique ou le jardinage. Le but est de réserver et payer la prestation directement sur le site de *Service at home*. L'inscription est gratuite, mais la société prélève une commission de 5 à 10% d'une réservation réussie. La différence entre ce système et *iReserve* est qu'il est dédié exclusivement à des services à domicile (Annexe 3, p. 35).

3.6.3 Les nouveaux entrants

Comme plusieurs professionnels me l'ont répété dans leur interview, la prise de rendez-vous en ligne c'est l'avenir. C'est-à-dire qu'il commence à y avoir de plus en plus de sociétés qui s'intéressent à ce mode de réservation. Ce système est déjà très présent pour des domaines tels que l'hôtellerie, la restauration ou l'aviation. De ce fait, il y a des chances que des sociétés spécialisées dans la prise de rendez-vous en ligne s'intéressent au monde de la santé et du bien-être.

3.6.4 Avantage concurrentiel

Comme mentionné ci-dessus, le très grand inconvénient de tous ces systèmes de prise de rendez-vous en ligne est le manque de synchronisation.

De plus, avec l'étude de marché et plus particulièrement les interviews des professionnels, je me suis rendu compte qu'il était indispensable de fournir un service personnalisé en s'adaptant aux besoins de chaque personne.

C'est sur ces aspects-là que *iReserve* possède un avantage concurrentiel et se permet d'être un peu plus cher que la concurrence, avec la formule complète.

3.7 La tarification

Selon le sondage que j'ai mené auprès de la population, 184 sondés sur les 200, c'est-à-dire 92% des personnes interrogées sont contre le fait de payer pour pouvoir prendre leurs rendez-vous via internet. C'est pourquoi j'ai décidé d'appliquer une tarification auprès des professionnels et non de la population.

Pour effectuer la tarification de la société, je mise sur la personnalisation. En effet, après les interviews que j'ai menées, je constate que les besoins sont différents d'une personne à l'autre. C'est pourquoi faire un pack unique pour tous les professionnels est inenvisageable. De plus, je ne pense pas que les professionnels veulent payer pour des modules qu'ils n'utiliseraient pas.

J'ai d'abord fixé un prix de base pour la mise en service de la page web. Ensuite, j'ai listé les modules qui prennent plus de temps à être mis en place et je leur ai fixé un prix. J'ai également fixé un prix pour la synchronisation. Enfin, les SMS de rappels ont un coût additionnel. Chaque prix d'un module choisi doit être ajouté au prix de base.

Tableau 15

Tarifs

Modules	Prix H.T.	
Page web	CHF	30.—
Filtres (acceptation de nouveaux patients/clients »	CHF	10.—
Validation des rendez-vous	CHF	10.—
Interactivité « Chat »	CHF	10.—
Synchronisation	CHF	50.—
Prix de la mise en route (coût unique)	CHF	100.—
SMS de rappels	CHF	0.30 par SMS
Marketing personnel (flyers)	CHF	150.—

Source : BOILLAT Magali, 2014

Je me suis basée sur la tarification de *Medikal* et d'*Agenda* pour calculer la base de mon service. J'ai décidé de fixer un prix légèrement inférieur à la tarification mensuelle de *Medikal*, pour ensuite miser sur une marge plus importante sur les SMS. En effet, je pense que les professionnels sont plus regardants sur le prix au mois, que sur le prix du SMS. Les SMS sont achetés en gros pour CHF 0.074 ct par SMS et sont revendus CHF 0.30 ct aux professionnels (**SMSFactor 2014**). Ensuite, j'ai fixé un prix plus important pour la synchronisation, étant donné que c'est mon avantage concurrentiel. Enfin, le professionnel a la possibilité de créer et de faire imprimer, par la société, des flyers qui lui permettent d'informer les clients/patients du nouveau système de prise de rendez-vous en ligne (cf. *partie 3.7.2.2 Marketing personnel*). La société paye l'impression de ces flyers chez *Full Print* pour CHF 107.— (**Full Print 2014**) et facture au professionnel CHF 150.— H.T.

3.8 Actions marketing et communication

Les actions marketing sont essentielles afin de se créer une notoriété, mais sont différentes selon la cible. En effet, étant donné que la société *iReserve* a deux clients, il faut mener des actions de promotion sur les deux cibles, car la société ne peut pas fonctionner sans les deux clients.

3.8.1 Aux professionnels

Les professionnels sont les clients principaux de la société *iReserve*. Pour les informer du nouveau système de prise de rendez-vous en ligne, plusieurs actions vont être menées.

La lettre de l'AMG

Ce journal d'information, édité par l'*Association des Médecins du canton de Genève (AMG)*, est distribué à tous les médecins membres de l'*AMG* dix fois par année. Ce moyen d'information touche 2'750 médecins sur les 2'817 pratiquant à Genève. C'est donc le moyen principal d'information pour atteindre rapidement et efficacement la quasi-totalité des professionnels de la santé (**AMGE 2014**).

Il a été décidé de placer une annonce dès que le site web est prêt, c'est-à-dire dans la publication d'octobre 2014. Des publications sont faites tous les six mois, afin que la liste des membres soit mise à jour.

Le site internet

Le site internet d'*iReserve* est notre première vitrine. Bien évidemment, les professionnels pourront consulter les informations importantes tels que le descriptif du service, les prix, etc.

Ce moyen de communication est actif durant toute la durée de la société et est compris dans le prix d'investissement de la plateforme web. Des frais de maintenance sont également prévus.

La prospection

La prospection est un moyen « *d'attirer de nouveaux clients.* » (**Kotler et al. 2006, p. 608**). Le but est d'informer le maximum de prospects pour que, par la suite, ils deviennent clients. La prospection est effectuée via plusieurs moyens et en plusieurs étapes. En premier lieu, un démarchage par publipostage peut être

fait pour information. Ensuite, un contact par téléphone peut être effectué, afin de proposer un rendez-vous aux professionnels qui seraient intéressés par la mise en place de notre système. Enfin, des flyers pourront être distribués dans les instituts ou les cabinets médicaux.

Flyers

Comme expliqué précédemment, des flyers sont distribués aux professionnels. Ces flyers servent à expliquer le concept et à renseigner le professionnel sur notre nouvelle société. Il peut également se rendre sur notre site web pour avoir une idée plus précise du service.

Les flyers sont réalisés par un graphiste professionnel gratuitement, car c'est un membre de ma famille (Annexe 12). Pour l'impression, c'est la société *Full Print* qui s'occupe de cette partie. Il a été convenu d'imprimer 2'000 flyers pour chaque cible qui peuvent être distribués soit dans les boîtes aux lettres, soit lors d'une rencontre. Le prix pour 2'000 exemplaires dans un format A6 est de CHF 219.—, hors TVA (**Full Print 2014**).

Salon

Une fois par année, au début d'année, le *Salon International Wellness, Esthétique, Ligne et Look* (**SIWELL**) ouvre ses portes à Genève. Le salon offre la possibilité de rencontrer une quarantaine d'exposants, divisé en plusieurs secteurs d'activités :

- Beauté et cosmétique
- Bien-être, remise en forme, amincissement
- Médecine esthétique et chirurgie plastique



Source : Siwell,

Ce salon permet de discuter avec les professionnels du bien-être, de créer des contacts et de leur parler de la solution de prise de rendez-vous en ligne.

Il est prévu de visiter ce salon une fois par année, afin d'apporter de nouveaux clients. L'entrée est payante, mais on peut aisément se procurer des invitations auprès des exposants et sponsors (**Siwell 2014**).

3.8.2 À la population

La population étant notre client indirect, la société *iReserve* se doit de faire la promotion des professionnels inscrits sur la plateforme via différents moyens.

Il faut différencier le « marketing général » du « marketing personnel ». Le marketing général est aux frais de la société et permet de mener une campagne pour l'ensemble des professionnels inscrits sur la plateforme. A contrario, le marketing personnel est à la charge du professionnel, mais peut être pris en charge par la société dans un service supplémentaire. Ce marketing personnel est, comme son nom l'indique, propre au professionnel. En annexe 13, les différences entre le « marketing général » et le marketing « personnel », ainsi que les différents moyens pour chaque type de marketing.

3.8.2.1 Marketing général

Site internet

Lorsque le site internet a été bien référencé, ce dernier devient notre première vitrine. Il faut donc soigner le concept, le rendre attractif et facile d'utilisation.

Tous les professionnels possèdent un lien et peuvent être trouvés depuis le site d'*iReserve*. Les visiteurs du site peuvent consulter la page des professionnels, leur agenda, les astuces et mots du jour.

Transport public genevois

Une fois par année à partir de la troisième année, un flyer sera diffusé en mode diapositive sur les écrans à l'intérieur des bus et trams TPG, durant 7 jours.

Ce moyen de communication permet un impact important à travers la ville et le canton pour l'évolution du nom de la société. Le coût d'une campagne comme celle-ci est de CHF 2'052.— par tranche de 7 jours (**TPG Pub 2014**).

Radio

Tous les six mois, à partir de la deuxième année, un spot radio sera diffusé sur One FM, radio N°1 à Genève et réunissant quotidiennement 85'400 auditeurs en Suisse Romande.

J'ai décidé de lancer un spot dit « floating » qui est une diffusion aléatoire des spots entre 9h et 22h selon les disponibilités de la radio. Le prix d'une seconde

de spot sur One FM est de CHF 7.10, hors TVA. Le spot dure environ 20 secondes et sera diffusé 3 fois par jour durant 2 jours de la semaine et un jour du week-end (**Media One Contact 2014**).

3.8.2.2 Marketing personnel

Flyers

Des flyers peuvent être réalisés pour le professionnel afin qu'il puisse le mettre à disposition des clients/patients de son cabinet ou de son institut. Ces flyers permettent d'informer les personnes que la prise de rendez-vous peut désormais se faire via la plateforme *iReserve* (Annexe 14).

Le coût de l'impression des flyers est entièrement à la charge du professionnel et la société facture le coût du design.

Page web personnelle

Chaque professionnel a sa propre page web où il peut mettre les informations personnelles qu'il souhaite, par exemple, le profil, la localisation, des photos, etc.

3.8.3 Budget marketing

Un tableau résumant les actions marketing à entreprendre, le coût, ainsi que le calendrier sur trois ans se trouve en annexe 15.

3.9 Plan stratégique

3.9.1 Diagnostic interne

À l'aide d'un tableau, j'ai récapitulé les forces et les faiblesses de la société *iReserve* :

Tableau 16

Forces et faiblesses de iReserve

Forces	Faiblesses
Avantage concurrentiel	Manque d'expérience de la part de la fondatrice
Proximité avec le client	Peu de main d'œuvre durant la première année
Tarification attractive	Manque de notoriété
Personnalisation du système	

Source : BOILLAT Magali, 2014

3.9.2 Diagnostic externe

Tableau 17

Opportunités et menaces de iReserve

Opportunités	Menaces
Demande en hausse de la part de la population	Nouveaux entrants
Intérêt grandissant des professionnels	

Source : BOILLAT Magali, 2014

3.9.3 Stratégie

Ma stratégie lors de la première année d'exploitation est de me concentrer sur les professionnels. Pour cela, j'ai misé sur un important dispositif marketing pour toucher cette cible. Cette stratégie me permet d'assurer un certain revenu chaque mois, étant donné que le professionnel paye un abonnement mensuel. Durant la première année, j'attends un nombre important de nouveaux clients qui se réduira considérablement lors des années suivantes.

C'est lors de la deuxième année que je m'occuperai davantage du client indirect, la population, avec des moyens marketing comme de la publicité dans les TPG ou à la radio. Ces moyens marketing se feront grâce à un employé de plus, l'assistant.

Ma stratégie de prix est de proposer un abonnement attractif et peu cher pour une version simple, donc une version comme celle des concurrents directs. Ensuite, je propose un prix un peu plus élevé, car je profite de mon avantage concurrentiel qui est la synchronisation des agendas.

3.9.4 Les avantages des professionnels à adhérer à mon service

Les professionnels obtiennent un gain de temps grâce au service de prise de rendez-vous en ligne, ainsi qu'un certain bien-être pour le secrétariat et pour les preneurs de rendez-vous.

Le service *iReserve* peut jouer d'autres rôles que celui de prise de rendez-vous en ligne. Premièrement, le professionnel peut activer le rappel de rendez-vous par SMS permettant ainsi de réduire le nombre d'oublis de rendez-vous. Deuxièmement, pour les professionnels cherchant en permanence de nouveaux clients ou patients, ce système peut être un avantage par rapport aux concurrents. Par exemple, si une personne souhaite prendre rendez-vous chez le coiffeur et qu'il est tard le soir, la personne aura tendance à se tourner vers le site de prise de rendez-vous en ligne. Effectivement, sur le site, elle pourra voir quels sont les coiffeurs ayant de la place dès le lendemain, au lieu d'attendre les heures d'ouverture et d'appeler plusieurs instituts pour en trouver un qui est libre.

3.10 Planification financière

3.10.1 Bilan de fondation

Lors de la fondation de la société, le bilan est le suivant (en CHF) :

Tableau 18

Bilan après fondation de la société

ACTIF		PASSIF	
Liquidités	77'490	Capital-actions	100'000
Investissements	20'360	Frais de fondation	- 2'150
TOTAL ACTIF	97'850	TOTAL PASSIF	97'850

Source : BOILLAT Magali, 2014

Les investissements comprennent l'achat d'un ordinateur portable, d'un téléphone fixe, ainsi que le site internet (Annexe 16). L'ordinateur acheté est utilisé par l'informaticien, car je possède mon propre ordinateur portable. Les frais de fondation se composent du prix de l'inscription au registre du commerce, ainsi que les frais de notaire. Les taux d'amortissement ont été choisis sur la base des taux fiscaux mentionnés dans la notice A-1995, éditée par l'Administration fédérale des contributions (**Confédération suisse 2011**).

3.10.2 Structure des ventes

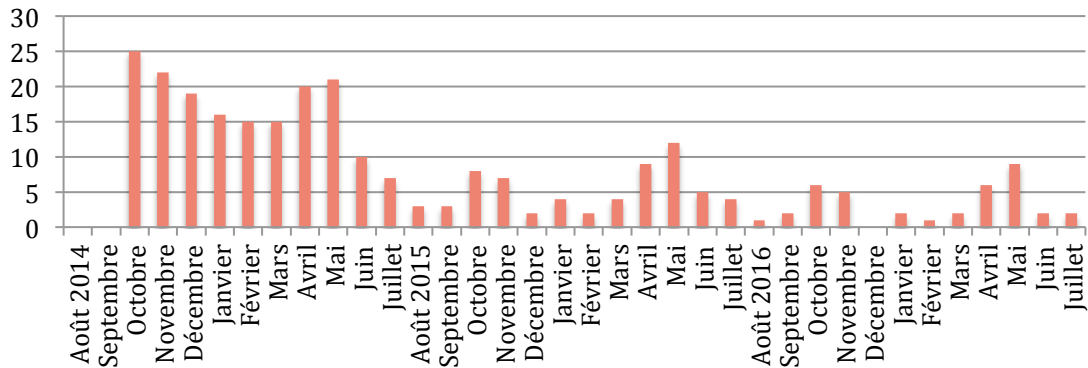
L'estimation du chiffre d'affaires a été faite en plusieurs parties. La première étape a été d'estimer le nombre de nouveaux clients par mois (Annexe 17). J'ai construit un tableau Excel avec les différents choix d'abonnements qu'un professionnel pouvait prendre et j'ai estimé le nombre de nouveaux clients par mois. Grâce aux entretiens que j'ai menés auprès des professionnels, j'ai dégagé une tendance quant aux choix des abonnements en fonction de la cible. En effet, les professionnels de la santé prendraient de base la synchronisation, car ils ont quasiment tous un logiciel déjà intégré, tandis que chez les professionnels du bien-être, ce module n'est pas une obligation.

J'ai estimé que lors de la première année d'exploitation, il y aurait une grande hausse de nouveaux clients et que, par la suite, le nombre de nouveaux clients diminuerait. De plus, des pics sont à prévoir lors d'actions marketing auprès des professionnels. À noter également que comme la création du site web prend deux mois, les premiers abonnements sont à encaisser dès le mois d'octobre.

Voici un résumé du nombre de nouveaux clients :

Figure 8

Nombre de nouveaux clients

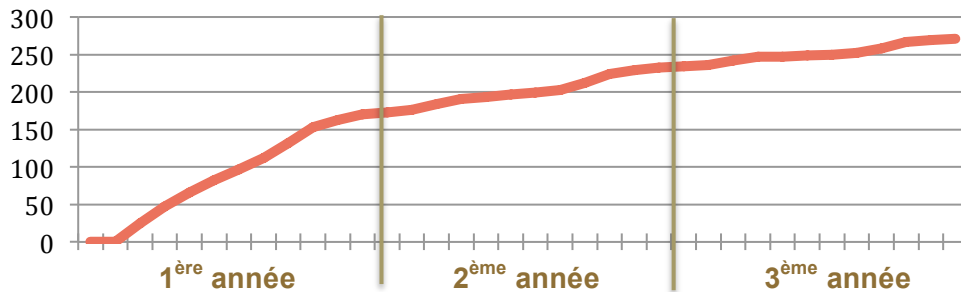


Source : BOILLAT Magali, 2014

La figure ci-dessous montre l'évolution du nombre de clients. Nous pouvons voir une importante hausse des clients durant la première année, puis une stabilisation durant la deuxième et troisième année.

Figure 9

Nombre de clients



Source : BOILLAT Magali, 2014

Lors de la deuxième étape, un tableau Excel a été créé permettant de lister les différents composants du chiffre d'affaires de *iReserve*, afin de calculer le chiffre d'affaires total par mois (Annexe 18). La ligne « nouveaux clients » calcule le chiffre d'affaires engendré par les nouveaux clients, la ligne « anciens clients » concerne l'argent reçu des clients déjà inscrits. Ensuite, la ligne « système de rappels » calcule le volume des transactions de SMS vendus aux clients. Enfin, la ligne « services complémentaires » estime le chiffre d'affaires sur la prestation du marketing personnel.

Pour le service de rappels et le service complémentaire, j'ai estimé que la moitié des nouveaux clients mensuels prendraient ces deux produits.

