

5^{ème} JOURNEE INTERNATIONALE DU MARKETING SANTE 2018

Atelier 1 : Marketing des établissements de Santé

Jeudi 21 juin 2018

COMMENT LES PARTURIENTES DU VALENCIENNOIS CHOISSISSENT-ELLES LEUR MATERNITÉ ?

Magali FILLETTE, Directrice du Marketing, Centre Hospitalier de Valenciennes

Co-auteur Sofien TRIFI, étudiant de la promotion 2016-2017 Master 2 MESS IAE Lille



Magali FILLETTE : ✉ fillette-m@ch-valenciennes.fr

☎ 03.27.14.76.99



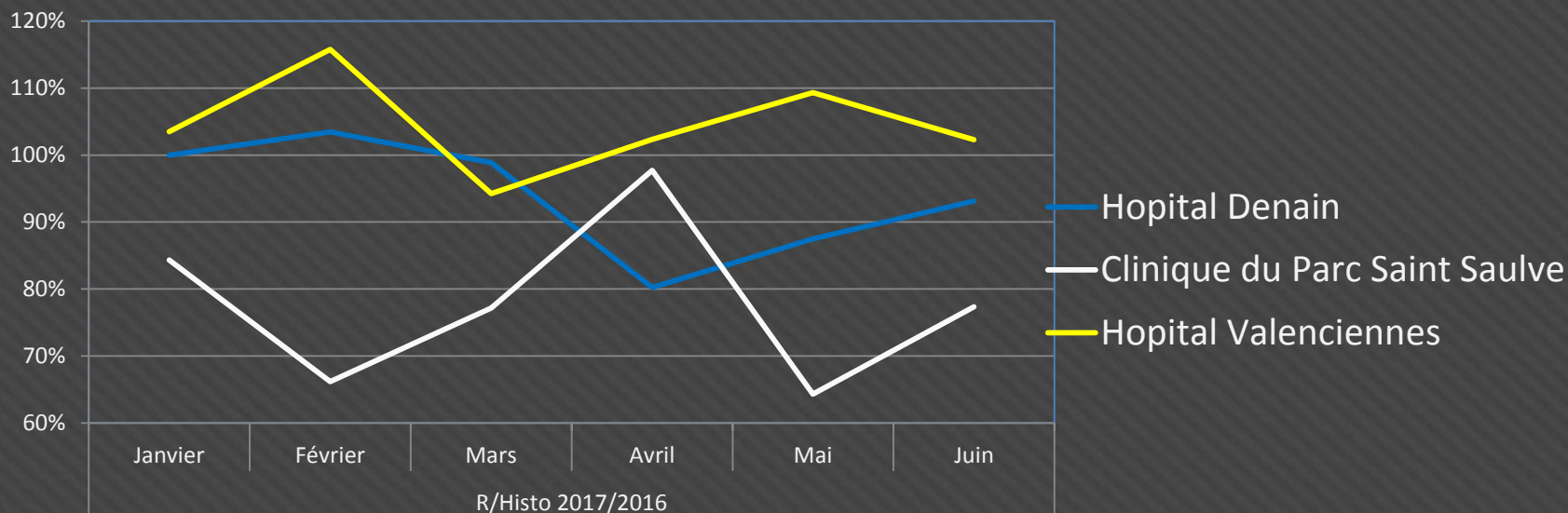
Contexte de l'étude

- Baisse de la natalité en France -6.9% depuis 2010, -2% depuis 2015, et -5.4% sur Valenciennes
- Baisse de l'activité de naissances X T2A = Baisse des recettes
- Concurrence entre 3 maternités sur le territoire du Valenciennois :
 - Maternité Monaco du CH de Valenciennes (Type 3, 88 lits, 47.7% PDM)
 - Maternité Dr Etienne STEEN du CH de Denain (Type 1, 20 lits, 13.4% PDM)
 - Maternité de la Polyclinique du Parc de St-Saulve (Type 1, 32 lits, 11% PDM)

Activité des 3 maternités du territoire

	2016	2015	2014	Tendance 2015-2016	Tendance 2014-2015
CHV	3456	3645	3649	-5,2%	-0,1%
DENAIN	1184	1132	1267	4,6%	-10,7%
PARC	784	894	963	-12,3%	-7,2%

Evolution des naissances (en %) entre 2016 et 2017 des maternités du Valenciennois et du Denais (1er semestre- 1er semestre 2016)

