



Marketing de la Santé Digitale et de la E-Santé en Afrique : télémedecine, healthtech et parcours patient digital

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/marketing-de-la-sante-digitale-et-de-la-e-sante-en-afrique-tel-emedecine-healthtech-et-parcours-patient-digital>

 DURÉE
10 jours (70h)

 RÉFÉRENCE
MAR111

 CATÉGORIE
**Marketing de la Santé,
Pharmacie et Silver
Economy**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Maîtriser les fondamentaux du marketing appliqué à la santé digitale et à la E-Santé en Afrique
- ✓ Analyser les marchés africains et identifier les opportunités de développement pour les acteurs HealthTech
- ✓ Segmenter les patients et construire des personas permettant d'adapter les stratégies d'engagement
- ✓ Définir un positionnement et une proposition de valeur différenciants pour une solution de santé digitale
- ✓ Concevoir et promouvoir efficacement des services de télémédecine
- ✓ Optimiser le parcours patient digital et améliorer l'expérience utilisateur
- ✓ Déployer des stratégies performantes d'acquisition digitale dans le respect des spécificités du secteur de la santé
- ✓ Produire des contenus de santé pédagogiques, crédibles et adaptés aux différents publics
- ✓ Développer des communautés digitales engagées autour des établissements et services de santé
- ✓ Exploiter la Data, le CRM et l'IA pour personnaliser les interactions et améliorer la fidélisation
- ✓ Construire des stratégies marketing efficaces pour les applications mobiles et plateformes de santé
- ✓ Développer des partenariats permettant d'accélérer l'adoption des solutions HealthTech
- ✓ Intégrer les exigences de confiance, d'éthique, de confidentialité et de communication responsable
- ✓ Élaborer une stratégie de croissance permettant de déployer durablement une offre de E-Santé à l'échelle africaine

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs et responsables marketing des établissements de santé, cliniques et groupes hospitaliers
- ✓ Responsables communication et digital des organismes de santé
- ✓ Fondateurs et dirigeants de startups HealthTech et entreprises de E-Santé
- ✓ Responsables produit et marketing des plateformes de télémédecine
- ✓ Directeurs et managers d'hôpitaux et établissements de soins engagés dans la transformation digitale
- ✓ Responsables expérience patient et parcours de soins
- ✓ Professionnels du Digital Marketing spécialisés dans le secteur de la santé
- ✓ Responsables CRM, Data et relation patient des établissements sanitaires
- ✓ Responsables des applications mobiles et plateformes digitales de santé
- ✓ Assureurs santé et responsables des services digitaux et innovation
- ✓ Opérateurs télécoms, fintechs et entreprises technologiques développant des services de santé connectée
- ✓ Consultants en transformation digitale, stratégie et innovation dans le secteur sanitaire
- ✓ Responsables des ministères, agences et institutions impliqués dans la transformation numérique de la santé
- ✓ Investisseurs, entrepreneurs et dirigeants souhaitant développer des solutions HealthTech et E-Santé sur les marchés africains



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing de la Santé Digitale et de la E-Santé

- Comprendre les évolutions de la santé digitale et des modèles de soins connectés en Afrique
- Identifier les nouveaux usages numériques des patients, professionnels et établissements de santé
- Positionner le marketing comme levier d'adoption des solutions de E-Santé

2 / Analyse du marché africain de la E-Santé

- Analyser les tendances, besoins et opportunités des différents marchés africains
- Identifier les acteurs HealthTech, établissements, assureurs, opérateurs télécoms et plateformes digitales
- Évaluer les facteurs technologiques, économiques et sociétaux influençant l'adoption

3 / Segmentation et connaissance des patients digitaux

- Segmenter les patients selon leurs besoins, comportements et usages numériques
- Construire des personas patients adaptés aux différents parcours de soins
- Exploiter les données et insights pour personnaliser les stratégies marketing

4 / Stratégie de marque pour les HealthTech

- Définir un positionnement différenciant pour une solution ou plateforme de santé digitale
- Construire une identité de marque fondée sur la confiance, l'utilité et l'expertise
- Développer une proposition de valeur adaptée aux patients et professionnels de santé

5 / Marketing de la Télémédecine

- Promouvoir les consultations médicales à distance et les services de télé-expertise
- Identifier les freins à l'adoption et construire des dispositifs d'accompagnement
- Concevoir des campagnes favorisant l'utilisation régulière des services de télémédecine

6 / Parcours Patient Digital

- Cartographier l'ensemble du parcours patient avant, pendant et après la prise en charge
- Identifier les points de friction et les opportunités de digitalisation
- Concevoir une expérience fluide entre applications, plateformes, établissements et professionnels

7 / Acquisition digitale des patients

- Développer des stratégies SEO, SEA, Social Media et Content Marketing adaptées à la santé
- Construire des campagnes d'acquisition responsables et orientées conversion
- Optimiser le coût d'acquisition et la qualité des patients générés par les canaux digitaux

8 / Content Marketing et éducation à la santé

- Concevoir des contenus pédagogiques adaptés aux besoins et niveaux de compréhension des patients
- Développer une stratégie éditoriale fondée sur l'expertise médicale et la fiabilité de l'information
- Utiliser vidéos, réseaux sociaux, podcasts et formats interactifs pour renforcer l'engagement

9 / Réseaux sociaux et communautés de santé

- Développer une présence digitale crédible pour les établissements et marques de santé
- Animer des communautés autour de la prévention, du bien-être et de l'éducation sanitaire
- Gérer les interactions, avis, questions sensibles et réputation numérique

10 / Data, CRM et personnalisation de l'expérience patient

- Exploiter les données clients et patients dans une logique de personnalisation responsable
- Mettre en place des stratégies CRM adaptées aux différents moments du parcours de soins
- Utiliser la Data et l'IA pour améliorer engagement, fidélisation et pertinence des communications

11 / Mobile Health, Apps et plateformes de santé

- Concevoir le positionnement marketing des applications mobiles de santé
- Optimiser l'expérience utilisateur, l'onboarding et l'activation des utilisateurs
- Développer des stratégies d'acquisition, d'usage récurrent et de fidélisation

12 / Partenariats et écosystème HealthTech africain

- Identifier les partenariats stratégiques avec hôpitaux, cliniques, assureurs et professionnels de santé
- Développer des alliances avec fintechs, opérateurs télécoms et acteurs technologiques
- Construire des modèles de collaboration favorisant la diffusion des solutions digitales

13 / Confiance, éthique et communication responsable en santé digitale

- Intégrer les enjeux de confidentialité, sécurité et protection des données de santé
- Éviter les promesses médicales excessives et les pratiques de communication trompeuses
- Construire une relation de confiance durable entre patients, professionnels et plateformes digitales

14 / Stratégie de croissance et développement des HealthTech en Afrique

- Élaborer une stratégie marketing permettant de passer de l'expérimentation au déploiement à grande échelle
- Définir les KPI d'acquisition, activation, engagement, rétention et satisfaction patient
- Construire une feuille de route pour développer durablement une offre de E-Santé sur plusieurs marchés africains

🔧 Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210
✉ **Email** : contact@innov-maroc.com
🌐 **Web** : <https://www.innov-maroc.com>

Document généré le 24/10/2026 — Réf : MAR111
INNOV MAROC — Tous droits réservés