3.10.3 Pertes et profits prévisionnels

Tableau 19

Pertes et profits prévisionnels par année

Annexes	Comptes	2014 - 2015	2015 - 2016		2016 - 2017	
		CHF	CHF	Δ	CHF	Δ
18	Chiffre d'affaires net HT	146'435	277'370	89%	342'866	24%
	- Frais Paypal	-4'959	-9'416	90%	-11'660	24%
	- Achat de SMS et de flyers HT	-19'244	-25'764	34%	-50'240	95%
	= Marge	122'232	242'191	98%	280'965	16%
19	- Salaires	-105'790	-153'705	45%	-153'705	0%
19	- Charges sociales	-36'115	-52'473	45%	-52'473	0%
	- Maintenance	-4'000	-3'000	-25%	-2'000	-33%
	- Loyer bureau	-4'800	-4'800	0%	-4'800	0%
15	- Marketing	-3'044	-9'405	209%	-10'257	9%
	- Logiciel comptable	-635	-635	0%	-635	0%
	- Hébergement, nom de domaine	-216	-316	46%	-516	63%
	- Frais de fondation	-2'150	-	-100%	-	0%
20	- Frais généraux	-1'620	-1'620	0%	-1'620	0%
	= EBITDA	-36'138	16'237	145%	54'960	238%
16	- Amortissement	-6'186	-6'186	0%	-6'186	0%
	- Frais bancaires	-280	-80	-71%	-80	0%
	= Bénéfice net avant impôts	-42'604	9'971	123%	48'693	388%
	- Impôts	-	-	-	-4'015	-
21	= Bénéfice net	-42'604	9'971	123%	44'678	348%

Résultat cumulé	-42'604	-32'634	12'045
------------------------	----------------	----------------	---------------

Source : BOILLAT Magali, 2014

Sur le tableau ci-dessus, j'ai résumé l'évolution du compte de pertes et profits par année et sur trois ans. On peut voir que malgré une baisse des nouveaux clients, le chiffre d'affaires augmente chaque année. Cela est dû à la répercussion des abonnements mensuels. C'est-à-dire que même s'il y a peu de nouveaux clients, la société peut tourner avec les abonnements des « anciens » clients.

À noter que les professionnels payent leur abonnement mensuel directement via Paypal, ce qui permet de recevoir immédiatement l'argent.

J'ai enregistré des frais de maintenance conséquents durant la première année, afin d'anticiper de possibles problèmes lors de la création du site web. Pour la deuxième et la troisième année, les frais de maintenance sont dégressifs, étant donné que la société a plus de main-d'œuvre pour gérer les problèmes informatiques.

Les frais bancaires tiennent compte de la commission pour le versement de l'argent du compte de consignment au compte courant, ainsi que les frais bancaires du compte courant.

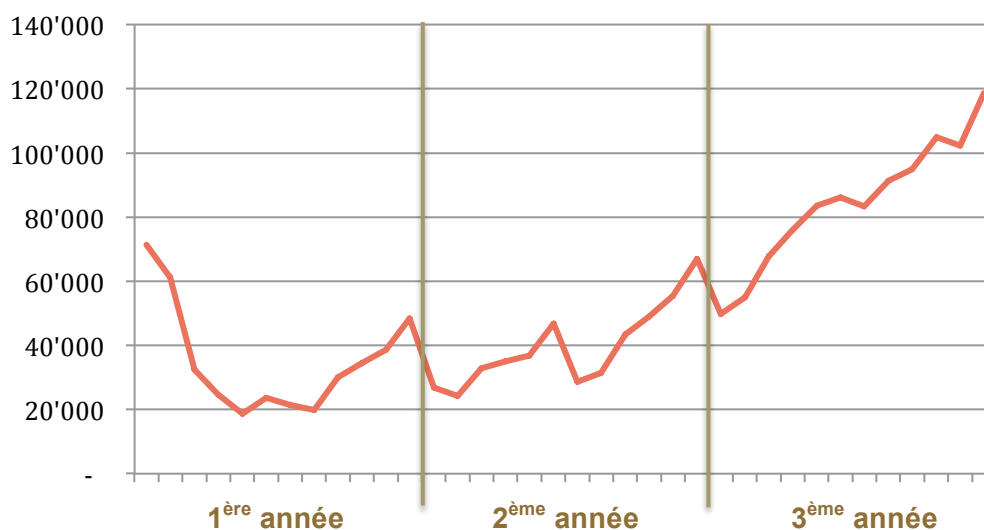
Enfin, on peut voir que le résultat cumulé devient positif lors de la troisième année. Vous pouvez avoir un aperçu du compte de pertes et profits par mois en Annexe 21.

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

3.10.4 Flux de trésorerie prévisionnel

Figure 10

Flux de trésorerie prévisionnel



Source : BOILLAT Magali, 2014

Le graphique ci-dessus montre que la trésorerie augmente au fil des années. Les creux présents sur certains mois sont dus à l'achat des SMS. Ces derniers sont payés en une seule fois ce qui représente un montant important, tandis que les bénéfices de ces SMS sont encaissés sur plusieurs mois. Afin de prévenir tout risque de manque de liquidité, j'ai prévu d'investir un capital assez conséquent pour prévenir ce risque. En annexe 22, vous pouvez voir les flux de trésorerie par mois.

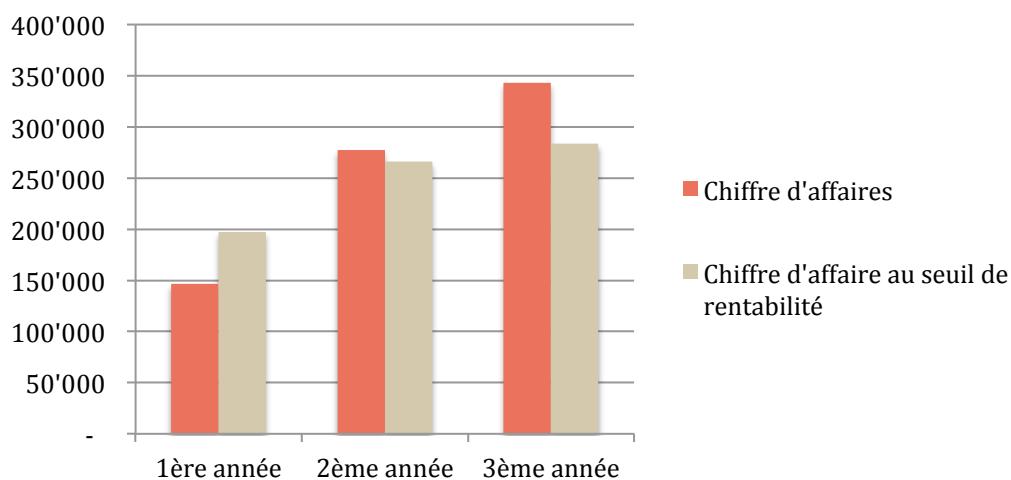
3.10.5 Bilan

À l'annexe 23 se trouve le bilan prévisionnel sur 3 ans.

3.10.6 Rentabilité

Figure 11

Chiffre d'affaires et seuil de rentabilité



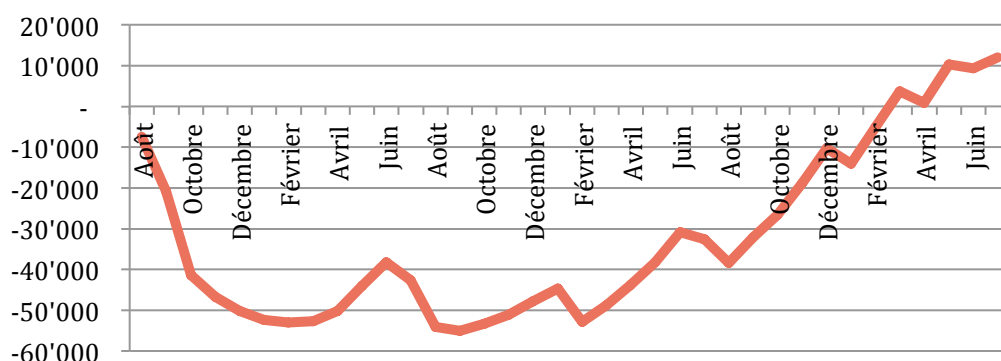
Source : BOILLAT Magali, 2014

Le chiffre d'affaires au seuil de rentabilité n'est pas atteint lors de la première année. Cependant, il est dépassé de CHF 11'419.— la deuxième année et de CHF 59'421 la troisième année (Annexe 24).

Malgré le nombre de nouveaux clients en baisse, la deuxième et troisième années, la société atteint un chiffre d'affaires important. Cela est dû aux abonnements des « anciens » membres.

Figure 12

Évolution du résultat cumulé



Source : BOILLAT Magali, 2014

Les pertes cumulées lors du premier et du deuxième exercices seront absorbées dès la fin de la troisième année, avec une tendance au bénéfice pour la suite de la société. En effet, comme mentionné auparavant, grâce au nombre de clients acquis durant les trois premières années, la société peut faire des bénéfices sans obtenir de nouveaux clients et cela dès la quatrième année. Pour prouver ce concept, j'ai simulé une quatrième année avec un chiffre d'affaires basé sur les abonnements déjà pris par les professionnels et sans compter de nouveaux clients. Comme le montre le tableau ci-dessous, sans nouveau client, la société fait un bénéfice de CHF 76'205.—, ainsi qu'un bénéfice cumulé de 88'250.—.

Tableau 20

Pertes et profits prévisionnels en année 4

Annexes	Comptes	4ème année
		CHF
	Chiffre d'affaires net HT	365'556
	- Frais Paypal	-12'448
	- Achat de SMS et de flyers HT	-25'269
	= Marge	327'839
	- Salaires	-153'705
	- Charges sociales	-52'473
	- Maintenance	-2'000
	- Loyer bureau	-4'800
	- Marketing	-10'257
	- Logiciel comptable	-635
	- Hébergement, nom de domaine	-516
	- Frais de fondation	-
	- Frais généraux	-1'620
	= EBITDA	101'833
	- Amortissement	-146
	- Frais bancaires	-80
	= Bénéfice net avant impôts	101'607
	- Impôts	-25'402
25	= Bénéfice net	76'205

88'250

Source : BOILLAT Magali, 2014

3.11 Risques

Risques technologiques

- 1. Erreurs informatiques** : la société a un service reposant exclusivement sur une structure informatique, des problèmes avec le site web, les serveurs ou la synchronisation des agendas sont donc fatals à l'entreprise. Pour éviter ce genre de problèmes, j'ai misé sur les ressources humaines, ainsi qu'une anticipation des frais de maintenance. En effet, un informaticien travaille à temps complet durant la première année de la société et, par la suite, un étudiant viendra le seconder, à partir d'août 2015. Ensuite, j'ai budgété des frais de maintenance de CHF 5'000.— la première année, afin de couvrir des frais facturés par la société informatique, si je fais appel à eux en cas de problèmes.
- 2. Piratage des données** : la protection et la sécurité des données qui transitent par le site web doivent être garanties. Comme observés lors de l'étude quantitative, près de 30% des sondés ne se sentiraient pas en confiance quant à la sécurité et la confidentialité des données. C'est la société qui crée le site web qui s'occupe de ce point-là avec la mise en place de certifications SSL (Secure Sockets Layer) (**SSL 2013**).

Risques clients

- 3. Manque de notoriété** : la société va rentrer sur le marché comme un nouvel acteur. Il est donc primordial de se faire connaître rapidement, ce qui représente un défi. Pour diminuer un maximum ce risque, j'ai mis en place un important dispositif marketing qui ciblera autant la clientèle directe qu'indirecte, lors des deux premières années.
- 4. Insatisfaction de la clientèle** : il est primordial d'offrir un service de qualité et personnalisé aux clients, afin d'éviter d'éventuels problèmes. Une proximité et une grande écoute des besoins des clients sont obligatoires venant de l'équipe de *iReserve*. Cependant, en cas de non-satisfaction d'un client, il peut bien sûr résilier son abonnement.

Risque financier

- 5. Retard ou non-paiement des clients :** le fait que des clients ne payent pas à temps est un risque pour la trésorerie de *iReserve*. C'est pourquoi des clauses sont édictées dans les contrats, afin de mentionner le risque de restriction des agendas de prise de rendez-vous en ligne en cas de non-paiement. Des rappels de paiement sont également mis en place.

Risques divers

- 6. Absence de l'informaticien :** l'informaticien est l'élément clé de *iReserve*. Une longue absence de sa part est vraiment pénalisante pour la société. À court terme, je peux faire appel à l'entreprise informatique qui crée le site web pour nous aider, mais à long terme, cela va coûter extrêmement cher. C'est pourquoi j'ai prévu d'engager un étudiant informaticien à partir de la deuxième année, afin de seconder l'informaticien en chef et de pouvoir le remplacer lorsqu'il est absent.
- 7. Nouveaux entrants sur le marché :** pour le moment, je dispose d'un avantage concurrentiel, par rapport aux autres acteurs sur le marché. Cependant, un nouvel entrant sur le marché n'est pas exclu et il faut être vigilant à l'arrivée de toutes nouvelles entreprises et garder un œil attentif sur le marché.

La matrice ci-dessous synthétise les risques énoncés :

Tableau 21

Matrice des risques

Probabilité	Quasiment certain > 90 %					
	Probable 50 – 90 %				3	
	Possible 30 – 50 %				4	1 / 6 / 7
	Peu probable 10-30 %					2
	Rare < 10 %			5		
		Non significatif	Mineur	Modéré	Majeur	Très significatif
	Impact					

Source : BOILLAT Magali,

Conclusion

Ce travail de bachelor avait les objectifs suivants :

- Par le biais d'un sondage, obtenir l'opinion de la population sur le projet ;
- Par le biais d'un sondage, obtenir l'opinion des professionnels de la santé et du bien-être sur le projet ;
- Étudier la faisabilité du projet de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels de la santé et du bien-être ;
- Déterminer si le projet pourrait être rentable ;
- Avoir toutes les clefs en main pour un possible réel démarrage de la société.

Grâce à l'étude de marché que j'ai menée auprès de la population genevoise, j'ai pu constater que 72% des personnes ciblées utiliseraient mon système de prise de rendez-vous en ligne.

Auprès des professionnels, j'ai pu obtenir leurs avis sur mon concept et j'ai eu la possibilité d'analyser leurs besoins grâce à des interviews semi-directifs.

Ces analyses de marché m'ont permis de déterminer la faisabilité du projet qui était une des questions centrales de mon travail de bachelor. Au vu de l'intérêt autant de la part de la population que des professionnels, j'estime que mon projet est tout à fait faisable du point de vue du marché et des clients. Du point de vue technique, le projet est également faisable, grâce à la création d'un site internet, ainsi que par les moyens humains et financiers que j'ai mis en place.

Enfin, la rentabilité du projet a pu être déterminée grâce à la partie financière. Malgré des pertes lors du premier exercice, la société commence à faire des bénéfices durant le second exercice et réussit à absorber sa perte cumulée lors de son troisième exercice. Grâce à un système de tarification basé sur des abonnements mensuels, un certain chiffre d'affaires est garanti sur la durée. C'est pour cela que je peux dire que la société *iReserve* est rentable.

Je peux conclure sur le fait que grâce à la création de ce business plan et des différentes analyses que j'ai pu mener, j'ai en ma possession toutes les clés en main, afin de créer cette société.

Arrivée à la fin de mon business plan, la question se pose enfin : vais-je créer la société ?

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Si je décide de me lancer, plusieurs points devront être analysés précautionneusement. Premièrement, je dois obtenir le capital de base nécessaire à la création de l'entreprise. Les possibilités qui s'offrent à moi seront sérieusement analysées. En effet, il existe de nombreuses alternatives comme les économies personnelles ou familiales, les concours comme Genilem ou les prêts bancaires ou d'investisseurs privés.

Deuxièmement, le choix de l'informaticien sera crucial lors des débuts de la société, car comme je l'ai dit plus haut, ses compétences techniques seront essentielles à la bonne marche du projet.

Une fois ces deux conditions réunies, je me lancerai dans la création de cette start-up.

Bibliographie

Ouvrages et documents référencés

JOHNSON, Gerry, SCHOLE, Kevan, WHITTINGTON, Richard. FRERY, Frédéric, 2008. *Stratégie*. 8^{ème} édition. Paris : Editions Pearson Education. ISBN : 978-2-7440-7276-5.

AURIER, Philippe, 2007. *Pratique des études de marché, outils du diagnostic marketing*. Paris : Economica.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane, DUBOIS, Bernard, MANCEAU Delphine, 2006. *Marketing Management*. 12^{ème} édition. Paris : Editions Pearson Education. ISBN : 978-2-7440-7143-0.

HERVE-BAZIN, Grégoire, 2008. Mesurer un phénomène dans une population : le principe du sondage. *Le monde des études* [en ligne]. 1^{er} décembre 2008. [Consulté le 23 janvier 2014]. Disponible à l'adresse : <http://lemondedesetudes.fr/le-principe-du-sondage/>

ÉCHANTILLON (Statistique). *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 11 septembre 2013 à 20:22. [Consulté le 23 janvier 2014]. Disponible à l'adresse : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Échantillon_\(statistiques\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Échantillon_(statistiques))

OFFICE CANTONAL DE LA STATISTIQUE (OCSTAT), 2013. Statistiques cantonales : état de la population. *Canton de Genève* [en ligne]. 26.02.2013. [Consulté le 27 janvier 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/statistique/domaines/01/01_02_1/tableaux.asp#3

OFFICE CANTONAL DE LA STATISTIQUE (OCSTAT), 2010. Statistiques cantonales : activités professionnelles et temps de travail. *Canton de Genève* [en ligne]. 29.10.2010. [Consulté le 28 janvier 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/statistique/domaines/03/03_02/tableaux.asp#4

OFFICE CANTONAL DE LA STATISTIQUE (OCSTAT), 2012. Statistiques cantonales : Pharmacies, médecins, dentistes et autres prestations médicales. *Canton de Genève* [en ligne]. 09.10.2013. [Consulté le 27 janvier 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/statistique/domaines/14/14_02_2/tableaux.asp#3

CONFEDERATION SUISSE, 2014. *Zefix* [en ligne]. [Consulté le 14 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://zefix.admin.ch/>

RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE, 2014. Guide du créateur d'entreprise. *Ge.ch* [en ligne]. 24 mai 2014. [Consulté le 25 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <https://ge.ch/ecoguichetpmpmi/content/guide-du-créateur-dentreprise>

AGENDA, 2014. *Agenda* [en ligne]. [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <https://agenda.ch>

MEDIKAL, 2014. *Medikal* [en ligne]. 18 mars 2014. [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.medikal.ch/fr/>

NETAGENDA, 2013. *Netagenda* [en ligne]. 2013 [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.netagenda.com>

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

MINDBODY, 2014. Mindbodyonline [en ligne]. [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <https://fr.mindbodyonline.com/>

MEDES, 2014. *Medes* [en ligne]. 8 avril 2014. [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.medes.ch>

SERVICE AT HOME, 2014. *Service at home* [en ligne]. [Consulté le 21 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.serviceathome.com/>

SIWELL, 2014. *Siwell* [en ligne]. [Consulté le 18 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://siwell.ch/>

FONDETEC, 2014. *Fondetec* [en ligne]. [Consulté le 23 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://fondetec.ch>

FULL PRINT, 2014. Flyers et impressions Genève. *Full Print* [en ligne]. [Consulté le 19 mai 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.fullprint.ch/fr/produits/impression_flyer.htm

TPG PUB, 2014. *TPG Pub* [en ligne]. [Consulté le 23 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.tpgpub.ch/>

MEDIA ONE CONTACT, 2014. Media One [en ligne]. [Consulté le 23 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediaone.ch/>

Ordonnance du 3 décembre 1954 sur les émoluments en matière de registre du commerce (RS 221.411.1). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 3 décembre 1954. Mise à jour le 1^{er} janvier 2008 [Consulté le 19 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19540224/index.html>

ASSOCIATION DES MEDECINS DU CANTON DE GENEVE (AMGE), 2014. *La Lettre de l'AMG*. Association des Médecins du canton de Genève [en ligne]. [Consulté le 23 avril 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.amge.ch/documents/la-lettre-de-lamg/>

SMSFACTOR, 2014. *Plateforme SMS & Marketing Mobile* [en ligne]. [Consulté le 10 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.smsfactor.ch/>

FÉDÉRATION DES ENTREPRISES ROMANDES, 2014. *Fédération des entreprises romandes* [en ligne]. [Consulté le 19 mai 2014]. Disponible à l'adresse : www.fer-ge.ch/

CONFÉDÉRATION SUISSE, 2011. Notices. *Administration fédérale des contributions AFC* [en ligne]. 17 mai 2011. [Consulté le 19 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.estv.admin.ch/bundessteuer/dokumentation/00242/00382/index.html?lang=fr>

SSL, 2013. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 12 mars 2013 à 15:24. [Consulté le 22 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://fr.wikipedia.org/wiki/SSL>

OLSSON, Hasse, 2001. StethoScope.zip. *TurboSquid* [en ligne]. 26 novembre 2001. [Consulté le 19 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.turbosquid.com/FullPreview/Index.cfm/ID/157922>

SILVESTIK, 2011. De l'envie d'être zen chez soi... Do it yourself! *I want to believe...* [en ligne]. 30 novembre 2011. [Consulté le 19 mars 2014] Disponible à l'adresse : <http://cedwanttobelieve.canalblog.com/archives/2011/11/30/22849899.html>

LITTLE ISIS, 2013. End of year calendar reminder. Cat Blogosphere [en ligne]. 30 décembre 2013. [Consulté le 19 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.blog.catblogosphere.com/end-of-year-calendar-reminder/>

Ouvrages et documents consultés

FRAGNIERE, Emmanuel, TUBEROSA, Jean, MORESINO, Francesco, TURIN, Nathalie, 2013. *L'Étude de marché en pratique*. Bruxelles : De Boeck. ISBN : 978-2-8041-7498-9.