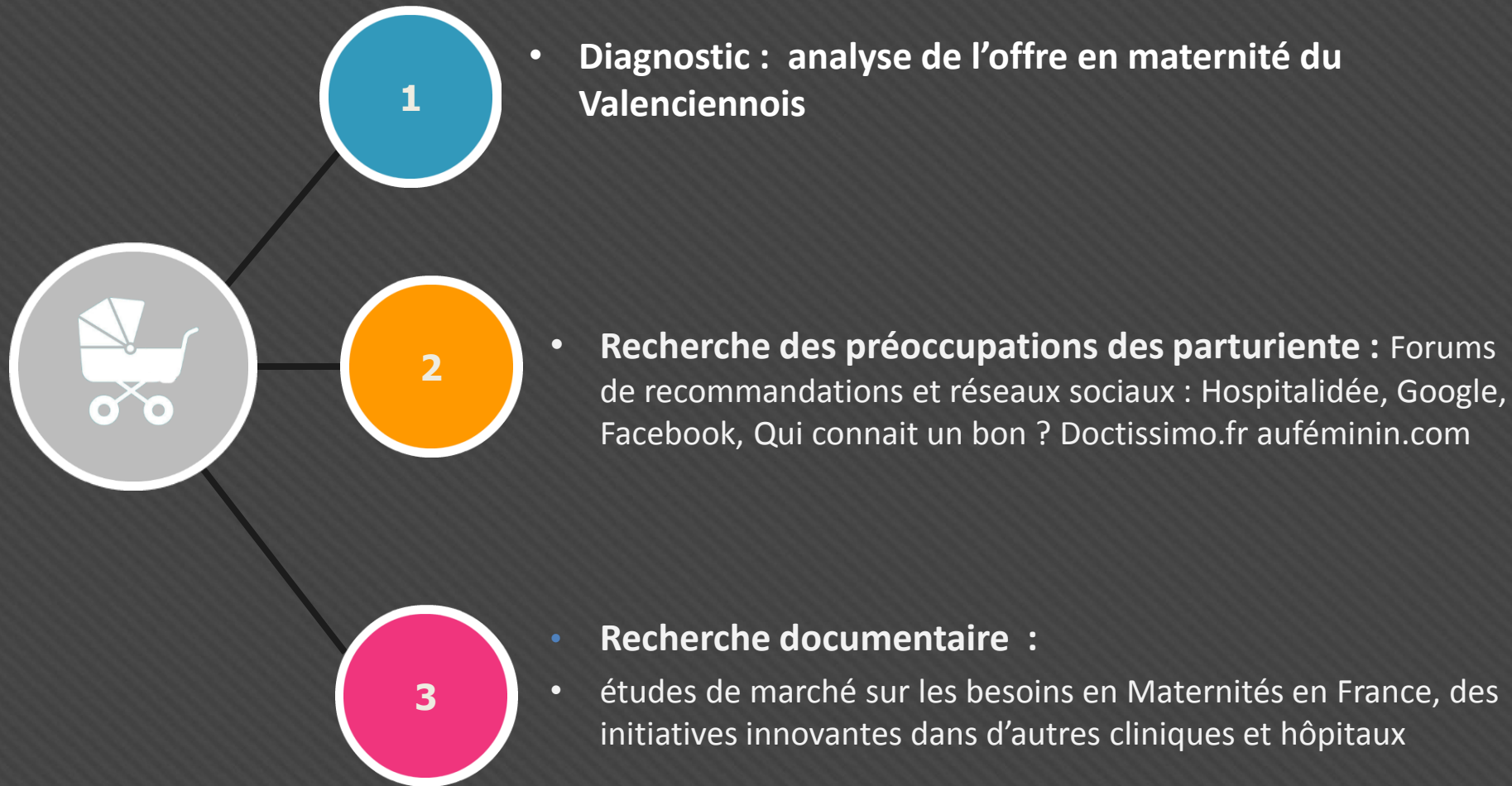


Problématiques



- Comment augmenter le volume d'activité de la maternité du CHV dans un contexte de baisse généralisée des naissances?
- Quels sont les critères de choix des femmes parmi les offres des différentes maternités du Territoire du Valenciennois ?
- Comment faire venir les primipares ?
- Comment faire venir les multipares ?
- Comment fidéliser les parturientes ?

