

MARKETING

Des vétérinaires 2.0 pour moderniser leur pratique

En France, les vétérinaires s'approprient doucement les outils numériques pour les besoins de leur clientèle et de leur organisation. Le point sur les plateformes en ligne américaines IntraVet et Vetpronto, et française CaptainVet.

Qui sont donc ces vétérinaires 2.0 qui, à l'aide d'outils numériques, développent leur activité et réussissent à fidéliser leur clientèle ? Certains d'entre eux proposent une offre étoffée de services aux propriétaires d'animaux de compagnie, dont les NAC. À commencer par la prise de rendez-vous en ligne, à laquelle la cinquième édition du salon France Vet a fait la part belle, début juin, à Paris. Plusieurs start-up vont fleurir sur ce marché a priori prometteur : ClicRDV, Vétolib', Askovet (en cours de lancement), etc.

La prise de rendez-vous sur Internet permettrait d'être plus efficace, car les auxiliaires spécialisés vétérinaires (ASV) peuvent se recentrer sur leur cœur de métier, en s'épargnant la tâche chronophage de la réception téléphonique. En effet, la prise de rendez-vous classique occupe parfois 80 % de leur temps.



L'atout du marketing digital

Aux États-Unis, les vétérinaires urbains se servent d'outils numériques depuis plusieurs années, tels que le marketing digital, pour fidéliser leurs clients. L'idée mûrit doucement, mais sûrement, en France. Des plateformes en ligne émergent. Comme celle de CaptainVet, fondée en 2016 par André Cloarec, Julien Cavarec et Nicolas Charbonneau, qui l'ont présentée aux ateliers "Accélérateurs

d'entreprise" à FranceVet. Quels enseignements tirer pour le marché vétérinaire français ? Selon ces trois fondateurs, grâce aux services de ces plateformes numériques, les propriétaires d'animaux n'ont plus besoin de se déplacer chez le vétérinaire : celui-ci se rend chez eux, ou bien là où ils le souhaitent, une fois le rendez-vous pris en ligne. Ce qui diminuerait le stress pour le propriétaire et pour l'animal qui requiert des soins. Plus besoin non plus d'appréhender une salle d'attente bondée, plus de temps perdu, plus de problème de transport, tout se fait à domicile. Pour obtenir une consultation, le client a la possibilité de s'inscrire sur la plateforme jusqu'à minuit (au lieu de rester tributaire des horaires de la clinique et des disponibilités des ASV ou du secrétariat). Le support peut aussi être assuré 24 h/24, selon la structure.

Deux modèles américains

Les fondateurs de CaptainVet ont aussi explicité l'atout de deux modèles américains, IntraVet et Vetpronto, actifs depuis plus de 15 ans et accessibles aujourd'hui dans plusieurs villes. Chez IntraVet, créé sur la côte est des États-Unis, la première consultation est offerte, le vétérinaire indique le traitement approprié à l'animal, que le client pourra prépayer. « En France, on n'aime pas beaucoup parler d'argent, les clients sont gênés d'évoquer les tarifs avec leurs praticiens. Sur les sites internet, les usages vont pourtant évoluer, les rendez-vous sont de plus en plus pris en ligne, et le traitement est indiqué au propriétaire. Le vétérinaire va identifier le diagnostic et le client pourra prépayer le traitement indiqué, qui peut se faire également après la consultation », explique Julien Cavarec. Selon lui, les patients ont ainsi tout à gagner : « Les soins professionnels sont qualifiés, plus rapides et expliqués aux propriétaires. » De son côté, la structure Vetpronto, qui a démarré il y a 15 ans sur la côte Ouest, offre plusieurs services : vaccination,

LES PLATEFORMES EN LIGNE POUR OBTENIR UNE CONSULTATION

Selon CaptainVet, deux études réalisées auprès de propriétaires d'animaux en France montrent que 76 % souhaitent prendre rendez-vous en ligne et que 93 % sont favorables aux alertes leur rappelant, par exemple, le renouvellement d'un vaccin pour leur animal ou la vermifugation. Autre constat : 58 % aimeraient disposer d'une plateforme de prise de rendez-vous médical comme Doctolib en médecine humaine, qui frôlerait les 8 millions de visites par mois. « Pour la ville de Rennes, par exemple, il y a 60 clients potentiels (propriétaires d'animaux) par jour (avec 1 500 requêtes sur la plateforme) et, pourtant, une majorité de vétérinaires ne proposent pas de rendez-vous via Internet, précise André Cloarec, en charge du marketing chez CaptainVet. L'objectif est d'offrir un service en ligne à la carte, avec un vétérinaire qui décide. Cela apporte aussi une meilleure visibilité sur les ventes de médicaments. »