STUTELY, Richard, 2008. *Business Plan*. 2^{ème} édition. Paris : Editions Pearson Education. ISBN : 978-2-7440-6358-9.

h e g

Haute école de gestion
Genève

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

CAHIER DES ANNEXES



Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Magali BOILLAT

Conseillère au travail de Bachelor :

(Corinne DESJACQUES, Chargée d'enseignement HES)

Genève, le 14 juin 2014

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière économie d'entreprise

Table des matières

TABLE DES MATIÈRES	II
ANNEXE 1 QUESTIONNAIRES	4
QUESTIONNAIRE À LA POPULATION	4
SCHÉMATISATION	9
QUESTIONNAIRE AUX PROFESSIONNELS	10
ANNEXE 2 RÉSUMÉ DES PERSONNES INTERVIEWÉES	11
ANNEXE 3 RETRANSCRIPTIONS DES INTERVIEWS	13
PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ	13
PROFESSIONNELS DU BIEN-ÊTRE	35
ANNEXE 4 GRILLES D'ANALYSE DU SONDAGE QUALITATIF	45
ANNEXE 5 RÉSULTATS DU SONDAGE QUANTITATIF	53
ANNEXE 6 EXTRAIT DU REGISTRE DU COMMERCE POUR LA DISPONIBILITÉ DU NOM	54
ANNEXE 7 PÉPINIÈRE D'ENTREPRISE	55
ANNEXE 8 CAHIER DES CHARGES DES EMPLOYÉS DE <i>IRESERVE ET ORGANIGRAMME</i>	56
ANNEXE 9 OFFRE COLLECTIVE MEDIA	57
ANNEXE 10 ENTRETIEN AVEC L'INFORMATICIEN DE CITÉ GÉNÉRATION	60
ANNEXE 11 ENTRETIEN AVEC UN COACH UTILISANT <i>MINDBODY</i>	61
ANNEXE 12 FLYER AUX PROFESSIONNELS	63
ANNEXE 13 MARKETING GÉNÉRAL VS MARKETING PERSONNEL	64

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

ANNEXE 14 FLYER DU PROFESSIONNEL À LA POPULATION	65
ANNEXE 15 PLAN DE COMMUNICATION SUR 3 ANS	66
ANNEXE 16 PLAN D'INVESTISSEMENTS ET AMORTISSEMENTS	68
ANNEXE 17 ESTIMATION DU NOMBRE DE NOUVEAUX CLIENTS DE AOÛT 2014 À JUILLET 2017	69
ANNEXE 18 ANTICIPATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DE AOÛT 2014 À JUILLET 2017	71
ANNEXE 19 SALAIRES ET CHARGES SOCIALES	72
ANNEXE 20 FRAIS GÉNÉRAUX	74
ANNEXE 21 PERTES ET PROFITS PRÉVISIONNELS PAR MOIS	75
ANNEXE 22 FLUX DE TRÉSORERIE PRÉVISIONNELS PAR MOIS	77
ANNEXE 23 BILANS PRÉVISIONNELS PAR ANNÉE	78
ANNEXE 24 CHIFFRE D'AFFAIRES AU SEUIL DE RENTABILITÉ	79
ANNEXE 25 PERTES ET PROFITS EN ANNÉE 4 PAR MOIS	80

Annexe 1

Questionnaires

Vous pouvez voir ci-dessous, les questionnaires tels qu'ils ont été présentés aux individus composant chaque échantillon. Pour le sondage à la population, le questionnaire se compose de plusieurs « Fenêtres » afin qu'en fonction des réponses des individus, d'autres questions plus précises apparaissent. Vous trouverez ci-après un schéma expliquant précisément le fonctionnement du questionnaire.

1. Questionnaire à la population

Fenêtre 1

*À quelle fréquence prenez-vous rendez-vous chez un médecin (toutes spécialités confondues) ? **

- 0 ou 1 fois dans l'année
- 2 à 5 fois dans l'année
- 6 à 11 fois dans l'année
- 1 fois par mois ou plus

*Via quel moyen principal les contactez-vous ? **

- Téléphone
- Internet
- E-mail
- Pas de contact

*Rencontrez-vous des problèmes pour les contacter ? **

- Oui
- Non

Fenêtre 2

*Quel genre de problème rencontrez-vous pour contacter des médecins ? **

Plusieurs problèmes possibles

Fenêtre 3

*À quelle fréquence prenez-vous rendez-vous chez un spécialiste du bien-être (esthéticienne, coiffeur, ongles, massage, instituts, etc.) **

- 0 ou 1 fois dans l'année
- 2 à 5 fois dans l'année
- 6 à 11 fois dans l'année
- 1 fois par mois ou plus

*Via quel moyen principal les contactez-vous ? **

- Téléphone
- Internet
- E-mail
- Pas de contact

*Rencontrez-vous des problèmes pour les contacter ? **

- Oui
- Non

Fenêtre 4

*Quel genre de problème rencontrez-vous pour contacter des spécialistes du bien-être ? **

Fenêtre 5

*Trouvez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne serait un bon concept ? **

- Oui
 Non

*L'utiliserez-vous ? **

- Oui
 Non

*Vous sentiriez-vous en confiance quant à la protection des données ? **

- Oui
 Non

*Utiliserez-vous ce système, afin de trouver un NOUVEAU professionnel de la santé et du bien-être ? **

- Oui
 Non

*Selon vous, quels seraient les avantages de cette plateforme ? **

Plusieurs réponses possibles

- Gain de temps
 Prise de rendez-vous à n'importe quel moment
 Vue d'ensemble du planning avec les disponibilités
 Moins de gêne pour parler des problèmes
 Possibilité de trouver un nouveau professionnel
 Aucun
 Autre :

*Selon vous, quels seraient les inconvénients de cette plateforme ? **

Plusieurs réponses possibles

- Sécurité/Confidentialité
 Absence d'interaction humaine
 Je n'ai pas accès à internet
 Aucun
 Autre :

*Seriez-vous prêt à payer pour ce système ? **

- Oui
 Non

Fenêtre 6

*Combien seriez-vous prêt à payer pour ce système ? **

Abonnement à l'année

- de 1 à 20 CHF
- de 21 à 50 CHF
- de 51 à 100 CHF
- Plus de 100 CHF

Fenêtre 7

Commentaires et suggestions

facultatif

*Quel est votre sexe ? **

- Homme
- Femme

*Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? **

- 18 - 24 ans
- 25 - 34 ans
- 35 - 44 ans
- 45 - 54 ans
- 55 - 64 ans
- 65 ans et plus

*Votre code postal **

À quelle catégorie socioprofessionnelle appartenez-vous ? *

- Étudiant
- Sans emploi
- Profession libérale
- Cadre
- Employé
- Indépendant
- Retraité
- Autre :

Quelle est votre profession ? *

Quelle est votre situation matrimoniale ? *

- Célibataire
- En couple
- Marié
- Divorcé
- Veuf

Avez-vous des enfants ? *

- Oui
- Non

Si oui, combien ?

Fenêtre 8

Sondage à la population sur la prise de rendez-vous

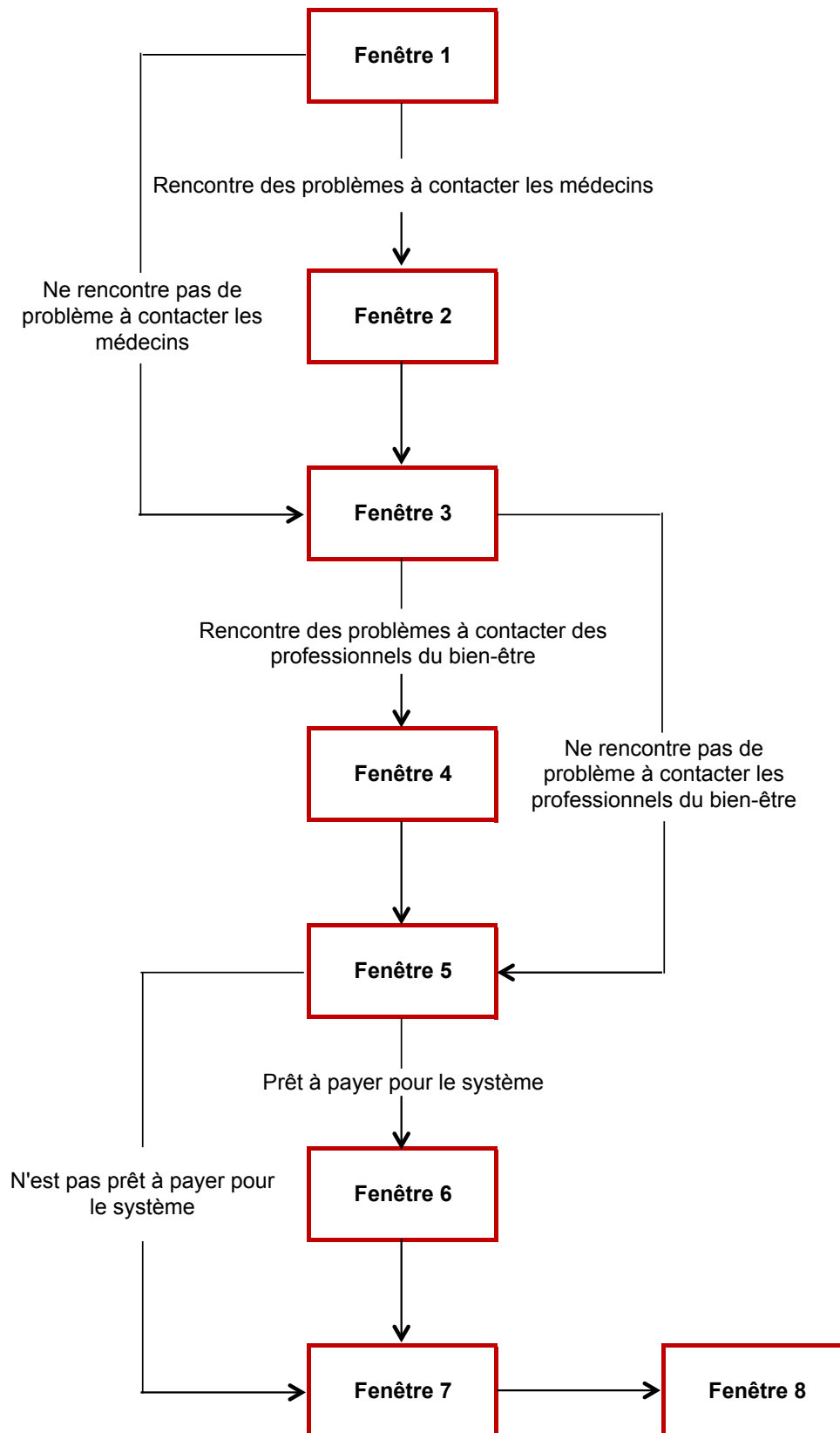
Votre réponse a bien été enregistrée.

[Envoyer une autre réponse](#)

[Créer votre propre formulaire](#)

Google Drive

1.1 Schématisation



2. Questionnaire aux professionnels

Les questions ci-dessous peuvent avoir été posées de façons différentes selon l'interview et le fil de discussion avec le professionnel.

Question 1

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet/institut ?

Question 2

Que pensez-vous d'un système de prise de rendez-vous en ligne ?

Question 3

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les patients ?

Question 4

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé ?

Question 5

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de patients ?

Question 6

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

Question 7

Question sur la tarification.

Annexe 2

Résumé des personnes interviewées

Profession	Domaine	Date	Retran- scription
Chirurgien	Santé	10 mars	Non
Radiologue	Santé	12 mars	Oui
Chirurgien et médecin généraliste	Santé	12 mars	Oui
Ophtalmologue	Santé	12 mars	Oui
Psychiatre et psychanalyste	Santé	13 mars	Oui
Directrice centre de prévention du cancer du sein	Santé	17 mars	Non
Rhumatologue	Santé	17 mars	Oui
ORL et chirurgien	Santé	17 mars	Oui
Interniste	Santé	18 mars	Oui
Urgentiste	Santé	18 mars	Non
Directeur d'une clinique privée	Santé	18 mars	Non
Psychiatre	Santé	19 mars	Non
Chirurgien orthopédiste	Santé	19 mars	Oui
Adjoint de l'administrateur en charge de la gestion administrative aux HUG	Santé	19 mars	Non
Médecin généraliste	Santé	19 mars	Non
Hypnothérapeute	Bien-être	19 mars	Oui
Gynécologue	Santé	20 mars	Non
Médecin généraliste retraité	Santé	24 mars	Non
Psychiatre	Santé	24 mars	Oui
Ophtalmologue	Santé	24 mars	Oui

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Dermatologue	Santé	24 mars	Oui
Médecin et responsable du réseau de soin DELTA	Santé	24 mars	Non
Cardiologue	Santé	24 mars	Oui
Secrétaire aux HUG	Santé	25 mars	Non
Directeur institut de beauté	Bien-être	25 mars	Non
Interniste	Santé	25 mars	Non
Pneumologue	Santé	25 mars	Non
Directrice centre d'amincissement	Bien-être	26 mars	Oui
Directeur d'un fitness	Bien-être	26 mars	Oui
Gynécologue	Santé	31 mars	Non
Directeur centre esthétique	Bien-être	31 mars	Oui
Chirurgien orthopédiste	Santé	1 ^{er} avril	Non
Cardiologue	Santé	1 ^{er} avril	Non
Oncologue	Santé	1 ^{er} avril	Non
Directeur d'un salon de coiffure	Bien-être	2 avril	Non
Cardiologue	Santé	2 avril	Non
Esthéticienne	Bien-être	29 avril	Oui
Coiffeuse	Bien-être	4 mai	Oui

Annexe 3

Retranscriptions des interviews

1. Professionnels de la santé

RADIOLOGUE EN CLINIQUE PRIVÉE, HOMME DE 50 ANS

Entretien du 12.03.14

Comment se passe la prise de rendez-vous dans le service de radiologie ?

« Les réceptionnistes gèrent entre environ 120 et 140 rendez-vous par jour et ont un agenda informatique qui nous permet de distribuer les rendez-vous entre les médecins et sur une dizaine de salles différentes. C'est la société Dapsys qui gère les questions informatiques de la clinique des Grangettes.

Soit c'est les patients qui prennent eux-mêmes rendez-vous par téléphone, soit c'est les confrères. [...]

[...] Il manque une certaine simplicité pour la prise de rendez-vous [...] ».

Que pensez-vous d'un système de prise de rendez-vous en ligne ?

« Je serais assez intéressé à l'utiliser, mais à condition qu'il soit bien rodé. De plus, il faut pouvoir placer les rendez-vous au bon endroit. Il faudra mettre un questionnaire en ligne pour le client, afin que la secrétaire puisse placer les rendez-vous. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les patients ?

« Ça peut être utile, si l'outil n'est pas trop compliqué. Comme la réceptionniste doit poser de nombreuses questions pour que le rendez-vous soit donné, il faudrait que le système fasse de même. Il faudrait donc une procédure très rigide.

Les produits qu'on nous a présentés jusqu'à présent nous faisaient peur de ce côté-là.

[...] Les désavantages d'un tel système sont la complexité et le côté impersonnel pour le patient. Pour le médecin, le côté impersonnel est moins grave. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé ?

« Ce système pourrait bien sûr décharger les réceptionnistes. L'avantage de ce système serait de faire des économies sur le staff ou permettre aux employés de faire d'autres tâches. »

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de patients ?

« Nous avons toujours besoin de faire augmenter le nombre de patients, mais je ne saurais pas vous dire s'il peut le faire augmenter. S'il est bien fait, c'est possible, mais nous n'avons pas fait d'étude de marché sur les patients et leurs attentes pour la prise de rendez-vous pour la radiologie. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, c'est sûr, mais s'il est bien rôdé. [...] »

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet ?

« C'est ma secrétaire qui s'occupe de la prise de rendez-vous. En général, soit les patients viennent en urgence, soit ils téléphonent.

Nous avons un logiciel et selon les plaintes du patient, les secrétaires l'orientent vers le spécialiste adéquat, sauf si le patient demande un médecin précis.

[...] Concernant notre système, on est satisfait quand la réceptionniste est au top, mais on l'est moins quand elle est malade, fatiguée, etc. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, bien sûr ça peut être utile, mais cela dépend comment il va fonctionner. S'il est performant, c'est sûr que c'est utile.[...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Très utile même. Je pense que les avantages sont surtout la régularité, la fiabilité et la suppression d'imprévu. Cependant, il manque le côté relationnel, car les secrétaires qui sont ici depuis longtemps connaissent bien les patients. [...] »

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de clients/patients ?

« [...] Je ne peux pas me prononcer sur ce point-là. Je pense que si les gens vont vers un centre médical, c'est parce qu'ils n'ont pas le choix, pour une urgence ou qu'ils ont leur médecin. [...] »

Mais vous avez raison sur le fait que si la ligne est occupée, les patients peuvent perdre patience et raccrocher pour ensuite se tourner vers un autre centre. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Si on m'apprend oui. [...] »

OPHTALMOLOGUE, FEMME DE 62 ANS

Entretien du 12.03.14

Comment se passe la prise de rendez-vous à votre cabinet ?

« C'est ma secrétaire qui gère cette partie grâce à un agenda papier. Les patients passent par le téléphone, sauf pendant les vacances où nous avons un secrétariat externe qui prend les rendez-vous et qui peut nous atteindre s'il y a un problème avec un patient.

