



ÉCHANGE D'INNOVATIONS EN MATIERE DE SANTE REPRODUCTIVE

Présentez vos conceptions, idées et outils interactifs en matière de CCP

Nivi: Le marché de la santé numérique

Innovation présentée par: Nivi

Énoncé du problème

Les éducateurs de santé, les prestataires de services et fournisseurs de produits, les acheteurs et les fabricants ont des liens faibles avec les utilisateurs dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, ce qui entraîne de mauvais résultats en matière de santé ainsi que des pertes économiques.

Étape du cercle de soins

Avant:

- Crée la demande
- Crée un environnement favorable
- Fixe des normes de soutien

Pendant :

- Instaure la confiance
- Responsabilise les clients

Après :

- Renforce les liens
- Améliore le suivi
- Favorise le maintien du comportement

Cible(s)

Toute personne âgée de plus de 15 ans, ayant accès à WhatsApp ou Facebook Messenger peut se connecter avec le chatbot de Nivi sur nos marchés nationaux.

Pays de mise en œuvre ou de conception

Inde, Kenya et Nigeria

Résultat(s) intéressant(s)

Nivi accompagne ses utilisateurs tout au long de leurs parcours de santé en mettant à leur disposition des informations ainsi qu'une navigation dans le système de santé. Par ailleurs, les résultats comprennent les changements relatifs aux connaissances, aux attitudes et aux comportements de recours de soins de santé pour l'ensemble des parcours de santé disponibles sur Nivi.

Innovation

Le chatbot de Nivi est disponible gratuitement via WhatsApp et Facebook Messenger. En outre, la notoriété du chatbot est générée par les campagnes payantes de Nivi, le réengagement auprès de la base d'utilisateurs croissante de Nivi sans oublier les campagnes de partenaires externes.

Nivi améliore également l'accès aux soins de santé en ciblant les informations utiles et les recommandations lorsque l'utilisateur est le plus disposé à les recevoir. De plus, une fois sur la plate-forme askNivi, les utilisateurs suivent les fils de discussion qui les intéressent le plus, y compris les fils menant à des recommandations pertinentes dans des établissements de santé proches ainsi que les options de commerce électronique.

En proposant des services gratuits aux utilisateurs et des services payants aux organisations, nous harmonisons les incitations et générons des revenus en vue de l'augmentation des volumes et de la mise à l'échelle de la solution.

Pour quelles raisons devriez-vous envisager l'adaptation et la mise à l'échelle de cette innovation?

En effet, Nivi propose une approche novatrice du changement social et de comportement dans la sphère numérique, fondée sur un modèle de revenus diversifié qui favorise la croissance et l'engagement indépendamment des cycles de subventions. En d'autres termes, l'innovation réside à la fois dans l'approche technique sur l'amélioration de la santé publique et dans l'approche commerciale de pérennisation de la plateforme.

L'expérience des utilisateurs quant à la prise en main des aspects spécifiques du chatbot a été publiée dans une revue par les pairs et un essai clinique aléatoire de l'impact de la plateforme sur la planification familiale est en cours en Inde.

Ressources nécessaires en vue de l'adaptation ou de la mise à l'échelle de cette innovation

Nous adaptons askNivi aux réalités des marchés sur lesquels nous opérons, que les soins de santé soient prodigués par le secteur public ou par le secteur privé.

Pour ce qui est des éducateurs de santé, tels que les organisations non gouvernementales (ONG) qui travaillent avec des populations d'utilisateurs spécifiques et avec un ensemble de prestataires publics et privés, nous leur proposons askNivi sous la forme d'un logiciel-service (SaaS) appelé Nivi Impact pour un coût annuel moyen de 96 000 USD. Nivi Impact les aide également dans la sensibilisation des utilisateurs sur des sujets de santé spécifiques ainsi que dans la création de la demande de services et de produits de santé.

En ce qui concerne nos clients du secteur privé, le volume de patients est essentiel. Et pour ces derniers, askNivi sert de canal de marketing supplémentaire, et notre offre, Nivi Performance, est facturée en tant que commission sur le produit ou le service fourni.

Pour ce qui est des fabricants, les informations relatives aux utilisateurs tirées de nos relations avec les clients des secteurs privé et public leur permettent de façonner les marchés pour divers produits thérapeutiques. Cette offre, Nivi Insights, est facturée mensuellement comme logiciel-service mensuel.

Recommandations pour la mise en œuvre

Nivi est au service des organisations, qu'il s'agisse d'ONG connues, d'organisations à but lucratif ou d'organismes publics. Chaque contrat d'abonnement est accompagné d'un cahier de charges bien défini décrivant l'objectif, les résultats escomptés, le calendrier ainsi que les attentes en matière d'engagement ou des cibles de référence. Les partenaires d'abonnement doivent tenir compte de plusieurs fonctions clés lors de la présentation et de la mise à l'échelle des parcours de santé par chat auprès de leurs publics cibles: marketing, identification de la cible et recommandations.

- **Élaboration d'un plan marketing:** Les campagnes de marketing payantes de Nivi et de ses partenaires sont souvent déployées via les réseaux sociaux et les annonces sur les moteurs de recherche, les influenceurs et les pages d'accueil spécifiques aux parcours, à l'instar des pages Web distinctes décrivant les parcours de messagerie sur Nivi en matière de planification familiale et de soins prénataux et hébergeant un bouton WhatsApp qui dirigent l'utilisateur vers la discussion correspondante. En plus, les politiques de marketing des réseaux sociaux sont sensibles aux annonces sur la santé reproductive. Aussi, une formulation indirecte peut aider à éclairer le processus de révision. Plusieurs partenaires ont eu à réaliser des campagnes hors ligne en déployant des agents de santé communautaires, en organisant des campagnes radio, en affichant et distribuant des affiches et des prospectus, y compris jouant des pièces de théâtre de rue. Toutes les campagnes de marketing pointent vers le chatbot askNivi disponible sur WhatsApp et Facebook Messenger.
- **Connaissance de votre cible :** Le fait de connaître la raison pour laquelle un public cible aurait besoin de Nivi permet d'élaborer le message marketing et de garantir l'adoption du parcours de santé

Identification de vos points de référence: Les parcours de santé déployés sur Nivi impliquent souvent des recommandations de produits et services locaux dans des lieux physiques, notamment des pharmacies ou des cliniques proches, ainsi que des recommandations ressources numériques sur des sites de commerce électronique ou de pharmacie en ligne. Il faut relever que, Nivi utilise une maquette standard pour la collecte des points de référence auprès des partenaires au début de l'abonnement.

Avez-vous d'autres questions? Bien vouloir contacter les personnes suivantes

- Ben Bellows (Ben@nivi.io)

Liens utiles

Nivi on Medium: <https://medium.com/nivi-inc>

Nivi Research: <http://research.nivi.io>

Nivi Substack newsletter: <https://nivi.substack.com>

Twitter: [@asknivi](https://twitter.com/asknivi); Facebook: <https://www.facebook.com/asknivi>