

Un outil connecté à l'interface des clients et de l'équipe

Abonné

PAR ROMAIN LECOINTRE - PUBLIÉ LE 09/06/2020



Tablettes et bornes interactives sont probablement l'avenir de la pharmacie 2.0. BrightMed est une nouvelle solution digitale en ligne avec cette évolution qui offre aux titulaires d'accompagner patients et équipe officinale dans l'ère du conseil connecté.

Offrir à vos patients une nouvelle expérience consommateur au sein de votre pharmacie. Telle est la promesse de BrightMed, nouveau venu dans le paysage de la e-santé appliquée à l'officine. Ses concepteurs sont partis d'un constat : la clientèle des pharmacies est demandeuse de conseils personnalisés notamment pour l'automédication et la parapharmacie. Le digital est alors un outil précieux qui peut offrir d'intéressantes perspectives de développement tout en proposant une relation client personnalisée.



Un algorithme d'aide au choix du produit
Crédit photo : DR

Inspiré du modèle suédois

Le principe de cette nouvelle approche est simple : permettre aux titulaires d'accompagner patients et équipe dans l'ère du conseil connecté au sein de la pharmacie. Au tout début de cette aventure entrepreneuriale, Christine Nguy, la fondatrice de la société, a observé le comportement des patients. Vivant en Suède, cette pharmacienne entrepreneuse s'est intéressée à l'organisation des pharmacies sur place. Car dans ce pays, les médicaments non soumis à la prescription sont tous en accès libre dans les officines. Mais, cette liberté offerte aux clients a un revers qu'elle repère vite : le manque d'accompagnement laisse bien souvent les patients seuls et sans conseils devant les boîtes de médicament. Et inévitablement cette situation peut conduire à des erreurs de choix de spécialité voire, parfois, à des accidents.

Face à ces observations, Christine Nguy choisit alors de se lancer dans la conception d'un logiciel d'aide à la décision. L'outil numérique pensé et développé repose sur un algorithme. Ce cerveau artificiel permet à partir des paramètres renseignés par l'utilisateur, d'aboutir à une proposition de produit.

Des bornes aux tablettes

Les bases du concept BrightMed sont alors posées. Au début de son développement, la start-up fait le choix de mettre son intelligence artificielle au sein de bornes interactives disposées dans les rayons. Mais, pour le marché national, cette solution rencontre moins l'enthousiasme des pharmaciens français que celui de leurs homologues suédois. Ces premiers retours terrain obligent donc la *start-up* à revoir sa stratégie de développement. Pour réaliser ce changement de concept, elle met en place alors rapidement une deuxième solution numérique orientée vers l'équipe officinale.

Le support choisi repose cette fois-ci sur la technologie des tablettes. Le personnel dispose ainsi d'un assistant virtuel à portée de main pour la dispensation. Une façon originale et moderne d'aider les collaborateurs à optimiser les actes d'achats. Point important, l'algorithme embarqué intervient uniquement pour l'automédication et la dermocosmétique.

La toute jeune *start-up* n'est aujourd'hui qu'au début de son développement. Cette année 2020 va constituer une étape importante de sa croissance. Car le concept est maintenant passé à la phase suivante de son développement : son utilisation en conditions réelles. Ces tests, réalisés dans plusieurs officines, permettront de mesurer l'impact de cette aide digitale sur les ventes des produits concernés.

Romain Lecoindre