Je pense que ma solution de prise de rendez-vous n'est pas parfaite, mais cela me convient. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Pour certains, certainement. Pour ceux qui viennent pour des contrôles réguliers et qui se débrouillent bien avec l'informatique, c'est certainement utile, car les lignes sont souvent occupées. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Pour moi personnellement, je ne vais pas changer. Étant donné que je suis en fin de carrière, je pense que ça ne vaut pas la peine de faire un aussi grand changement.

Cela dit, ça permettrait de décharger le secrétariat, car quand le patient arrive il y a d'autres tâches administratives à faire. Ça permet également un contact plus rapide et des rendez-vous plus rapides.

Mais parfois, certains patients demandent des conseils. De plus, la secrétaire peut faire des rappels aux patients, comme amener la carte d'assuré, d'enlever les lentilles de contact, etc. Mais cela pourrait être noté sur le site, de pouvoir mettre des conseils et des rappels. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Non, pour les raisons évoquées précédemment. »

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet ?

« Le problème c'est que les gens qu'on connaît depuis longtemps, qu'on les connaît bien et qu'on les suit, des fois il y a des urgences on sait qu'ils doivent avoir un rendez-vous rapidement. Après on a des patients qu'on ne connaît pas où il n'y a pas d'urgence. Voilà, chez nous il y a ces urgences et l'assistante est capable de les gérer.

Pour les gens que je connais, ils ont des rendez-vous rapidement quand ils ont besoin. Pour les nouveaux patients, je n'en prends pas trop, car j'ai déjà pas mal de patients. Mais si c'est envoyé par un autre médecin, l'indication à un rendez-vous urgent est plus adaptée. Par contre, si le patient ne vient pas d'un autre médecin, j'appelle et nous discutons au téléphone, mais on ne donne pas forcément un rendez-vous, on va plus donner le nom d'un autre confrère. [...] Cela dépend vraiment du problème.

Notre assistante s'occupe de la prise de rendez-vous via un logiciel, Mediway, où on peut directement aller sur le dossier du patient ».

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, il y a des patients qui font tout sur internet et qui préféreraient prendre leurs rendez-vous sur internet et peuvent également changer leur rendez-vous. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Pour moi, non. »

Selon vous, quels seraient vos avantages à utiliser ce système ?

« Actuellement, étant donné que j'ai une assistante personnelle, je n'ai jamais entendu un patient se plaindre de n'avoir pas pu me joindre. Après, pour les gens qui travaillent et qui n'ont pas le temps de prendre rendez-vous, c'est utile, mais cela ne représente que 10% de mes patients ».

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Il faut avoir un contact au téléphone pour jauger la situation. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Non, pour les raisons citées auparavant. [...] »

ORL ET CHIRURGIEN, HOMME 47 ANS

Entretien du 17.03.14

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet ?

« [...] Je trouve qu'il y a une réelle perte de temps et d'argent, à cause d'un manque d'orientation des patients. Je viens d'avoir un cas : un patient qui saigne du nez, il va venir chez moi au cabinet et je ne vais rien pouvoir faire, car ce ne sont pas des choses qu'on fait au cabinet. Nous sommes obligés d'envoyer le patient soit à l'hôpital, soit en clinique privée, donc c'est une perte de temps et d'argent pour le patient, car il va consulter et on va facturer la consultation. Alors si le patient nous envoie un mail avec la demande de rendez-vous, avec ses problèmes, moi je peux voir et l'envoyer directement là où il doit aller. Cela lui fait gagner du temps.

Je pense que les patients recherchent des médecins qui les prennent très au sérieux, c'est-à-dire que même s'il a une petite chose, il attend une attention. Mais on ne peut pas accorder cette attention à tout le monde. Donc si je peux faire un premier filtre en prodiguant des conseils avant que le patient vienne me voir, ça serait super.

Je pense que l'agenda va me rendre service, grâce aux commentaires des patients, et moi je vais rendre service au patient. On est les deux gagnants, parce qu'on travaille pour la sécurité du patient.

[...] Moi, je suis vraiment ouvert. Lorsque vous aurez fini votre bachelor vous reviendrez me voir et je suis partant. [...]

Je pense qu'on est dans une transition et que bientôt il n'y aura plus aucun téléphone. [...]

Pour le moment c'est ma secrétaire qui s'occupe de la prise de rendez-vous via un programme appelé Mediway qui regroupe la gestion des rendez-vous et également la gestion des données clients. Les patients passent par le téléphone, parce que je n'ai pas encore testé le concept de prise de rendez-vous par internet. Mais il y en a beaucoup. Par exemple, j'ai pas mal de patients qui viennent des Nations Unies, ce sont des gens qui sont tous avec leur ordinateur.

Quand on a une secrétaire qui travaille que pour le cabinet, c'est un service personnalisé. Si vous n'êtes pas content d'elle, vous allez la remplacer. Donc

aujourd'hui, je peux dire que je suis satisfait, car j'ai une personne en qui j'ai confiance. Mais quand vous avez un programme qui répond au souhait du patient comme le vôtre, c'est encore mieux, car ça libère votre assistante pour d'autres tâches ».

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, car notre objectif est le bien-être du patient. Dans notre métier, l'éthique est primordiale et quand on dit éthique on parle du respect du patient. On a donc une approche qui est le patient et son intérêt et notre but est de soigner sa maladie. Donc tout ce qui va dans ce sens est le bienvenu. [...] Donc si vous me dites qu'en me vendant ce logiciel c'est un plus pour le patient, je vous assure que je le ferai. Même si l'État ou les caisses maladies ne le prennent pas en charge. Du temps que cela améliore le confort du patient, je serais heureux, car je vais établir la confiance entre lui et moi.

Ensuite, le fait que le patient n'ait pas à attendre, car les secrétaires sont souvent occupées avec d'autres patients est vraiment un plus et un argument à faire valoir. [...]

Il y a des interactions avant que le patient arrive, une orientation et peut-être même pouvoir préparer la consultation. On pourrait peut-être envoyer un patient faire une radiologie avant la consultation, sur la base des symptômes du patient. Cela fera gagner beaucoup de temps au patient. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Je pense que cela ferait gagner beaucoup de temps à la secrétaire, car ce ne sont pas juste des téléphonistes et mes assistantes s'occupent également de la préparation des instruments, d'autres tâches administratives, etc. ».

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« On va vous dire que le contact humain est important, mais moi je ne suis pas d'accord, car il faut toujours rester humble et accepter la modernisation et dire qu'on peut toujours recevoir le patient et l'examiner. Mais c'est un outil de travail qui sera utilisé dans certaines situations bien précises, c'est-à-dire qu'avec le

temps on saura placer cet outil et l'utiliser à bon escient. Le contact humain est toujours là. »

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de clients/patients ?

« Ce n'est pas dans notre code d'éthique. Le plus important est la confiance et la proximité entre le patient et son médecin. »

Voyez-vous un inconvénient d'être sur la même plateforme que d'autres types de spécialistes ?

« Non, cela ne me dérange absolument pas, car je dis toujours que la confiance se mérite et il ne faut pas avoir peur et se mettre au même niveau que tout le monde. Il faut un équilibre entre les nouveaux et les anciens médecins. Mais si vous restez retiré, ce n'est pas bien, il faut rester ouvert, car cela vous stimule. »

Question sur la tarification

« Ce que je vous conseille est de bien développer votre projet et de l'essayer dans 1 ou 2 cabinets, et lorsque votre service est bien prêt de le fournir contre paiement et de ne pas faire de service gratuit.

Grâce aux nombreux modules que vous allez offrir, votre programme va se faire connaître rapidement et je peux vous dire que c'est ça qui va vous permettre de gagner du terrain.

Il faut vraiment vendre un service correct. Une fois que vous êtes engagé avec un cabinet, il faut que vous soyez très proche.

Ce que je ferais, c'est que je le développe avec 2-3 cabinets qui sont d'accord de mettre au point votre programme et cela sera votre meilleure carte de visite. Et si cela marche, moi je peux vous dire que j'ai des collègues qui seraient très intéressés à faire gagner 50% du temps à leur secrétaire. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, bien sûr. »

Quels seraient les modules indispensables pour vous ?

« Les demandes d'urgences à valider par le médecin, vidéoconférence, rubrique pour entrer en contact avec le patient si cela est possible, car je suis persuadé que cela peut faire gagner du temps au patient. L'orientation du patient est très importante. »

Remarques ou commentaires

« Il faut vraiment que vous fassiez quelque chose qui vous distingue des autres programmes.

J'attends avec intérêt ce que vous allez développer. [...] »

MÉDECIN INTERNISTE, HOMME DE 64 ANS
Entretien du 18.03.14

Comment se passe la prise de rendez-vous ?

« Cela se fait par téléphone. Nous avons trois assistantes qui se relayent pour s'occuper des téléphones. Il faut toujours au moins une assistante qui soit disponible pour le téléphone, mais les gens se plaignent toujours de ne pas pouvoir nous atteindre. Mais l'avantage, c'est que les assistantes connaissent bien les patients et qu'elles peuvent juger le degré d'urgence. De plus, étant donné que ce sont des assistantes médicales, elles sont formées pour faire un brin d'anamnèse au téléphone.

Ce qui prend du temps aux assistantes, ce n'est pas forcément la prise de rendez-vous, mais surtout les questions des patients qui partent en vacances par exemple et qui cherchent des informations sur les vaccins. Maintenant, j'ai transmis mon mail aux patients pour qu'ils puissent me poser des questions, mais au lieu que ce soit les assistantes qui gèrent cela, c'est moi qui le fais, car elles n'ouvrent pas mes mails. »

Le médecin me lit ensuite un mail qu'il a reçu d'un patient lui demandant un rendez-vous et en lui proposant plusieurs dates possibles : « Cette situation, c'est du boulot en plus et qui prend du temps. »

« J'ai donc créé il y a quelques années le secrétariat externe, Medes, avec trois copains qui n'avaient pas l'argent pour se payer une secrétaire. Mais j'ai abandonné, car les gens pensaient que je me faisais de l'argent sur la médecine. De plus, je trouve que maintenant les télésecrétaires de Medes ne sont pas correctes en n'annonçant pas le fait qu'elles soient externes au cabinet. [...]

Mon système actuel est loin d'être bien à 100%, car il y a pratiquement toujours quelqu'un qui vient le mauvais jour ou à la mauvaise heure. En plus, nous sommes deux médecins, donc il y a parfois des erreurs d'agenda, même si les assistantes sont excellentes. C'est inévitable. Il y a donc souvent des erreurs. Votre système servirait donc à les seconder. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, surtout la génération après moi. [...] »

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Oui, pour éviter les erreurs surtout. Cela serait un bon complément. Un gain de temps pour une certaine partie des demandes. [...] »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Le contact ne sera plus là. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Comme je ne suis pas loin de la retraite, je ne me verrais pas me lancer dans un nouveau projet comme cela. Mais je pense vraiment que votre concept à un sens. Et je pense que le côté interactivités est quelque chose à développer, car ce n'est pas aussi simple de juste prendre un rendez-vous. Il y a parfois des filtres à faire pour se rendre compte que le rendez-vous n'est pas nécessaire. [...] »

Que pensez-vous du système de prise de rendez-vous en ligne ?

« Je pense que c'est clairement la musique d'avenir, car le travail des assistantes médicales devient relativement lourd. Pour la gestion des rendez-vous, à partir du moment où vous avez un cabinet qui tourne avec beaucoup de patients, plus les années avancent, plus cela devient lourd, pour moi en tout cas. Je me dis donc que cela ne serait pas une mauvaise idée. Après, en application, il faudrait se poser la question de ce qu'on pourrait faire, ce qui est possible, etc. Concernant le système de filtre pour les anciens/nouveaux patients, je pense que le système devrait reconnaître le nom du patient et si c'est un ancien patient, alors c'est bon. Pour les nouveaux patients, ils ne pourraient pas passer par le système de prise de rendez-vous en ligne, mais par le secrétariat.

Je pense aussi que pour tout ce qui est esthétique, c'est très bien. Pour le côté médical, c'est plus compliqué, car le patient ne pourrait pas prendre rendez-vous pour une intervention chirurgicale.

Ensuite, cela doit rester un système de rendez-vous pour les contrôles. Pour les urgences, on doit passer par le secrétariat. Donc je pense que le système peut être un bon complément et je suis en train de travailler dans ce sens, car je refais mon site web et je pense que je vais mettre une grille de rendez-vous, mais pour tout ce qui est esthétique. »

Comment se passe la prise de rendez dans votre cabinet ?

« Mon assistante s'occupe de la prise de rendez-vous, via un logiciel (Psypy), depuis 2008. On fonctionne de plus en plus par e-mails. Les patients ont pris l'habitude de m'envoyer un e-mail en me demandant un rendez-vous selon leurs disponibilités. De plus, c'est un très bon système, car ils peuvent nous envoyer une photo. Avec ces informations, mon assistante peut déjà faire un tri.

De plus, notre discussion par e-mail est assez intéressante, car on peut dire soit que c'est une urgence et on doit voir le patient rapidement, soit on va temporiser ou prescrire quelque chose au patient en attendant. Donc on peut déjà pas mal agir. Et je trouve que cela répond déjà pas mal à la demande des patients. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, c'est la musique d'avenir. Il y aura toujours des personnes qui n'utilisent pas internet, comme les personnes âgées, mais celles-ci viennent directement au cabinet, s'ils n'arrivent pas à nous joindre. Donc, je trouve qu'il faut mettre à disposition différents moyens de nous joindre. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Pour les assistantes, ce serait une décharge. Au début peut-être pas, car du temps que les patients prennent l'habitude de prendre en ligne, cela prendra du temps. Mais c'est un gain de temps autant pour moi que pour le patient. [...] »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Il n'est pas évident de déterminer le niveau d'urgence. Le patient n'arrive pas à déterminer lui-même si c'est urgent ou pas. [...] »

De plus, le temps de rendez-vous n'est pas le même suivant les patients. Donc, c'est difficile d'ajuster ce point-là.

Ces deux points seraient les seuls bémols du système. »

Voyez-vous un inconvénient d'être sur la même plateforme que d'autres types de spécialistes ?

« Non [...]. Après, il y a des spécialistes qui vont moins bien tourner et il peut y avoir de la concurrence à ce niveau-là. Moi, cela ne me concerne pas étant donné que je suis surbookée. Mais je peux imaginer qu'un médecin qui n'a pas autant de travail puisse être remis en question. »

Questions tarifations :

« Il faudrait que le système marche parfaitement lorsque je le mets en place. Je ne souhaite pas être cobaye, car j'ai déjà vécu une situation similaire et cela a été très dur. [...] »

Je pense qu'un logiciel qui se met sur le marché doit faire un petit effort financier au départ, pour rentrer sur le marché. Une fois bien implanté, on peut imaginer que le tarif soit normal.

À un moment je me suis demandé s'il fallait que j'engage une téléphoniste et je me suis dit que non, car cela allait être des frais pour moi et qu'elle serait juste là pour dire que je ne prends pas de nouveaux patients. Donc cela me ferait perdre de l'argent et ce ne serait pas au bénéfice du patient. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Moi je dis que c'est la musique d'avenir, mais cela dépend du coût et des conditions pour tout de même garder un certain contrôle sur cette prise de rendez-vous. »

Quels seraient les modules indispensables pour vous ?

« Il faudrait que le système puisse repérer les anciens patients des nouveaux, étant donné que moi je ne peux pas prendre de nouveaux patients, à moins qu'ils me soient adressés par un confrère.

De plus, cela peut être intéressant que les patients puissent mettre une photo en faisant leur demande de rendez-vous.

Le fait que la secrétaire doit valider serait quelque chose d'intéressant. Et il faudrait que le patient joigne une adresse email pour pouvoir confirmer le rendez-vous.

Il serait peut-être également intéressant de pouvoir mettre en place des rappels de rendez-vous pour que les personnes atteintes d'une certaine maladie n'oublient pas de prendre rendez-vous tous les 3 ou 6 mois.

Enfin, si je mets en place une prise de rendez-vous en ligne, il faut évidemment que cela soit synchronisé avec l'agenda du cabinet. [...] »

CARDIOLOGUE, HOMME DE 56 ANS
Entretien du 24 mars 2014

Est-ce que la prise de rendez-vous en ligne serait faisable dans le domaine de la cardiologie ?

« On voit ça de plus en plus. Par exemple, lorsque j'ai dû faire des vaccins avant de partir en vacances, j'ai pu prendre rendez-vous en ligne à la polyclinique. [...] Je pense que c'est intéressant pour des cabinets de groupe. Pour moi, étant donné que je suis un spécialiste hospitalier, j'ai peu de disponibilité de consultations et je dois déjà sélectionner les patients que je prends. Donc en ce qui me concerne, cela n'a pas beaucoup d'intérêt. En plus, je fixe mes rendez-vous d'année en année, ce qui signifie que mon agenda de l'année est déjà plein pour 2015. [...] »

Comment se passe la prise de rendez-vous

« Moi je suis un peu vieille méthode, on a des agendas papier. [...] Ça fonctionne assez bien ».

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Je pense qu'il y a une forte demande pour la prise de rendez-vous en ligne. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Pas pour moi, mais peut-être pour les plus jeunes médecins qui s'installent et qui recherchent de la clientèle. [...] »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« [...] Je n'en vois pas tellement. J'imagine que si vous faites les choses bien, ça pourrait très bien marcher. [...] »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Pour moi cela ne serait pas utile. Mon agenda est toujours relativement plein et les gens qui arrivent à s'y glisser sont des amis d'amis ou qui sont recommandés par un médecin, donc ils doivent passer par un filtre fait par moi-même ou par ma secrétaire. [...] Et je n'ai aucun intérêt à passer par un agenda ouvert, car je ne voudrais pas que des patients que je ne connais pas puissent s'inscrire. [...] »

Comment se passe la prise de rendez-vous en psychiatrie ?

« Les psychiatres dans la grande majorité des cas, moi y compris, n'ont pas de secrétaire ; ils gèrent leurs rendez-vous eux-mêmes. Dans notre démarche, on donne rendez-vous à qui on a bien envie de donner rendez-vous. Lorsqu'on reçoit des messages sur le répondeur, on peut tout de suite faire un filtre. Par exemple, les patients qui ne donnent pas leur nom ou qui n'expliquent pas leur situation. [...] Donc il y a un premier contact vocal sur le timbre de la voix, ce qui est dit, etc. C'est la raison pour laquelle on aime bien avoir un premier contact. Donc le concept de l'agenda électronique ouvert pour que les gens viennent s'inscrire, moi je ne le vois pas pour ce qui est de ma spécialisation et de la façon dont je vois ma clientèle.

Les patients passent en général par le téléphone. Cependant, la clientèle que j'ai passe de plus en plus soit par les SMS, soit par mail. C'est plus simple pour eux, mais ce système est dédié exclusivement à la clientèle que je connais.

