

Pendant longtemps, la communication santé s'est construite sans les patients. Les messages étaient conçus de manière descendante. Ils restaient éloignés des réalités vécues. Pourtant, les patients s'affirment aujourd'hui comme des acteurs incontournables. Leurs besoins et leurs expériences doivent désormais être pris en compte. Face à ces enjeux, **Stratoom** propose une approche fondée sur le "Patient Centricity". Une méthode qui change la donne.

Stratoom, une agence qui place le patient au centre

Stratoom, fondée par Bruno Peuvrier et Julien Charpentier, s'est donnée pour mission de transformer la communication santé. L'agence ne se contente pas d'évoquer la voix du patient. Elle l'intègre réellement dans chaque étape des projets. Cette approche repose sur trois piliers : analyser les attentes, co-construire les solutions et activer des dispositifs utiles.

Une méthode structurée et efficace

La méthode Stratoom commence par l'observation. Elle analyse les comportements et les parcours de soins. Ensuite, elle organise des ateliers avec les patients, les soignants ou leurs représentants. Enfin, elle conçoit et déploie des campagnes et contenus pensés pour être réellement utiles. Cette démarche permet de créer des messages alignés avec la réalité des patients.

Le projet "MySUN Students Voices"

Le projet "MySUN Students Voices" illustre parfaitement la méthode Stratoom. Réalisé pour Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, il a mobilisé 120 étudiants. Leur mission ? Créer eux-mêmes des campagnes de prévention solaire. Résultat : 60 campagnes co-crées et diffusées en open source. Cette initiative a été primée au Festival de la Communication Santé. Elle montre l'efficacité d'une approche centrée sur les usagers.

Des bénéfices multiples pour les laboratoires

L'approche de **Stratoom** apporte plusieurs bénéfices. Les dispositifs sont mieux compris et mieux utilisés par les patients. La communication devient plus crédible et éthique. La performance des actions s'améliore. Enfin, l'innovation est continue grâce à une logique "test & learn". Ces résultats séduisent déjà une douzaine de laboratoires accompagnés par Stratoom.



Une ambition affirmée pour l'avenir

En 2025, **Stratoom** célèbre trois ans d'existence. L'agence entend devenir une référence du marketing santé centré patient en France. Grâce à sa méthode éprouvée et ses premiers succès, elle propose un marketing santé plus éthique, plus humain et plus efficace. Une ambition portée par la conviction que la voix du patient doit être le point de départ de toute stratégie.

Rechercher

Catégories

Tech & Innovation