Les plateformes en ligne IntraVet, Vetpronto et CaptainVet ont été présentées au congrès France Vet, le 9 juin à Paris.

chez le vétérinaire dans les trois mois qui suivent leur première visite. Mais pour le restant (62 %), il a été évalué un potentiel de prise de trois à quatre rendez-vous par an. Ce qui donnerait au praticien une marge de 75 \$ par rendez-vous, soit de 255 \$ sur l'année pour un client. « On peut considérer que c'est la meilleure marge, sans frais de structure vétérinaire, avec une meilleure médecine, car les animaux sont soignés avec le moins de stress possible et avec davantage de flexibilité dans la journée », explique Nicolas Charbonneau.

En France, la plateforme en ligne du trio d'entrepreneurs (prise de rendez-vous, suivi de planification de rendez-vous via réception de SMS ou d'e-mails, recherche de vétérinaires dans une zone géographique, abonnement aux services digitaux pour les vétérinaires, etc.) s'adresse aux propriétaires d'animaux de compagnie. Cette offre se développe à l'heure où le monde vétérinaire et les habitudes de la clientèle évoluent. À l'heure aussi où une nouvelle concurrence non vétérinaire s'impose dans un environnement numérique non encadré.

Concurrence à domicile

Ce concept va-t-il évoluer dans l'Hexagone ? Quels praticiens pourraient l'adopter ? L'utilisation de ces outils numériques ne semble pas encore très répandue. Si vous recherchez sur Captainvet.com un ou plusieurs praticiens qui disposent d'un service de rendez-vous en ligne dans une zone géographique, à Arcueil (Val-de-Marne), en région parisienne, par exemple, vous n'en trouverez pas ; il y est répondu qu'« aucun vétérinaire ne peut être réservé directement en ligne pour cette zone ». Mais s'affiche à l'écran une liste de structures existantes, non dotées de réservation via Internet dans cette zone de chalandise, à savoir VetoAdom à Montrouge (Hauts-de-Seine) et VetOne à Paris (15^e arrondissement). CaptainVet invite même l'internaute à présenter ses prestations au vétérinaire sélectionné. Une réponse et une démonstration individualisée de son offre de services sont proposées sur son site.

Toutefois, certains praticiens en France, qui ne sont pas contre les outils web 2.0 pour se développer, considèrent que ces nouveaux modèles digitaux représentent une réelle concurrence pour les vétérinaires à domicile. ●

CLARISSE BURGER

GRÂCE AUX PLATEFORMES NUMÉRIQUES, LES VÉTÉRINAIRES BÉNÉFICIENT DU MARKETING DIGITAL.

Des marges non négligeables

IntraVet et Vetpronto évoluent aux États-Unis dans un secteur en croissance où les dépenses pour les animaux ont été évaluées en 2016 à 66 milliards de dollars. Une étude américaine révèle que 38 % des clients ne prennent pas rendez-vous

diagnostic, imagerie, radiographie dentaire, prise de sang, divers tests (d'urine, de peau, etc.), acupuncture, thérapie au laser, soins dentaires, euthanasie, etc. Elle existe aujourd'hui dans une quinzaine de villes aux États-Unis. Ses tarifs sont déclinés par types de soins et de services sur son site. Des commentaires de clients sur les praticiens y sont également publiés.

Ce concept ne concerne pas que les vétérinaires ultra-urbains. Il s'agit d'être davantage visible sur Internet, d'augmenter aussi les visites vétérinaires en rurale, « où l'on a moins de contacts, où on a aussi perdu un peu de terrain, et d'apporter aux éleveurs les conseils vétérinaires dont ils ont besoin, avec l'idée que le vétérinaire reste un référent de santé. C'est pourquoi nous avons créé CaptainVet », ajoute Julien Cavarec, en pratique mixte, canine et équine, près de Brest (Finistère).