De plus, j'ai l'habitude de placer mes rendez-vous selon différents critères. Par exemple, lorsque j'ai déjà trois patients dits « graves », on se sent plus fatigué et on n'a pas envie d'en rajouter un quatrième, alors que la plage est libre. Donc je n'arrive pas à imaginer que ma clientèle puisse décider de mon temps comme elle l'entend. Pour moi, la négociation et le contact sont à mettre en premier chef. C'est ma pratique. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Cela pourrait être intéressant pour une frange de patients. Ça pourrait leur faciliter la vie. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Pour certains spécialistes qui ont la ligne souvent surchargée. C'est donc compliqué de prendre un rendez-vous ou le déplacer. Et c'est pourquoi certains médecins se sont affiliés dans des centres d'appels pour rendez-vous. [...] »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Le manque de contact, pour ma spécialité. [...] »

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet ?

« Donc moi j'utilise beaucoup le répondeur. Mais sur mon répondeur, j'ai mis mon mail, donc il y a pas mal de patients qui m'écrivent par email ou par SMS. Pour ce qui est du rendez-vous, parfois, il n'est pas facile de fixer un rendez-vous avec le patient, car les dates ne coordonnent pas entre lui et moi. [...] C'est pour cela qu'une prise de rendez-vous en ligne serait très intéressante pour tout le monde. En plus, je n'ai pas souvent le temps de répondre, donc je fais attendre le patient. Cela pourrait donc être évité avec un tel système. C'est aussi dans l'aspect de la collaboration que je trouve assez sympathique. Le seul souci par rapport à ma profession, serait quand le patient annule, mais qui n'est pas bien. Donc il faudrait pouvoir les repérer quand même, contrairement au téléphone où cela s'entend assez bien. Mais on peut s'adapter. On pourrait penser à un système qui me prévienne quand une personne annule et suivant le patient, je peux décider de l'appeler si je trouve bizarre. [...]

Quand c'est un nouveau patient, j'ai quand même besoin de l'avoir au téléphone, car il y a des gens qui ont des pathologies trop lourdes que je ne peux pas prendre en charge. Donc au téléphone, je peux déjà aiguiller ailleurs, si nécessaire. Mais on peut imaginer que les nouveaux patients choisissent une date de rendez-vous et qu'ensuite je les rappelle pour discuter.

Pour les patients que je connais, ce qu'on fait c'est qu'on fixe plusieurs rendez-vous à la suite pour ne pas passer notre temps à rappeler. On a un rythme un peu défini de deux mois. [...] J'observe quand même chaque semaine au minimum deux changements de rendez-vous, donc le système permettrait également de pouvoir modifier un rendez-vous. De plus, parfois des patients me demandent un rendez-vous quand je n'ai pas de place, alors je les mets en attente [...], et je les rappelle si une place se libère. Grâce à la prise de rendez-vous en ligne, ce serait les patients qui vérifieraient la disponibilité à ma place.

Pour les nouveaux patients, une validation est essentielle, car il faut que je trie pour pas que je prenne trop de patients que je ne pourrais pas suivre après. Mais pour les gens déjà suivis, je n'aurai pas besoin de validation. Il faut juste qu'il y ait une notification, pour organiser ma journée.

Une chose intéressante, parce que là on a beaucoup de mal à se joindre entre collègues, serait d'avoir une plateforme comme celle-ci pour voir où sont les plages libres du confrère pour pouvoir le contacter. Donc d'après une sorte de filière professionnelle. [...]

Mon niveau de satisfaction sur mon système de prise de rendez-vous actuel est assez bas, car je pense vraiment à changer de système. Je suis pour l'instant restée en agenda papier, mais je sais qu'il faut que je me modernise pour m'adapter au besoin. [...]

Pour la plupart de mes patients, ce système irait bien. Bon il y aura quand même une partie de mes patients qui ont des maladies plus graves qui peut-être n'ont pas l'ordinateur et internet chez eux. Mais de plus en plus de personnes possèdent les outils permettant de naviguer sur le web. Mais si on laisse la ligne téléphonique, il n'y aura pas de soucis. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Je pense que cela m'économiserait pas mal de temps. »

Tarification ?

« Si je commence avec un système et que j'habitue ma patientèle, c'est difficile de revenir en arrière. Il faut qu'une fois le système lancé, ne plus le changer. [...] »

Que pensez-vous du système de prise de rendez-vous en ligne ?

« Cela m'intéresse et c'est pour cela que je vous ai contacté. Cela fait déjà un petit moment qu'on réfléchit avec mon associé pour mettre ce genre de système en place, mais pas pour tous les rendez-vous, car il y a des rendez-vous très spécifiques qui nécessitent une prise en charge particulière. [...] Par contre, laisser quelques plages de l'agenda pour les gens qui veulent le faire par internet, je trouve cela intéressant. »

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre cabinet ?

« Le secrétariat gère la prise de rendez-vous. La plupart des rendez-vous sont faits par téléphone, mais il y a aussi des mails. Donc comme il y a de plus en plus de mails, je pense que les gens seraient très contents de le faire en ligne et pas attendre le lundi pour prendre rendez-vous. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui bien sûr, surtout pour les patients. Nous pas trop, car il y aura sûrement des erreurs. [...] Mais il faut s'adapter au marché et je suis sûr que les patients seront contents. Surtout pour les patients qui font leur administration le samedi et le dimanche, donc quand le téléphone est fermé. »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Le risque d'erreur de rendez-vous. Par exemple, des personnes qui viennent alors qu'on aurait pu résoudre le problème par téléphone ou les gens qui viennent pour un petit rendez-vous alors qu'il aurait fallu prévoir quelque chose de plus complet. »

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de clients/patients ?

« Bien sûr, c'est un des buts secondaires. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, à nos conditions. Pouvoir choisir les plages disponibles et les types de rendez-vous. »

Quels seraient les modules indispensables pour vous ?

« Déjà que je puisse déjà choisir les plages horaires que j'ouvre et que les patients ne puissent pas voir tout le planning, car on a des plages particulières. Concernant la validation, c'est à voir, car je ne suis pas convaincu que le système fait gagner du temps aux assistantes. Il faudrait que ce soit direct, en sachant qu'après il y aura des erreurs. De toute façon, sur le site, des informations aux patients seront mentionnées, par exemple en cas de doute de téléphoner au secrétariat. [...] »

Que pensez-vous du concept de prise de rendez-vous en ligne ?

« C'est vrai que cela se fait de plus en plus. Par exemple, on reçoit de plus en plus de mails. Personnellement, je suis nul en informatique, donc je ne converse pas par mail avec les patients. Mais ça peut être un plus, parce que maintenant beaucoup de gens fonctionnent comme cela. »

Comment se passe la prise de rendez-vous ?

« On a l'agenda électronique, mais moi je continue à utiliser le papier. Mes secrétaires ont également envie de passer sur du online et mettre des plages en ligne. [...] »

Que pensez-vous de la tarification ?

« Je pense qu'il faudrait proposer un temps d'essai avec un prix un peu rabaisé, puis passé ce délai payer le prix complet. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, à le tester d'abord ! C'est important de pouvoir tester : c'est comme avant d'acheter une voiture, il est important de tester avant d'acheter. [...] »

Quels seraient les modules indispensables pour vous ?

« Il faut pouvoir bien moduler le système et pouvoir choisir les plages à ouvrir selon les désirs du jour du médecin. [...] »

Le système de rappel est vraiment intéressant. De plus en plus chez les dentistes, ils envoient des SMS de rappels ou passent des téléphones de rappels. Donc s'il y avait un moyen de rappeler au patient sans téléphoner, ça serait bien, étant donné qu'on a toujours des oublis de rendez-vous. [...] »

2. Professionnels du bien-être

HYPNO THÉRAPEUTE, FEMME DE 32 ANS

Entretien du 18.03.14

Quel moyen utilisez-vous pour la gestion des rendez-vous ?

« Mon moyen principal est le système sur iPhone. Mais j'ai aussi un système de prise de rendez-vous en ligne, *Service at Home*. C'est tout récent, car je l'ai mis en place il y a un mois. C'est pourquoi je n'ai pas eu encore de rendez-vous. Le principe de ce site c'est qu'on se déplace chez les personnes. Le site propose des services, comme l'hypnose ou n'importe quelle autre prestation, et les personnes intéressées s'inscrivent et on vient chez eux pour faire cette prestation. Donc c'est très spécifique, car les prestations se font à domicile.

L'avantage, c'est le fait que ça nous facilite la tâche pour les rendez-vous. Ici en l'occurrence, ils peuvent déjà régler la prestation. Donc c'est un gain de temps. Cependant, il faut faire attention de bien mettre à jour notre agenda sur le site pour ne pas être confronté à des doublons. [...]

[...] Je m'occupe moi-même de la prise de rendez-vous. Il est vrai que si quelqu'un pouvait le faire à ma place, ça serait mieux. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, c'est pratique lorsque les personnes veulent me joindre et que je suis en séance toute la journée. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Oui, c'est un gain de temps pour moi. »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Ce n'est pas vraiment modulable, car des fois, j'ai des places horaires qui sont disponibles pour des rendez-vous, mais je me dis que je pourrais le placer à un autre endroit, car j'ai des choses à faire ce soir-là. [...] »

Pensez-vous que le système pourrait faire augmenter le nombre de clients/patients ?

« Oui peut-être, mais pas comme le système de *Service at Home*. »

Quel est votre avis sur la tarification ?

« *Service at home* marche à la commission. C'est-à-dire qu'à chaque rendez-vous réussi, la société prend une commission sur le prix de la prestation. Je trouve cela bien, car étant donné qu'ils m'apportent des clients, je trouve cela normal qu'ils me prennent un pourcentage de la prestation du rendez-vous réussi, au lieu d'une taxe annuelle ou mensuelle.

Pour votre solution, je verrais bien aussi une commission au rendez-vous réussi, car les professionnels seraient peut-être plus enclins à adopter cette solution avec cette tarification-là. C'est-à-dire qu'ils payent en fonction du nombre de personnes qui utilisent la plateforme. De plus, étant donné que je ne sais pas le nombre de retours que le système va avoir sur mes clients, je n'oserai peut-être pas le tenter. »

Seriez-vous intéressé à changer et à utiliser ce système ?

« Entre votre concept et *Service at Home*, ce n'est pas vraiment le même concept. Sur *Service at Home*, le but est de m'apporter leur clientèle, faire de la publicité, et non le système de prise de rendez-vous en ligne.

Mais votre système est intéressant dans la mesure où il est synchronisé avec mon agenda. »

Comment se passe la gestion des rendez-vous dans votre centre ?

« Nous avons beaucoup de soucis dans notre institut avec le téléphone. Par exemple, lorsque la secrétaire se charge d'inscrire un nouveau client, elle est constamment dérangée par le téléphone. De plus, [...], nous avons une nouvelle secrétaire et celle-ci n'est pas encore prête à répondre au téléphone, car les clients posent souvent des questions auxquelles elle ne peut pas encore répondre [...]. Donc c'est une très bonne initiative et ce n'est pas mal comme idée.

Généralement, les clients prennent leurs rendez-vous par téléphone, mais on commence de plus en plus à recevoir des mails. Les rendez-vous sont ensuite notés sur un agenda papier. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui avec l'augmentation des mails, je pense que les clients ont une certaine envie de se mettre à internet. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Chez nous, il nous faut beaucoup de calme lorsqu'on fait un soin, donc le téléphone qui sonne tout le temps, ce n'est vraiment pas bon. Donc ça serait vraiment un gain de temps et de tranquillité. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, j'attends une proposition de votre part et n'hésitez pas, je suis ouverte à tout. Je suis plus papier, mais s'il y a un changement simple et facile, pourquoi pas. [...]

Maintenant, je vois de plus de plus de structures qui envoient des SMS de rappels et ça, je pense que c'est une bonne idée. »

DIRECTEUR D'UN FITNESS, HOMME DE 42 ANS

Entretien du 26.03.14

Quel moyen utilisez-vous pour la gestion des rendez-vous ?

« On a un contrat avec *Agenda.ch* qui finalement ne nous sert à rien, car leur programme, leur système de prise de rendez-vous, ne peut pas être synchronisé avec notre système de prise de rendez-vous. Donc ça ne nous sert à rien ; on a signé un contrat, mais on ne fait rien avec eux. [...] On fait le travail deux fois et cela nous oblige à aller en permanence sur le site, donc ne faites pas la même chose. Leur idée, c'est aussi de pouvoir proposer des offres sur leur plateforme, mais honnêtement je ne sais pas comment cela marche pour eux, mais nous c'est zéro avantage.

Nous on a notre système de planification de rendez-vous, *Bella Vita*, et on fait tout par téléphone ou parfois par e-mails. [...]

Notre but est d'encadrer les gens, d'être proche d'eux, et on va favoriser le contact direct, le contact humain. Donc dans le cadre de la prise de rendez-vous via mail, ce n'est pas vraiment notre façon de faire. Mais c'est clair que c'est hyper pratique, les gens ne sont plus obligés d'attendre les horaires d'ouvertures pour nous contacter. [...] En dehors des horaires, les gens nous envoient des mails qui seront traités lors des heures d'ouverture. [...] Donc dans ce cadre-là, la prise de rendez-vous en ligne peut être utile. Après, il faut que votre système soit synchronisé et que les gens depuis chez eux aient accès à la planification du centre.

Nos rendez-vous sont très simples : c'est ou pour faire un coaching dans le cadre d'un entraînement avec un coach, ou un rendez-vous pour un soin esthétique, car nous avons en bas une cabine esthétique. [...] Donc dans le cadre d'un rendez-vous avec un coach, comme nous avons toute la liste de nos clients, c'est facile de bloquer un rendez-vous. [...] Par contre, il ne faut pas que le client puisse bouger son rendez-vous comme ça l'arrange 10 minutes ou 20 minutes avant, il faut mettre un système de blocage. [...] Notre principe théorique c'est tout rendez-vous non annulé 24h à l'avance est facturé. On ne le fait pas ou peu, car on a une clientèle haut de gamme qui peut avoir des empêchements professionnels. [...] Pour le premier rendez-vous, c'est bien qu'il y ait un contact direct pour spécifier certaines choses [...]. Après il n'y a aucun souci.

On a également une esthéticienne qui travaille en bas avec une palette de soins assez variés [...], et la durée peut varier selon le type de peau de la personne. [...] Et il faut aussi gérer le retard du client. Un client qui a 15 minutes de retard sur un rendez-vous de 45 minutes, comment faire ? On ne peut pas bloquer 15 minutes de battements entre chaque rendez-vous. Donc ce n'est pas simple. Nous on avertit au téléphone. S'il n'y a personne après lui, on peut décaler, sinon c'est tant pis pour lui. [...] Il faut que cela soit très bien paramétré et avoir le plus de détails sur le type de soins, le retard, les annulations, etc. [...]

Ensuite, pour tous les clients pas inscrits, au premier rendez-vous, il faut que cela soit garanti par un numéro de carte de crédit. C'est important, car si le client ne vient pas vous pouvez facturer quand même la prestation. Il faut avoir des garanties, ou sinon il faut pouvoir payer à la prise de rendez-vous sur le site. [...] Pour les clients qu'on connaît, il n'y a pas de soucis. [...]

Il faut également qu'il y ait un contrôle de la part du professionnel sur les rendez-vous. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« C'est vraiment utile pour les gens qui travaillent toute la journée. Tout le monde fonctionne par internet aujourd'hui. Les gens vont toujours aller sur internet pour trouver une information, le contact papier n'existe quasiment plus. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Oui c'est utile en dehors des heures d'ouverture. Donc c'est un très bon complément, mais il ne faut pas faire que ça. [...] Ça ne remplacera pas le contact humain. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, il y a un réel besoin. C'est pratique pour les clients et nous ça nous fait gagner du temps parce qu'il n'y a pas à répondre à un mail qui arrive le soir, ou le week-end. Donc surtout en dehors des heures d'ouverture, à savoir qu'il faut toujours reconfirmer au client derrière, après ça ne remplacera pas le contact humain. [...] Et si vous êtes à l'étranger, c'est super pratique, vous voyez des tranches horaires et c'est bon ou ce n'est pas bon. »

Quel moyen utilisez-vous pour la gestion des rendez-vous ?

« Au sein du centre, nous avons un logiciel suédois, Skalpell, qui nous permet de gérer nos rendez-vous. Ce logiciel est une solution spécialisée pour les cliniques de chirurgie esthétique. Nous avons également un système de prise de rendez-vous en ligne, mais je ne l'ai jamais activé, car il comporte des inconvénients majeurs pour les professionnels. [...]

Tout d'abord, du côté des clients il est très bien : simple d'utilisation, ouvert 24h sur 24 et 7 jours sur 7, beau, attractif, etc. Mais du côté du professionnel, c'est tout le contraire. L'ergonomie n'est vraiment pas bonne, il est très complexe à paramétrer et c'est très moche. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, c'est pourquoi j'avais pris cette solution, mais vu les soucis du côté de l'ergonomie, je ne l'ai jamais activé. [...] »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Bien sûr, cela fait gagner un sacré temps. »

Quels sont les modules indispensables pour vous ?

« Actuellement, le système Skalpell comprend pas mal de modules que j'aimerais retrouver : la synchronisation, la validation, la simplicité et la sécurité. De plus, il faut que le professionnel puisse choisir les plages qu'il ouvre aux clients.

Ensuite, le client se connecte sur le site grâce à un code qu'il reçoit sur son téléphone portable. J'ai trouvé que c'était un très bon système pour obtenir le numéro du client, au cas où il ne se présenterait pas à ses rendez-vous. [...]

Il faut aussi que l'agenda soit synchronisation avec ceux des professionnels et que le client puisse être ajouté à notre base de données.

Enfin, il ne faut pas que l'agenda soit montré dans son ensemble, il faudrait pouvoir proposer quelques rendez-vous sur la base des disponibilités du client et de l'agenda du professionnel.

Le top du top serait que le client puisse directement payer la prestation lorsqu'il prend un rendez-vous en ligne. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Alors je serais intéressé s'il comble toutes mes exigences, car c'est très long d'implémenter un nouveau système. [...] Alors si je commence avec votre solution, ce n'est pas pour changer. »

ESTHÉTICIENNE, FEMME DE 40 ANS
Entretien du 29.04.2014

Comment se passe la prise de rendez-vous dans votre institut ?

« Je gère seule la prise de rendez-vous dans mon institut et quand je suis en rendez-vous, je ne réponds pas forcément à tous les appels. Mes clients ont donc pris l'habitude de m'envoyer des mails. [...] Je dirais que je reçois 50% de mails et 50% d'appels. [...] Je suis pour l'instant sur agenda papier, mais me mettre sur informatique ne serait pas trop compliqué. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui, je pense que les gens sont intéressés et aiment de plus en plus la technologie. Ils pourraient en plus personnaliser leur rendez-vous, choisir quand venir et pouvoir regarder les disponibilités à tout moment. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Oui, ça pourrait me faire gagner du temps. [...] »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Je perdrais un peu de contact avec mes clients [...]. »

Voyez-vous un inconvénient d'être sur la même plateforme que d'autres types de spécialistes ?

« Oui, je ne veux absolument pas être sur une plateforme générale. Je veux que mon agenda reste sur mon site web sans être référencé avec d'autres professionnels. C'est une condition indispensable pour que j'utilise un système comme celui-là.

