

Business Case

Un business case bien pensé crée la base du succès de la solution hybride de prise en charge en mariant faisabilité économique et plus-value sanitaire. Sans business case, il n'est pas possible de financer durablement une solution hybride de prise en charge, car le business case sert d'aide à la décision pour les investisseurs, les prestataires de santé ou les institutions publiques en montrant en quoi la solution est financièrement et stratégiquement judicieuse. En même temps, le business case sert de base à la mise en œuvre.

Éléments clés d'un business case

Problématique et potentiel commercial

- Quelle lacune ou quel défi en matière de prise en charge le produit résout-il?
- Quelle est la taille du marché et qui sont les utilisatrices et utilisateurs potentiels (patient·e·e, médecins, assurances, etc.)?
- Quelles alternatives existe-t-il, et en quoi cette solution est-elle meilleure?

Solution et avantages promis

- Description de la solution hybride de prise en charge
- Quels avantages offre-t-elle par rapport aux solutions existantes?
- Améliorations attendues en termes d'efficacité, de réduction des coûts et de satisfaction des patient·e·s

Analyse économique

- Structure des coûts: développement, exploitation, maintenance, personnel, etc.
- Modèle de revenus: p. ex. B2C: frais à la charge des patient·e·s, B2B: paiement par les fournisseurs de prestations tels que les hôpitaux, rémunération par l'assurance-maladie, par des subventions ou par des partenariats
- Commercialisation: par quels canaux le produit est-il communiqué et distribué, à quel coût?

Argumentation fondée sur des données probantes

- Résultats d'applications similaires, résultats de la recherche
- Économies escomptées (p. ex. baisse des hospitalisations)

Risques et défis

- Obstacles réglementaires, protection des données, acceptation par les utilisatrices et utilisateurs
- Défis techniques et organisationnels

Extension et potentiel de croissance

- Possibilités d'extension du marché (p. ex. nouveaux groupes de patient·e·s, marchés internationaux).
- Partenariats stratégiques et durabilité à long terme