Méthodologie



Méthodologie



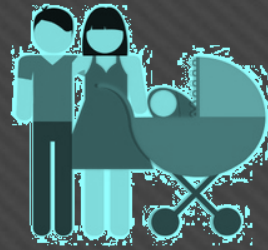
- **Etude quantitative :**

Questionnaires : 46 questions classées en 5 rubriques
459 parturientes ont répondu sur support papier et sur la page Facebook du CHV et le site internet du CHV

- **Etude Quantitative :** 10 femmes Entretiens semi-directifs ;
Analyse et fréquences thématiques

- **Limites :**

- lien avec la maternité Monaco
- Subjectivité enquêteur
- Plusieurs enquête simultanée : satisfaction-attentes



Résultats : thématiques priorisées

79 avis relevés classés en thématiques:

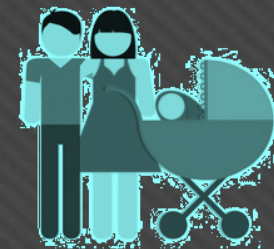
- **Ecoute par les professionnels et qualité des échanges**
- **Niveau de sécurité pour la mère et l'enfant**
- Taille de la maternité **l'allaitement**
- Niveau de technicité des équipes et du matériel
- **Place accordée au père**
- Réputation de la maternité
- Recommandation, information et niveau de satisfaction consécutif au séjour en maternité

Résultats : Expérience et satisfaction



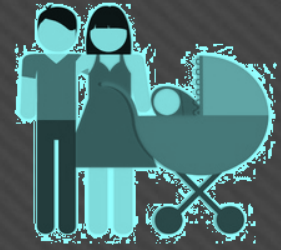
- Le parking payant source d'insatisfaction
- Température de la chambre et qualité des repas points faibles de l'hôtellerie
- Importante satisfaction du déroulement de l'accouchement
- Place accordée au père peut être améliorée
- Allaitement : satisfaites de l'accompagnement mais pourrait être amélioré.
- Globalement satisfaites de leur séjour et de sa durée et seraient **95% à revenir si elles envisageaient une nouvelle grossesse.**

→ **85% à recommander la maternité Monaco**



Résultats : image perçue et critères de choix

- **Image perçue de la maternité Monaco :**
 - ☺ Une **forte notoriété** de la maternité Monaco: 87% des répondantes connaissent la maternité Monaco
 - ☺ Une **réputation positive** : 71% d'opinions positives
 - ☺ Un hôpital reconnu pour la **qualité de ses soins (64%)** et **l'attention de son personnel (50%)**
- **Critères de choix :**
 1. Sécurité
 2. Personnel
 3. Place du père
- Critère de choix pour les primipares : sécurité (41%)
- Critères de choix pour les multipares : expérience dans la maternité (40%)



Résultats : information et avis priorisé

- **La recherche d'information se fait sur :**
 - **Entourage (67%)**
 - **Professionnels de santé (48%)**
 - **Forums (18%)**
- **Avis le plus important :**
 - **Professionnel de santé : 76%**
 - **Entourage : 69%**

Analyse qualitative

Sécurité

Satisfaction

Proximité

Qualité
relationnelle
avec
le personnel

→ Décalage entre l'image perçue et le vécu





Recommandations

- **Éléments de valeurs de la maternité Monaco** : néonatalogie, plateau technique, compétence du personnel, relation de confiance personnalisée instaurée par le personnel
- **Éléments à améliorer** :
 - l'image « d'usine à bébé »
 - l'image pro-allaitement maternel
 - l'implication du père
- **Attirer les primipares et les multipares** :
 - recherche d'information (Vidéos, Applications, Visites de la maternité)
 - création de leaders d'opinion parmi les professionnels de ville
- **Amélioration de l'expérience patiente** :
 - Parking
 - Durée du séjour
 - Hôtellerie
 - Prise en charge
 - Innovation : salle de naissance nature

CONCLUSION

L'étude a permis de :

- comprendre comment les parturientes du Valenciennois font leur choix de maternité
- dégager les éléments de valeurs et les axes d'amélioration de la maternités Monaco
- d'élaborer des préconisations dans le but d'améliorer la satisfaction (des parturientes et du personnel), l'attractivité et donc de l'activité.
- de faire entrer la démarche marketing dans un pôle (mère-enfant) non acquis à cette démarche





MERCI !

POUR VOTRE ATTENTION



Magali FILLETTE
Directrice marketing du Hospitalier de Valenciennes



Courriel : fillette-m@ch-valenciennes.fr