J'ai *NetAgenda* qui m'a contactée il y a peu pour me proposer leur solution. J'ai accepté de les voir après une vingtaine d'appels ! Ils m'ont exposé leur solution, mais le problème était que j'apparaissais avec d'autres professionnels, donc je n'ai pas accepté. [...] En plus, je n'ai pas aimé leur façon de faire, car ils n'étaient pas coordonnés entre eux et m'ont harcelée. »

Quel est votre avis sur la tarification ?

« *NetAgenda* proposait une tarification trop chère pour moi. Je ne sais pas ce que vous allez proposer, mais en tout cas, il ne faut pas que ça soit trop cher, car sinon je prends une assistante. »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, pourquoi pas pour les 50% qui utilisent déjà les mails, mais à certaines conditions, par exemple que ça soit individuel. [...] »

COIFFEUSE, FEMME DE 25 ANS
Entretien du 04.05.2014

Quel moyen utilisez-vous pour la gestion des rendez-vous ?

« Nous on avons déjà un service comme cela, c'est *NetAgenda*, mais on ne l'utilise pas tellement. C'est trop compliqué de coordonner l'agenda papier et l'agenda en ligne, car ils ne sont pas synchronisés. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les clients/patients ?

« Oui c'est utile, mais à une certaine tranche de clients. Je pense qu'on commence à entrer dans un système du « tout internet », mais on y est pas encore et les gens ont encore du mal à s'y faire. [...] Mais je pense quand même que par semaine, ça peut représenter deux à trois clients qui veulent prendre rendez-vous par internet. »

Pensez-vous que le système de prise de rendez-vous en ligne puisse être un concept utile pour les professionnels de la santé et du bien-être ?

« Oui, pour nous c'est utile si les deux agendas sont synchronisés, sinon c'est du temps perdu de coordonner les deux. »

Selon vous, quels seraient vos désavantages à utiliser ce système ?

« Je n'en vois pas trop, peut-être le prix. [...] »

Seriez-vous intéressé à utiliser ce système ?

« Oui, nous pourrions être intéressés, à condition d'avoir un service synchronisé. Mais il faudrait voir avec le grand patron. [...] »

Annexe 4

Grilles d'analyse du sondage qualitatif

Santé												
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Profession	Radiologue	Chirurgien, généraliste	Ophthalmologue	Rhumatologue	ORL et chirurgien	Interniste	Dermatologue	Cardiologue	Psychiatre et psychanalyste	Psychiatre	Ophthalmologue	Chirurgien orthopédique
Age	50	62	62	50	47	64	45	56	69	44	51	57
Sexe	homme	homme	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme
Thèmes												
Comment se passe la prise de rendez-vous ?			secrétaire, sauf durant vacances --> externe									
Qui prend les rdv ?	secrétaires	secrétaires		Secrétaire	Secrétaire	3 secrétaires qui se relayent			Moi-même	Moi-même	Secrétariat	
Satisfaction du système actuel	Manque de simplicité	Bien quand secrétaires sont au top	Convient	Contente				Papier, fonctionne assez bien		Niveau de satisfaction assez bas		
Lignes souvent occupées		X	X			X			X	X		
Perte de temps due à une mauvaise orientation					X							
Connaissance des patients de la part des assistantes						X						
Contacts par mail												
Erreurs de rendez-vous (mauvaise date ou heure)						C'est moi qui doit les traiter	X			X	X	X
Travail des assistantes médicales devient lourd						X						
Un premier contact vocal est primordial												
Placement des rendez-vous spécifiques									X			
Utilisation du répondeur										X		
Contacts par sms									X	X		
Coordination des rendez-vous									X	X		
Annulation bizarre										X		X

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Santé												
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Profession	Radiologue	Chirurgien, généraliste	Ophthalmologue	Rhumatologue	ORL et chirurgien	Interniste	Dermatologue	Cardiologue	Psychiatre et psychanalyste	Psychiatre	Ophthalmologue	Chirurgien orthopédique
Age	50	62	62	50	47	64	45	56	69	44	51	57
Sexe	homme	homme	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme
Thèmes												
Comment se passe la prise de rendez-vous ?												
Utilité pour clients/patients												
Gain de temps			X	X	X		X			X		
Contact rapide			X		X							
Rendez-vous rapide			X									
S'il est performant		X										
Pour les habitués												
d'internet						X						X
Changer les rendez-vous				X						X		
Notre objectif est le												
bien-être du patient					X							
Musique d'avenir							X					
Fort demande								X				
Faciliter la vie pour												
une frange de												
patients									X			
Vérifier la												
disponibilité										X		
Patients contents											X	
S'adapter au marché												X

Santé												
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Profession	Radiologue	Chirurgien généraliste	Ophthalmologue	Rhumatologue	ORL et chirurgien	Interniste	Dermatologue	Cardiologue	Psychiatre et psychanalyste	Psychiatre	Ophthalmologue	Chirurgien orthopédique
Age	50	62	62	50	47	64	45	56	69	44	51	57
Sexe	homme	homme	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme
Thèmes												
Utilité pour professionnel												
Décharge assistantes	X		X		X		X					
Augmentation du nombre de patient	Peut faire augmenter	X			Pas dans notre éthique							
Régularité	X											
Fiabilité	X											
Suppression d'imprévu	X											
Pas d'utilité				X								
Gain de temps					X	X	X			X		
Préparer la consultation					X							
S'utilise comme complément												
Evite les erreurs						X	X					
Aucun						X						
Attente des assistantes								Aucun pour moi				
Désavantages du système	X	X										X
Impersonnel												
Gestion des urgences												
Complexité	X			X			X					
Contact humain						X			X			
Pas de contact humain pas un désavantage					X							
Manque de personnalisation quant au temps à prévoir												
Aucun							X				X	
Certain de mes patients n'ont pas internet												
Prendre rdv alors que le problème pouvait se résoudre par téléphone										X		
												X

Santé												
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Profession	Radiologue	Chirurgien généraliste	Ophtalmologue	Rhumatologue	ORL et chirurgien	Interniste	Dermatologue	Cardiologue	Psychiatre et psychanalyste	Psychiatre	Ophtalmologue	Chirurgien orthopédique
Age	50	62	62	50	47	64	45	56	69	44	51	57
Sexe	homme	homme	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme
Thèmes												
Tarifification												
Pas gratuit					X							
Marche												
parfaitement bien							X					
Effort financier au départ, puis tarif normal							X					X
Difficile de revenir en arrière										X		
Intéressé à utiliser le système												
Oui	X	X			X		X				X	X
Non, car retraite			X			X						
Non, car pas utile												
Non, car pas faisable pour ma profession				X				X				
Dépend du coût							X					
Dépend des conditions							X				X	
Trop de filtres à faire								X				
Choisir les plages horaires disponibles											X	X
Il faut le tester d'abord												X

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Santé												
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Profession	Radiologue	Chirurgien généraliste	Ophthalmologue	Rhumatologue	ORL et chirurgien	Interniste	Dermatologue	Cardiologue	Psychiatre et psychanalyste	Psychiatre	Optalmologue	Chirurgien orthopédique
Age	50	62	62	50	47	64	45	56	69	44	51	57
Sexe	homme	homme	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme	Femme	Homme	Homme
Thèmes												
Points importants												
Le système doit être bien rodé	X						X	X				
Aide pour installation		X										
Informations notées sur site			X								X	
Questionnaire en ligne pour les patients	X											
"Chat" pour pouvoir filtrer et orienter					X	X						
Se distinguer par rapport aux autres					X					Que pour les nouveaux patients	Pas de validation	X
Validation					X	X	X					
Interactivité						X						
Musique d'avenir							X					
Filtre anciens/nouveaux patients							X			X		
Utile pour les contrôles, pas pour les urgences							X					
Possibilités d'envoyer des photos							X					
Prendra du temps à s'adapter							X					
Pas voir tout l'agenda							X				X	
Garder un contrôle sur la prise de rendez-vous							X					
Patient doit joindre une adresse mail pour la validation							X					
Rappels de rdv à prendre							X					
Rappel 24h avant un rdv												
Synchronisation							X					
Notification d'annulation										X		
Pas mal d'annulation ou d'oubli										X		X
Filière professionnelle										X		
Pour certains rendez-vous											X	

Bien-être						
Profil	13	14	15	16	17	18
Profession	Hypno thérapeute	Directrice centre d'amincissement	Directeur d'un fitness	Directeur d'un centre de médecine esthétique	Esthéticienne	Coiffeuse
Age	32	45	42	47	40	25
Sexe	Femme	Femme	Homme	Homme	Femme	Femme
Thèmes						
Comment se passe la prise de rendez-vous ?						
Qui prend les rdv ?	Moi-même	Assistante		Secrétaires	Seule	NetAgenda --> pas utile
Utilisation d'un service online	Service at home		Agenda.ch --> pas utile	Skalpell		
Peut augmenter le nombre de clients	Peut-être					
Dérangement du téléphone		X				
E-mails		X	X		X	
Système actuel de prise de rendez-vous	Iphone	Papier	Logiciel		Papier	

		Bien-être					
Profil		13	14	15	16	17	18
Profession	Hypno thérapeute	32	45	42	47	40	25
Age	32	45	42	47	40	25	
Sexe	Femme	Femme	Homme	Homme	Homme	Femme	Femme
Thèmes							
Comment se passe la prise de rendez-vous ?							
Utilité pour clients/patients							
Utile	X				X	X	X
Ne peut pas répondre tout le temps	X					X	
Envie		X					
En dehors des heures d'ouverture				X			
Pour les gens qui travaillent				X			
Pour les gens à l'étranger				X			
Aime la technologie						X	X
Personnalisation						X	
Choix de la plage						X	
Disponibilité						X	
Utilité pour professionnel							
Gain de temps	X		X	X	X	X	X
Tranquillité		X					
Complément				X			
Désavantages du système							
Pas modulable	X						
Manque de contact humain				X		X	
Prix							X

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

		Bien-être					
Profil		13	14	15	16	17	18
Profession	Hypno thérapeute	32	45	42	47	40	25
Age	Femme	Femme	Homme	Homme	Homme	Femme	Femme
Sexe	Thèmes						
Comment se passe la prise de rendez-vous ?							
Tarifification							
A la commission	X						
Intéressé à utiliser le système							
Oui	X	X	X	X	X	X	X
Points importants							
Synchronisation	X			X	X		X
Payer la prestation	X			X			
Simple		X			X		
Facile		X					
SMS de rappels		X		X			
Conditions d'annulation				X			
Conditions de retard				X			
Personnalisation des prestations				X			
Questions aux clients				X			
Garanties (numéro carte de crédit)				X			
Validation				X		X	
Sécurité						X	
Choix de la plage ouverte						X	
Connexion grâce au téléphone						X	
Ne pas montrer l'agenda dans son ensemble						X	
Ne pas être sur une plateforme générale							X

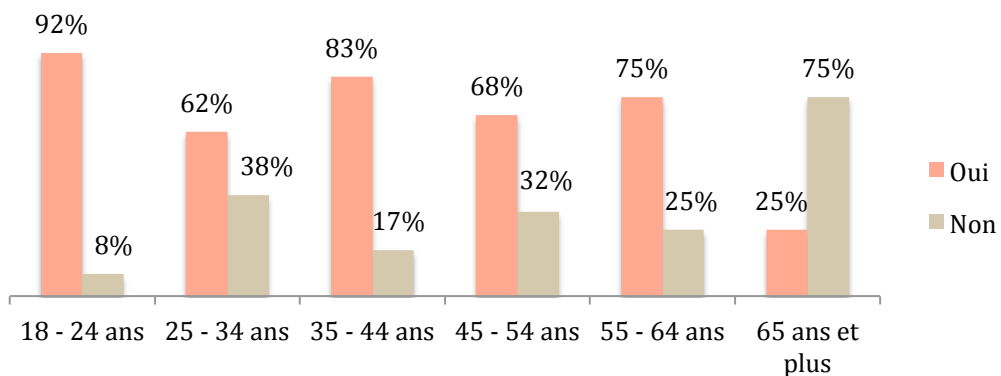
Annexe 5

Résultats du sondage quantitatif

Certaines questions du questionnaire n'ont pas été insérées aux résultats, car, après analyse, elles n'apportent pas d'information supplémentaire. De plus, pour ne pas trop surcharger le travail, j'ai préféré insérer certains graphiques non essentiels à la lecture, en annexe.

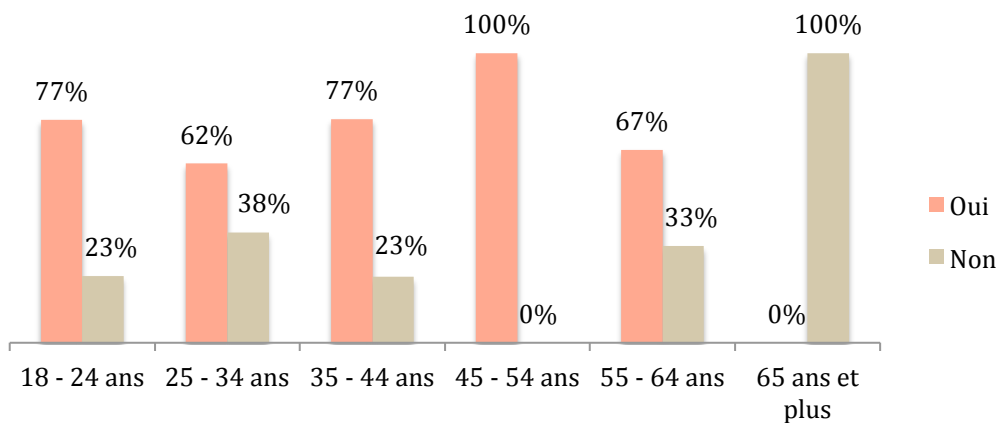
Utiliseriez-vous le système ?

Femmes



Utiliseriez-vous le système ?

Hommes



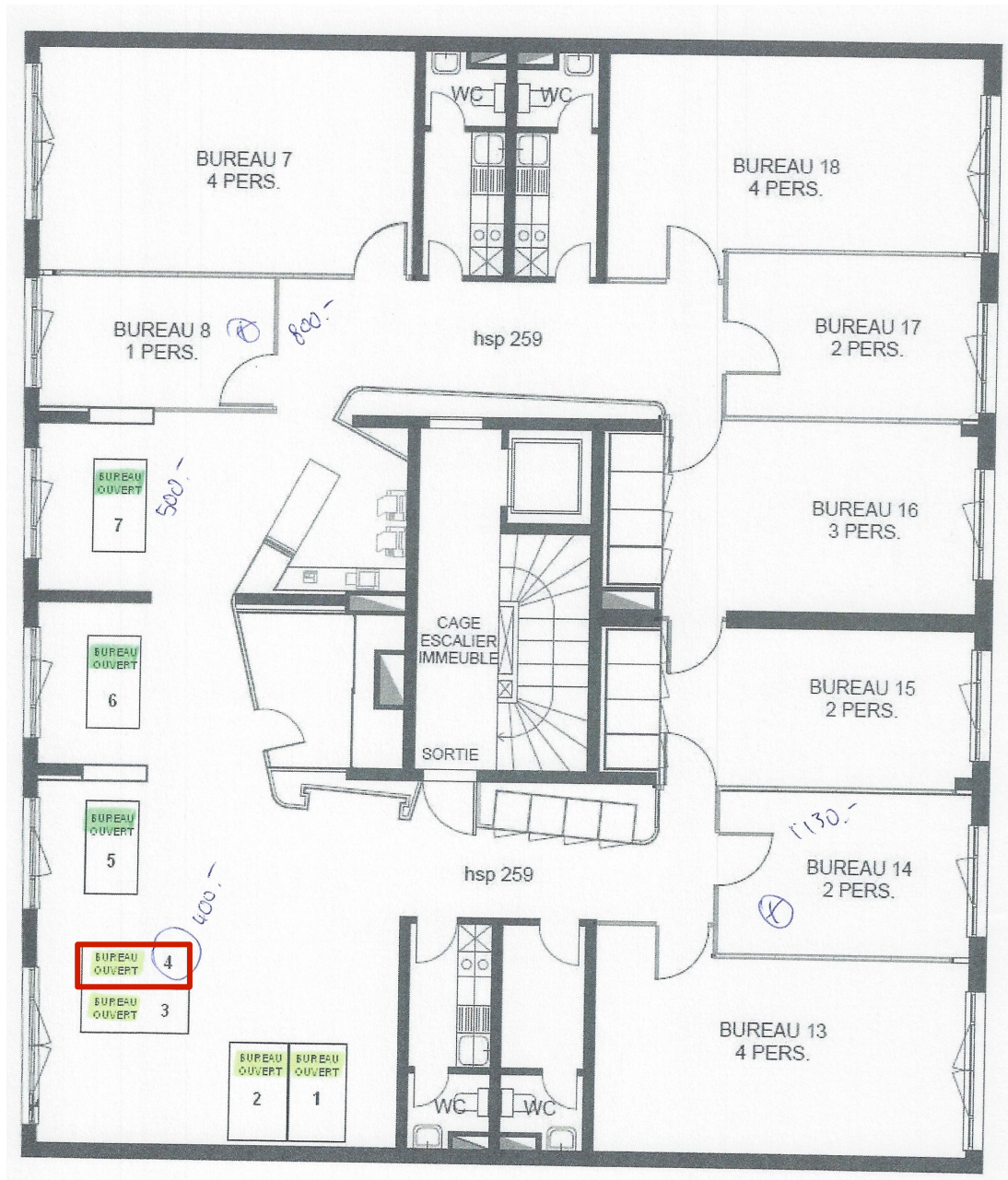
Annexe 6

Extrait du registre du commerce pour la disponibilité du nom

Recherche des raisons: *ireserve*
(0 résultats de recherche des raisons du 14.02.2014 à 10:16) [Etat du: 14.02.2014 31/2014]
Index central des raisons de commerce - Office fédéral du registre du commerce

Annexe 7

Pépinière d'entreprise

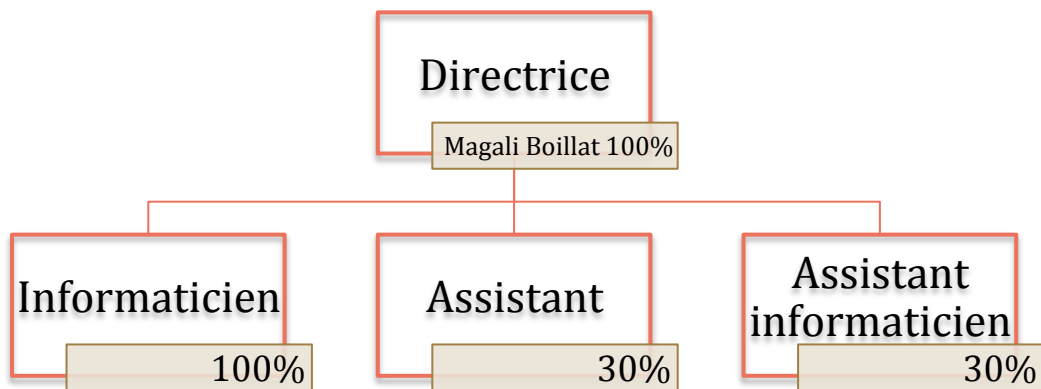


Légende : le carré rouge représente le bureau que j'ai choisi

Annexe 8

Cahier des charges des employés de *ireserve et* organigramme

Employé	Taux	Mission
Magali Boillat Directrice	100%	Gestion des prospections Modélisation des besoins des professionnels Gestion de la comptabilité Gestion du marketing
Informaticien	100%	Programmation des pages web Gestion des problèmes informatiques
Assistant informatique	30%	Assister l'informaticien dans ses fonctions
Assistant	30%	Gestion des prospections Modélisation des besoins des professionnels Gestion du marketing



Annexe 9

Offre Collective Media



Collective Media
Grand-Rue 36
1630 Bulle
+41 26 655 03 03

MAGALI BOILLAT
Chemin du pré du camp 14
1228 Plan-les-ouates

OFFRE : SITE INTERNET / 14 MAI 2014

Voici notre offre détaillée pour le développement du site internet. (Estimation à 25% variable)

Meilleures salutations
Samuel Goumaz

ESTIMATION D'HEURES

ETAPE #1 : DESIGN

1.1	Intégration de la maquette au format html/css	16h
1.2	Configuration pour les formats mobiles (responsiv)	4h
offert	Présentation au client	1h
Heures	Total d'heures sans suppléments	20h
Prix	Prix estimé (120.-/h)	2400.-

1/3

ETAPE #2 : INSTALLATION DU SYSTÈME (SMART)

2.1	Installation basique du CMS (Drupal 7)	2h
2.2	Installation des modules nécessaires	1h
2.3	Configuration du système CMS selon la maquette	4h
2.4	Compatibilité IE7, IE8, IE9, Firefox, Safari, Google Chrome	2h
2.5	Phase de tests, corrections d'auteur, améliorations, peaufinage des détails visuels	2h
2.6	Finalisation de la base du site et préparation du système à l'intégration du contenu	1h
2.7	Référencement naturel du site internet	1h
2.6	Extension du module utilisateurs	6h
2.9	Système de contact amélioré pour les demandes	8h
2.10	Espace utilisateurs pour la consultation des demandes par le membre	12h
2.11	Système de commentaires / Forum pour chaque membre	4h
2.12	Gestion des demandes par mail, newsletter, annulation, demande, etc...	10h
2.13	Filtres et recherches approfondis	4h
2.14	Préparation des listes (vues) pour les affichages spécifique	10h
2.15	Intégration du visuel et paufinage	16h
2.16	Contrôle et crash test	12h
2.17	Corrections et debug	10h
offert	Formation à l'utilisation du système de gestion	2h
Heures	Total d'heures	107h
Prix	Prix estimé (120.-/h)	14040.-

ETAPE #3 : FEATURES

3.1	Synchronisation du système de calendrier web avec calendrier personnel	24h
Heures	Total d'heures	24h
Prix	Prix estimé (120.-/h)	2880.-

FINAL : PRIX

Heures	Total d'heures	151h
Prix	Prix estimé (120.-/h)	18120.-

Annexe 10

Entretien avec l'informaticien de Cité Génération

Cet entretien a été fait pour analyser l'offre d'un de mes concurrents, *Medikal.ch*. Cité Génération a collaboré avec cet outil de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels de la santé, c'est pourquoi leur informaticien a pu m'en parler.

Qu'est-ce que *Medikal.ch* ?

« *Medikal* est un site internet qui permet aux cabinets médicaux de s'inscrire et de pouvoir se créer un agenda en ligne permettant aux patients de pouvoir prendre rendez-vous directement sur la plateforme. »

Quels sont les inconvénients de *Medikal* ?

« Déjà *Medikal* est surtout présent en Suisse alémanique et très peu en Suisse Romande. Ensuite, il y a un vrai problème de mise à jour : les fonctionnalités ne sont pas développées, c'est vraiment un outil basique, donc le site date et ne correspond pas à la vision du 21^{ème} siècle. En plus, ils n'ont pas pensé au « responsive design », c'est-à-dire qu'ils n'ont pas pensé à adapter la page en fonction du support, comme les Smartphones ou les tablettes. [...]

Ensuite, le produit est vraiment très cher et le comble est qu'ils n'ont même pas pensé à synchroniser l'agenda en ligne avec celui du cabinet. [...] »

Annexe 11

Entretien avec un coach utilisant *Mindbody*

Cet entretien a été fait pour analyser l'offre d'un de mes concurrents, *MindBody*. Un utilisateur a accepté de me recevoir pour me parler de son expérience en tant qu'utilisateur de ce système.

Qu'est-ce que *MindBody* ?

« C'est une société qui a développé un programme de réservation en ligne pour les centres wellness, bien-être, et principalement pour tout ce qui est yoga, pilates, pour réserver les cours en ligne. C'est également pour les rendez-vous, les thérapies, etc. [...] »

Comment fonctionne *MindBody* ?

« Cet outil est excellent pour les cours. Maintenant, je ne m'occupe plus du tout de la logistique. En plus, le paiement se fait directement en ligne, ce qui est un gain de temps énorme pour moi. [...] »

J'ai un système de validation où je peux voir qui a pris rendez-vous et je peux valider ou non ce rendez-vous. [...]

Donc les gens créent leur compte et ensuite ils peuvent réserver leurs cours. Le système gère les réservations en fonction de ce que j'ai défini, comme le nombre d'élèves par classe, etc. [...].

Il y a aussi un shop en ligne intégré où on peut mettre des produits à vendre. [...]

Moi je vais directement sur mon compte personnel. J'avais synchronisé avec mail et avec *Google*, mais il y a des problèmes [...]. Donc j'accède directement au planning depuis mon profil.

[...] Je paye 70€ par mois pour le système. Ça dépend où on est, mais pour la Suisse c'est largement avantageux. [...] En tout, ça me fait CHF 120.— par mois parce que j'ai encore CHF 30.- pour la banque, pour le paiement en ligne. [...]

Les clients sont vraiment très satisfaits. [...] C'est rare que j'aie encore des appels, au pire j'ai des SMS lorsqu'une personne n'arrive pas à venir au cours, où quelque chose comme ça. [...]

Quels sont les inconvénients de ce système ?

Bon, il est tout le temps amélioré, mais il y a les applications, par exemple ma plateforme d'accès qui n'est pas forcément en corrélation avec l'application pour mes clients. Donc ça veut dire que, par exemple, celle des clients elle est bien, les gens peuvent faire des trucs, mais la mienne n'est pas top au niveau de l'aspect pratique. [...]

Annexe 12

Flyer aux professionnels



iRESERVE

PRISE DE RENDEZ-VOUS EN LIGNE

Permettez à vos patients/clients de prendre leurs rendez-vous par internet et

- **gagnez du temps;**
- **recevez moins d'appels;**
- **diminuez les oublis de rendez-vous grâce aux sms de rappels.**

* * *

Profitez d'une personnalisation de votre espace de prise de rendez-vous et choisissez les modules que vous souhaitez utiliser:

- **la synchronisation de votre agenda;**
- **la validation des rendez-vous;**
- **le chat.**

Scannez et découvrez !

—

Pour scanner, téléchargez l'app Unitag gratuite sur www.unitag.fr/app

Plus d'informations et tarifs sur www.ireserve.ch

Source : BOILLAT Stephan, graphiste indépendant, 2014

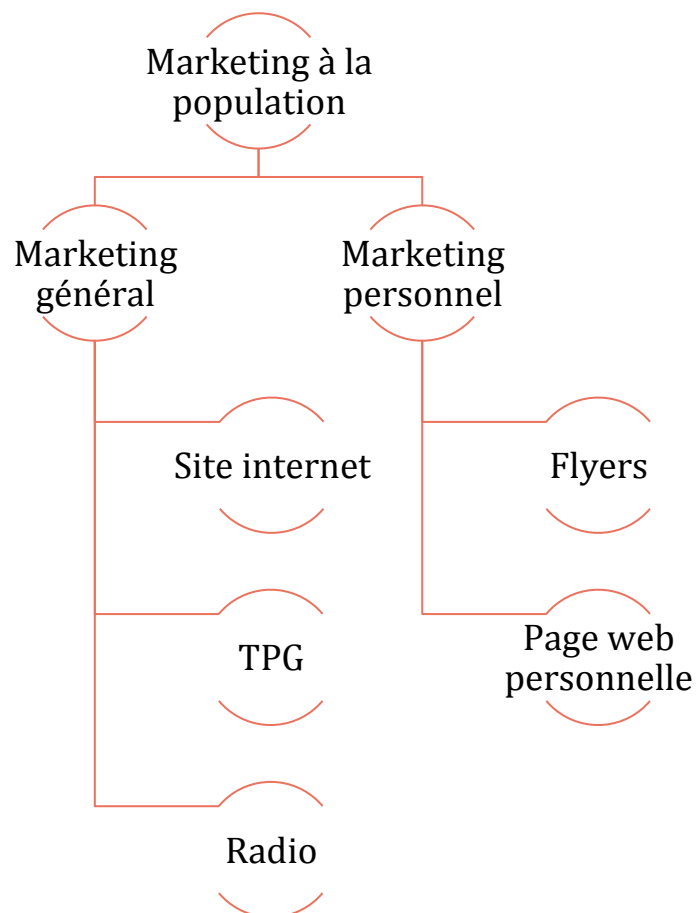
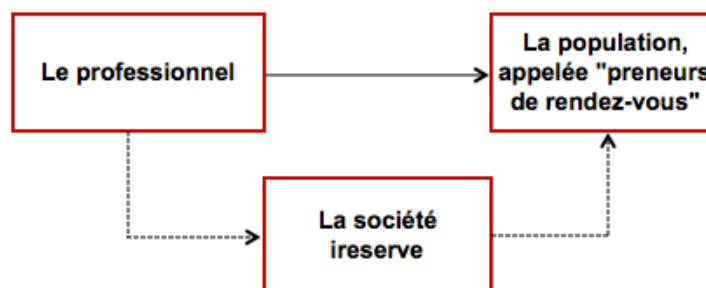
Annexe 13

Marketing général vs marketing personnel

Le "marketing général"



Le "marketing personnel"



Annexe 14

Flyer du professionnel à la population



iRESERVE
PRISE DE RENDEZ-VOUS EN LIGNE

DR CÉLINE BOILLAT
Cardiologue

Prenez vos rendez-vous chez votre professionnel directement sur la plateforme d'ireserve et

- **gagnez du temps ;**
- **prenez vos rendez-vous 24h sur 24 et 7 jours sur 7 ;**
- **bénéficiez de rappel de rendez-vous pour éviter les oublis.**

Rendez-vous directement sur ma page www.ireserve.ch/celineboillat ou scannez ce code* :



* Télécharger l'application QR Code Scanner pour lire ce QR Code. (AppStore, Google play)

Source : BOILLAT Stephan, graphiste indépendant, 2014

Pour permettre un accès rapide à la page du professionnel, un QR Code (Quick response code) est inséré dans chaque flyers. Le QR Code, un code-barre en 2 dimensions, permet de stocker des informations numériques. Le déchiffrage peut se faire par un smartphone et une application spécialisée dans les QR Code. Le QR Code est scanné et nous renvoie à une adresse web.

(NB : Le QR Code sur le flyer ci-dessus est activé, vous pouvez donc télécharger une application sur votre smartphone et scannez ce code.)

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 15

Plan de communication sur 3 ans

Moyen de communication	Fréquence	Coût	Calendrier
La lettre de l'AMG	2'750 exemplaires 2 fois par année	CHF 1'049.— par publication	En octobre et en avril
Flyers aux professionnels	4'000 flyers	CHF 473.—	Distribution toute l'année. À réimprimer tous les 6 mois.
Salon SIWELL	Une fois par année	Gratuit (invitation à se procurer)	Au mois de mai
Transports publics genevois	Une fois par année	CHF 2'052.—	Au mois d'octobre, à partir de la troisième année
Radio	3 fois par jours durant 3 jours tous les 6 mois	CHF 1'380.— par mois	Tous les six mois, à partir de la deuxième année

2014 - 2015		Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	
Vecteurs	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix
Aux professionnels			Publication	1'049					Publication 1'049					
Lettre à l'AMG														
Flyers	Impression et distribution	473	Distribution		Distribution	Distribution	Impression et distribution	473	Distribution	Distribution	Distribution	Distribution	Distribution	
Salon										Salon SIWELL				
A la population														
TPG														
One FM														
Total		473		1'049				473		1'049				

2015 - 2016		Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	
Vecteurs	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix
Aux professionnels			Publication	1'049					Publication 1'049					
Lettre à l'AMG														
Flyers	Impression et distribution	473	Distribution		Distribution	Distribution	Impression et distribution	473	Distribution	Distribution	Distribution	Distribution	Distribution	
Salon										Salon SIWELL				
A la population														
TPG														
Référencement	Stratégie et mois-clés	2'000								Mise à jour	800			
One FM										Spots 20 sec.	1'380			
Total		2'473		1'049		800		473		1'049				

2016 - 2017		Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Vecteurs	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix	Action	Prix
Aux professionnels			Publication	1'049					Publication 1'049			
Lettre à l'AMG												
Flyers	Impression et distribution	473	Distribution		Distribution	Distribution	Impression et distribution	473	Distribution	Distribution	Distribution	Distribution
Salon										Salon SIWELL		
A la population												
TPG			Diapositive	2'052								
Référencement	Mise à jour	800				Mise à jour				Mise à jour	800	
One FM										Spots 20 sec.	1'380	
Total		1'273		3'101		800		473		1'049		2'180

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 16

Plan d'investissements et amortissements

	Qte	P.U. HT	Total	Amortissement	
				Fiscal	Montant
Matériel informatique					
Ordinateurs portables	1	704	704	20.00%	141
Téléphone fixe	1	28	28	20.00%	6
Site internet	1	18'120	18'120	33.33%	6'040
Total HT			18'851		6'186
TVA			1508		
Total TTC			20'360		

Annexe 17

Estimation du nombre de nouveaux clients de août 2014 à juillet 2017

Année	2014						2015					
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Prix unitaire												
Professionnels de la santé												
Prix simple	30											
Base + 1 module	40											
Base + 2 modules	50											
Base + 3 modules	60											
Base + synchronisation	80											
Base + synchro + 1 module	90			3	2	1		1	1	1		
Base + synchro + 2 modules	100			4	4	2	1	1	3	2	1	1
Formule complète	110			6	5	4	4	3	5	4	2	1
Professionnels du bien-être												
Prix simple	30		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Base + 1 module	40		4	3	4	4	4	4	4	4	3	2
Base + 2 modules	50											
Base + 3 modules	60											
Base + synchronisation	80		2	2	2	2	1	1	1	3		
Base + synchro + 1 module	90		4	4	4	3	4	4	4	5	2	1
Base + synchro + 2 modules	100											
Formule complète	110											
TOTAL DES COTISATIONS MENSUELLES	-	-	2'070	1'830	1'470	1'190	1'090	1'080	1'600	1'640	680	440
Mise en route (coût unique)	100		25	22	19	16	15	15	20	21	10	7
TOTAL	-	-	4'570	4'030	3'370	2'790	2'590	2'580	3'600	3'740	1'680	1'140
Nombre de nouveaux clients			25	22	19	16	15	15	20	21	10	7
Cumul nombre de clients			25	47	66	82	97	112	132	153	163	170
CA fin d'année des nouveaux clients												30'090

Année	2015					2016						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Prix unitaire												
Professionnels de la santé												
Prix simple	30											
Base + 1 module	40											
Base + 2 modules	50											
Base + 3 modules	60											
Base + synchronisation	80											
Base + synchro + 1 module	90	1	1	1	1	1			2	1		
Base + synchro + 2 modules	100			2	2		1		1	2	2	1
Formule complète	110	1	1	3	2		1	1	1	3	2	1
Professionnels du bien-être												
Prix simple	30	1		1				1	1	1	1	1
Base + 1 module	40			1	1	1	1		1	3	2	1
Base + 2 modules	50											
Base + 3 modules	60											
Base + synchronisation	80				1			1				
Base + synchro + 1 module	90		1				1			3		1
Base + synchro + 2 modules	100											
Formule complète	110											
TOTAL DES COTISATIONS MENSUELLES	230	290	690	630	130	340	140	320	780	930	320	340
Mise en route (coût unique)	100	3	3	8	7	2	4	2	4	9	12	5
TOTAL	530	590	1'490	1'330	330	740	340	720	1'680	2'130	820	740
Nombre de nouveaux clients	3	3	8	7	2	4	2	4	9	12	5	4
Cumul nombre de clients	173	176	184	191	193	197	199	203	212	224	229	233
CA fin d'année des nouveaux clients												11'440

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Année	2016					2017							
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
Prix unitaire													
Professionnels de la santé													
Prix simple	30												
Base + 1 module	40												
Base + 2 modules	50												
Base + 3 modules	60												
Base + synchronisation	80												
Base + synchro + 1 module	90	1	1						1				
Base + synchro + 2 modules	100		2	2		1		1	2	2			
Formule complète	110		2	2					2	2		1	
Professionnels du bien-être													
Prix simple	30	1					1	1	1	1	1		
Base + 1 module	40		1							2	1		
Base + 2 modules	50												
Base + 3 modules	60												
Base + synchronisation	80			1									
Base + synchro + 1 module	90		1			1				2		1	
Base + synchro + 2 modules	100												
Formule complète	110												
TOTAL DES COTISATIONS MENSUELLES	30	180	550	500	-	190	30	130	540	710	70	200	
Mise en route (coût unique)	100	1	2	6	5	-	2	1	2	6	9	2	2
TOTAL	130	380	1'150	1'000	-	390	130	330	1'140	1'610	270	400	
Nombre de nouveaux clients	1	2	6	5	-	2	1	2	6	9	2	2	
Cumul nombre de clients	234	236	242	247	247	249	250	252	258	267	269	271	
CA fin d'année des nouveaux clients												6'930	

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 18

Anticipation du chiffre d'affaires total de août 2014 à juillet 2017

Année	2014					2015						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Nouveaux clients		-	4'570	4'030	3'370	2'790	2'590	2'580	3'600	3'740	1'680	1'140
Anciens clients			-	2'070	3'900	5'370	6'560	7'650	8'730	10'330	11'970	12'650
Annulations d'abonnement												
Système de rappels			1'080	2'070	2'880	3'600	4'230	4'860	5'760	6'660	7'110	7'380
<i>Nombre sms</i>			3'600	6'900	9'600	12'000	14'100	16'200	19'200	22'200	23'700	24'600
<i>Cumul sms</i>			3'600	10'500	20'100	32'100	46'200	62'400	81'600	103'800	127'500	152'100
Services complémentaires			1'950	1'650	1'500	1'200	1'200	1'200	1'500	1'650	750	600
<i>Prix au fournisseur</i>			1'390	1'176	1'069	855	855	855	1'069	1'176	535	428
TOTAL	-	-	7'600	9'820	11'650	12'960	14'580	16'290	19'590	22'380	21'510	21'770
CA fin d'années												158'150

Année	2015					2016						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Nouveaux clients	530	590	1'490	1'330	330	740	340	720	1'680	2'130	820	740
Anciens clients	13'035	13'265	13'555	14'245	14'820	14'950	15'290	15'430	15'695	16'475	17'405	17'725
Annulations d'abonnement	55				55				55			
Système de rappels	7'470	7'560	7'920	8'190	8'280	8'460	8'550	8'730	9'090	9'630	9'810	9'990
<i>Nombre sms</i>	24'900	25'200	26'400	27'300	27'600	28'200	28'500	29'100	30'300	32'100	32'700	33'300
<i>Cumul sms</i>	-23'000	2'200	28'600	55'900	83'500	111'700	-59'800	-30'700	-400	31'700	64'400	97'700
Services complémentaires	150	150	300	300	-	150	-	150	450	600	150	150
<i>Prix au fournisseur</i>	107	107	214	214	-	107	-	107	321	428	107	107
TOTAL	21'185	21'565	23'265	24'065	23'430	24'300	24'180	25'030	26'915	28'835	28'185	28'605
CA fin d'années												299'560

Année	2016					2017						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Nouveaux clients	130	380	1'150	1'000	-	390	130	330	1'140	1'610	270	400
Anciens clients	18'010	18'040	18'220	18'770	19'215	19'215	19'405	19'435	19'565	20'050	20'760	20'830
Annulations d'abonnement	55				55				55			
Système de rappels	9'990	10'080	10'350	10'530	10'530	10'620	10'620	10'710	10'980	11'340	11'430	11'520
<i>Nombre sms</i>	33'300	33'600	34'500	35'100	35'100	35'400	35'400	35'700	36'600	37'800	38'100	38'400
<i>Cumul sms</i>	-69'000	-35'400	-900	34'200	69'300	-95'300	-59'900	-24'200	12'400	50'200	-111'700	-73'300
Services complémentaires	150	150	450	450	150	150	150	150	450	600	150	150
<i>Prix au fournisseur</i>	107	107	321	321	107	107	107	107	321	428	107	107
TOTAL	28'280	28'650	30'170	30'750	29'895	30'375	30'305	30'625	32'135	33'600	32'610	32'900
CA fin d'années												370'295

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 19

Salaires et charges sociales

<i>De août 2014 à juillet 2015</i>		%	Magali Boillat	Informaticien	Total
<i>Taux d'occupation</i>			<i>100%</i>	<i>100%</i>	
Salaires brutes mensuels			4'800.00	5'900.00	10'700.00
Part salarié	AVS	4.20%	-201.60	-247.80	-449.40
	AI	0.70%	-33.60	-41.30	-74.90
	APG	0.25%	-12.00	-14.75	-26.75
	AC	1.10%	-52.80	-64.90	-117.70
	Allocations familiales	0.00%	-	-	-
	A-Mat	0.04%	-1.97	-2.42	-4.39
	LPP	6.25%	-300.00	-368.75	-668.75
	AANP	1.30%	-62.40	-76.70	-139.10
Salaires nets mensuels			4'135.63	5'083.38	9'219.00
Part patronale	AVS	4.20%	201.60	247.80	449.40
	AI	0.70%	33.60	41.30	74.90
	APG	0.25%	12.00	14.75	26.75
	AC	1.10%	52.80	64.90	117.70
	Allocations familiales	2.30%	110.40	135.70	246.10
	A-Mat	0.04%	1.97	2.42	4.39
	LPP	6.25%	300.00	368.75	668.75
	AAP	0.80%	38.40	47.20	85.60
II	Total charges salariales		5'550.77	6'822.82	12'373.59
	Salaires mensuels		4'135.63	5'083.38	9'219.00
	Charges salariales mensuelles		1'415.14	1'739.44	3'154.55
			Frais admin.	256.80 /an	

NB : La charge salariale a été calculée grâce au simulateur de la Fédération des entreprises romandes

De août 2015 à juillet 2017		%	Magali Boillat	Informaticien	Informaticien assistant	Assistant	Total
<i>Taux d'occupation</i>			100%	100%	30%	30%	260%
Salaires brutes mensuels			5'000.00	7'000.00	1'680.00	1'152.00	14'832.00
Part salarié	AVS	4.20%	-210.00	-294.00	-70.56	-48.38	-622.94
	AI	0.70%	-35.00	-49.00	-11.76	-8.06	-103.82
	APG	0.25%	-12.50	-17.50	-4.20	-2.88	-37.08
	AC	1.10%	-55.00	-77.00	-18.48	-12.67	-163.15
	Allocations familiales	0.00%	-	-	-	-	-
	A-Mat	0.04%	-2.05	-2.87	-0.69	-0.47	-6.08
	LPP	6.25%	-312.50	-437.50	-105.00	-72.00	-927.00
	AANP	1.30%	-65.00	-91.00	-21.84	-14.98	-192.82
Salaires nets mensuels			4'307.95	6'031.13	1'447.47	992.55	12'779.10
Part patronale	AVS	4.20%	210.00	294.00	70.56	48.38	622.94
	AI	0.70%	35.00	49.00	11.76	8.06	103.82
	APG	0.25%	12.50	17.50	4.20	2.88	37.08
	AC	1.10%	55.00	77.00	18.48	12.67	163.15
	Allocations familiales	2.30%	115.00	161.00	38.64	26.50	341.14
	A-Mat	0.04%	2.05	2.87	0.69	0.47	6.08
	LPP	6.25%	312.50	437.50	105.00	72.00	927.00
	AAP	0.80%	40.00	56.00	13.44	9.22	118.66
=	Total charges salariales		5'782.05	8'094.87	1'942.77	1'332.18	17'151.87
	Salaires mensuels		4'307.95	6'031.13	1'447.47	992.55	12'779.10
	Charges salariales mensuelles		1'474.10	2'063.74	495.30	339.63	4'372.75

Frais admin. 355.97 /an

Annexe 20

Frais généraux

	Prix	Paiement	Remarques
Ligne téléphonique	10	Mensuel	Paie ment avec le loyer
Fourniture de bureaux	100	Mensuel	Stylos, feuilles, etc.
Cartes de visites	300	Semestriel	Frais d'impression

Total paiement mensuel	110
Total paiement semestriel	300

Annexe 21

Pertes et profits prévisionnels par mois

	2014					2015						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Chiffre d'affaire TTC	-	-	7'600	9'820	11'650	12'960	14'580	16'290	19'590	22'380	21'510	21'770
- TVA dûe	-	-	-563	-727	-863	-960	-1'080	-1'207	-1'451	-1'658	-1'593	-1'613
= Chiffre d'affaire HT	-	-	7'037	9'093	10'787	12'000	13'500	15'083	18'139	20'722	19'917	20'157
- Achat de SMS TTC	-	-	-13'004	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Achat de flyers TTC	-	-	-1'390	-1'176	-1'069	-855	-855	-855	-1'069	-1'176	-535	-428
+ TVA à récupérer	1'508	-	1'066.19	87.12	79	63	63	79	79	87	40	32
- Frais Paypal	-	-	-234	-311	-374	-421	-476	-501	-602	-688	-670	-681
= Marge	1'508	-	-6'524	7'693	9'423	10'787	12'232	13'790	16'547	18'945	18'751	19'080
- Maintenance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4'000
- Salaires	-4'136	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'219	-9'464
- Charges sociales	-1'415	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155	-3'155
- Loyer bureau	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400
- Marketing	-	-473	-1'049	-	-	-	-	-473	-1'049	-	-	-
- Logiciel comptable	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53
- Hébergement, nom de domaine	-216	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais de fondation	-2'150	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais généraux	-410	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110
= EBITDA	-7'272	-13'410	-20'510	-5'244	-3'514	-2'149	-705	380	2'562	6'008	5'815	1'899
- Amortissement	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-6'186
- Frais financiers	-200	-	-20	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20
= Résultat avant impôts	-7'472	-13'410	-20'530	-5'244	-3'514	-2'169	-705	380	2'542	6'008	5'815	-4'308
- impôts	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Résultat net	-7'472	-13'410	-20'530	-5'244	-3'514	-2'169	-705	380	2'542	6'008	5'815	-4'308
Résultat cumulé	-7'472	-20'881	-41'411	-46'654	-50'168	-52'337	-53'042	-52'662	-50'120	-44'111	-38'297	-42'604
Nombre de clients			25	47	66	82	97	112	132	153	163	170

	2015					2016						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Chiffre d'affaire TTC	21'185	21'565	23'265	24'065	23'430	24'300	24'180	25'030	26'915	28'835	28'185	28'605
- TVA dûe	-1'569	-1'597	-1'723	-1'783	-1'736	-1'800	-1'791	-1'854	-1'994	-2'136	-2'088	-2'119
= Chiffre d'affaire HT	19'616	19'968	21'542	22'282	21'694	22'500	22'389	23'176	24'921	26'699	26'097	26'486
- Achat de SMS TTC	-13'004	-	-	-	-	-	-13'004	-	-	-	-	-
- Achat de flyers TTC	-107	-107	-214	-214	-	-107	-	-107	-321	-428	-107	-107
+ TVA à récupérer	971	8	16	16	-	8	963	8	24	32	8	8
- Frais Paypal	-667	-679	-729	-755	-739	-764	-762	-787	-843	-902	-887	-900
= Marge	6'809	19'190	20'614	21'330	20'956	21'637	9'586	22'289	23'781	25'401	25'111	25'487
- Maintenance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-3'000
- Salaires	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-13'135
- Charges sociales	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373
- Loyer bureau	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400
- Marketing	-	-2'473	-1'049	-1'380	-	-800	-	-473	-1'049	-2'180	-	-
- Logiciel comptable	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53
- Hébergement, nom de domaine	-316	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais de fondation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais généraux	-410	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110
= EBITDA	-11'521	-998	1'851	2'235	3'241	3'122	-8'129	4'102	5'017	5'506	7'397	4'416
- Amortissement	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-6'186
- Frais financiers	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20
= Résultat avant impôts	-11'521	-998	1'831	2'235	3'241	3'102	-8'129	4'102	4'997	5'506	7'397	-1'790
- impôts	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Résultat net	-11'521	-998	1'831	2'235	3'241	3'102	-8'129	4'102	4'997	5'506	7'397	-1'790
Résultat cumulé	-54'126	-55'124	-53'294	-51'059	-47'818	-44'716	-52'845	-48'743	-43'746	-38'240	-30'843	-32'634
Nombre de clients	173	176	184	191	193	197	199	203	212	224	229	233

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

	2016					2017						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Chiffre d'affaire TTC	28'280	28'650	30'170	30'750	29'895	30'375	30'305	30'625	32'135	33'600	32'610	32'900
- TVA due	-2'095	-2'122	-2'235	-2'278	-2'214	-2'250	-2'245	-2'269	-2'380	-2'489	-2'416	-2'437
= Chiffre d'affaire HT	26'185	26'528	27'935	28'472	27'681	28'125	28'060	28'356	29'755	31'111	30'194	30'463
- Achat de SMS TTC	-13'004	-	-	-	-	-13'004	-	-	-13'004	-	-13'004	-
- Achat de flyers TTC	-107	-107	-321	-321	-107	-107	-107	-107	-321	-428	-107	-107
+ TVA à récupérer	971	8	24	24	8	971	8	8	987	32	971	8
- Frais Paypal	-892	-903	-948	-966	-943	-957	-956	-965	-1'010	-1'054	-1'028	-1'037
= Marge	13'154	25'525	26'690	27'209	26'639	15'029	27'005	27'292	16'408	29'661	17'027	29'327
- Maintenance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-2'000
- Salaires	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-13'135
- Charges sociales	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373
- Loyer bureau	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400
- Marketing	-	-1'273	-3'101	-1'380	-	-800	-	-473	-1'049	-2'180	-	-
- Logiciel comptable	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53
- Hébergement, nom de domaine	-516	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais de fondation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais généraux	-410	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110
= EBITDA	-5'377	6'538	5'875	8'114	8'924	-3'486	9'291	9'104	-2'356	9'766	-688	9'256
- Amortissement	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-6'186
- Frais financiers	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20
= Résultat avant impôts	-5'377	6'538	5'855	8'114	8'924	-3'506	9'291	9'104	-2'376	9'766	-688	3'050
- impôts	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335	-335
= Résultat net	-5'712	6'203	5'520	7'780	8'589	-3'841	8'956	8'770	-2'711	9'431	-1'023	2'715
Résultat cumulé	-38'345	-32'142	-26'622	-18'843	-10'253	-14'094	-5'138	3'632	921	10'353	9'330	12'045
Nombre de clients	234	236	242	247	247	249	250	252	258	267	269	271

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 22

Flux de trésorerie prévisionnels par mois

	2014					2015						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
EBIT	-7'272	-13'410	-20'510	-5'244	-3'514	-2'149	-705	380	2'562	6'008	5'815	-4'288
+ Amortissements	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6'186
Aug (+) / Dim (-) TVA due	-1'508	-	-503	640	784	897	1'604	1'143	1'372	1'571	1'554	1'581
Aug (+) / Dim (-) charges sociales dues	1'415	3'155	-7'724	-3'155	-3'155	6'309	-3'155	-3'155	6'309	-3'155	-3'155	6'309
- intérêts et impôts payés	-200	-	-20	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20
= Cash flow net d'exploitation	-7'565	-10'255	-28'757	-7'758	-5'884	5'036	-2'255	-1'631	10'223	4'424	4'214	9'769
- Achat d'immobilisation	-20'360	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Garantie de loyer	-720	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Free cash flow net	-28'644	-10'255	-28'757	-7'758	-5'884	5'036	-2'255	-1'631	10'223	4'424	4'214	9'769
+ Augmentation de capital	100'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Variation de trésorerie	71'356	-10'255	-28'757	-7'758	-5'884	5'036	-2'255	-1'631	10'223	4'424	4'214	9'769
Trésorerie	71'356	61'101	32'344	24'586	18'701	23'738	21'482	19'852	30'075	34'499	38'713	48'482

	2015					2016						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
EBIT	-11'521	-998	1'851	2'235	3'241	3'122	-8'129	4'102	5'017	5'506	7'397	-1'770
+ Amortissements	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6'186
Aug (+) / Dim (-) TVA due	-6'955	1'589	1'707	1'767	1'736	1'792	-8'150	1'846	1'970	2'104	2'080	2'111
Aug (+) / Dim (-) charges sociales dues	-3'155	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091
- intérêts et impôts payés	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20	-	-	-20
= Cash flow net d'exploitation	-21'631	-2'563	8'629	2'065	1'822	9'985	-18'215	2'793	12'058	5'674	6'322	11'598
- Achat d'immobilisation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Garantie de loyer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Free cash flow net	-21'631	-2'563	8'629	2'065	1'822	9'985	-18'215	2'793	12'058	5'674	6'322	11'598
+ Augmentation de capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Variation de trésorerie	-21'631	-2'563	8'629	2'065	1'822	9'985	-18'215	2'793	12'058	5'674	6'322	11'598
Trésorerie	26'851	24'287	32'916	34'981	36'803	46'788	28'573	31'366	43'424	49'098	55'420	67'018

	2016					2017						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
EBIT	-5'377	6'538	5'875	8'114	8'924	-3'486	9'291	9'104	-2'356	9'766	-688	3'070
+ Amortissements	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6'186
Aug (+) / Dim (-) TVA due	-9'496	2'114	2'211	2'254	2'207	1'279	-9'784	2'261	1'393	2'457	1'444	2'429
Aug (+) / Dim (-) charges sociales dues	-1'936	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091	-1'936	-3'155	5'091
- intérêts et impôts payés	-335	-335	-355	-335	-335	-335	-335	-335	-355	-335	-335	-355
= Cash flow net d'exploitation	-17'145	5'163	12'822	8'097	7'641	2'529	-2'764	7'876	3'774	9'952	-2'733	16'421
- Achat d'immobilisation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Garantie de loyer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Free cash flow net	-17'145	5'163	12'822	8'097	7'641	2'529	-2'764	7'876	3'774	9'952	-2'733	16'421
+ Augmentation de capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Variation de trésorerie	-17'145	5'163	12'822	8'097	7'641	2'529	-2'764	7'876	3'774	9'952	-2'733	16'421
Trésorerie	49'873	55'036	67'858	75'955	83'597	86'126	83'362	91'237	95'011	104'963	102'231	118'652

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé

Annexe 23

Bilans prévisionnels par année

	1ère année	2ème année	3ème année
	Juillet 2015	Juillet 2016	Juillet 2017
+ Liquidités	48'482	67'018	118'652
= Actifs circulants	48'482	67'018	118'652
+ Garantie de loyers	720	720	720
+ Matériel informatique	20'360	20'360	20'360
- Fonds d'amort IT	-6'186	-12'373	-18'559
= Total des actifs	63'375	75'725	121'173
	-	-	-
+/- TVA due	9'134	12'731	13'500
+ Charges sociales dûes	-3'155	-4'373	-4'373
= Fonds étrangers	5'979	8'358	9'128
+ Capital propre	100'000	100'000	100'000
- P&P reporté	-42'604	-32'634	12'045
= Total des passifs	63'375	75'725	121'173

Annexe 24

Chiffre d'affaires au seuil de rentabilité

	1ère année	2ème année	3ème année
Chiffre d'affaires	146'435	277'370	342'866
Chiffre d'affaires au point mort	197'476	265'951	283'445
Différence	-51'041	11'419	59'421

Annexe 25

Pertes et profits en année 4 par mois

	2017					2018						
	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Chiffre d'affaire TTC	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900	32'900
- TVA due	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437	-2'437
= Chiffre d'affaire HT	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463	30'463
- Achat de SMS TTC	-	-	-	-	-	-	-13'004	-	-	-	-	-13'004
- Achat de flyers TTC	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107
+ TVA à récupérer	8	8	8	8	8	8	971	8	8	8	8	971
- Frais Paypal	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037	-1'037
= Marge	29'327	29'327	29'327	29'327	29'327	29'327	17'286	29'327	29'327	29'327	29'327	17'286
- Maintenance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-2'000
- Salaires	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-12'779	-13'135
- Charges sociales	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373	-4'373
- Loyer bureau	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400
- Marketing	-	-1'273	-3'101	-1'380	-	-800	-	-473	-1'049	-2'180	-	-
- Logiciel comptable	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53	-53
- Hébergement, nom de domaine	-516	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais de fondation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Frais généraux	-410	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110	-110
= EBITDA	10'796	10'339	8'511	10'232	11'612	10'812	-428	11'139	10'563	9'432	11'612	-2'784
- Amortissement	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-146
- Frais financiers	-	-	-20	-	-	-	-20	-	-	-20	-	-20
= Résultat avant impôts	10'796	10'339	8'491	10'232	11'612	10'792	-428	11'139	10'543	9'432	11'612	-2'951
- impôts	-2'116.81	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117	-2'117
= Résultat net	8'679	8'222	6'374	8'115	9'495	8'675	-2'545	9'022	8'426	7'315	9'495	-5'068
Résultat cumulé	20'724	28'946	35'320	43'435	52'930	61'605	59'060	68'082	76'508	83'822	93'317	88'250
Nombre de clients	271	271	271	271	271	271	271	271	271	271	271	271

Analyse de faisabilité d'une plateforme de prise de rendez-vous en ligne pour les professionnels du bien-être et de la santé