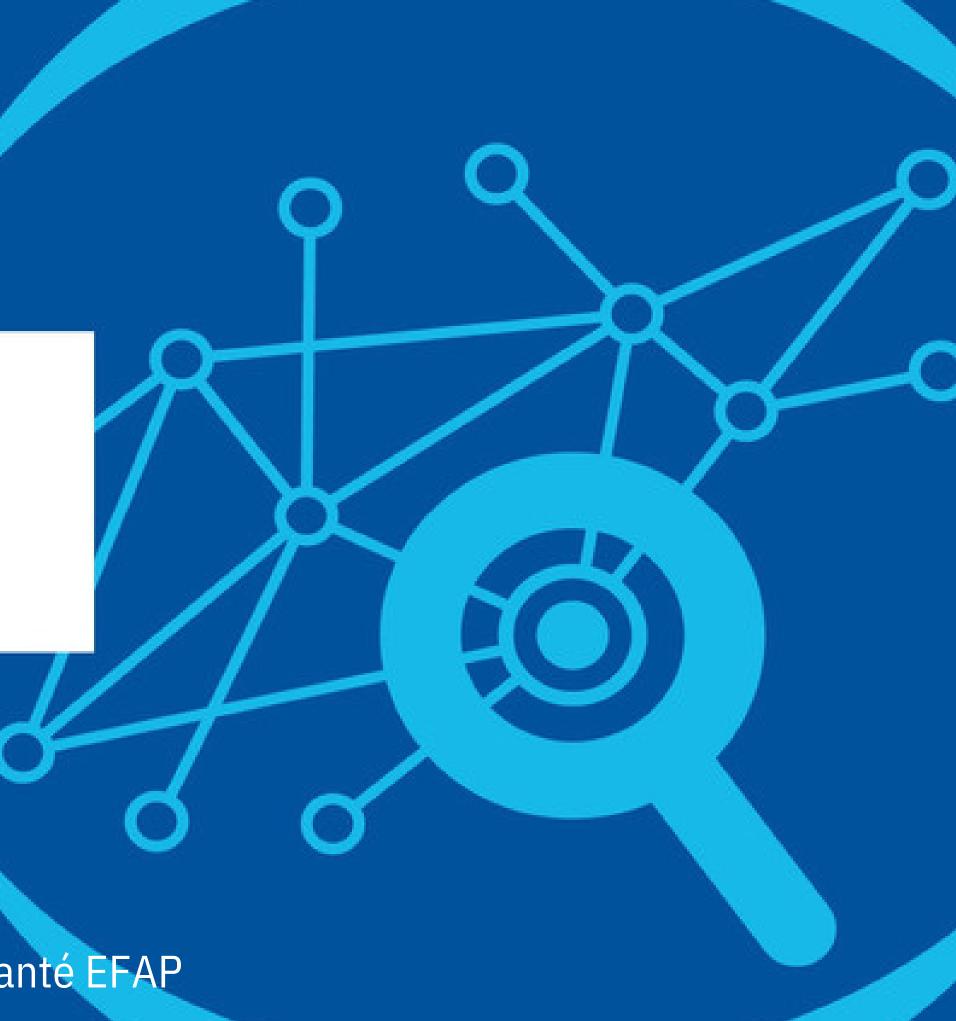


Accompagner l'innovation et la communication au service du patient

Nom projet : Ça ne vous dit REIN ?

Nom de l'Association: RENALOO

Noms des porteurs de projets: MBA Communication & Santé EFAP





1/ Présentation de l'équipe d'étudiants porteur du projet



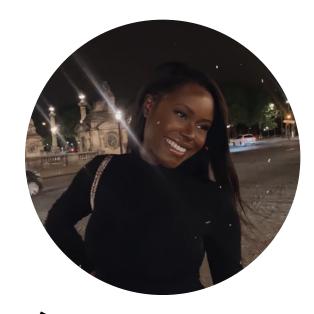
MBA

Communication &

Santé



Clotilde de Chaillé



Méliah Moundzika







Mélina WURTZ





2/ Présentation l'association ou l'organisation dédiée aux patients et/ou aux aidants.

Renaloo, né en 2002 sur le web, est devenue une association de patients en 2008. Renaloo dispose de l'agrément national des associations d'usagers du système de santé.

L'association développe de nombreuses activités, sur et hors internet, pour porter de la manière la plus efficace possible ses valeurs de soutien et d'empowerment des personnes qui vivent avec une maladie rénale, la dialyse, la greffe, de défense de leurs droits et de leurs intérêts et d'amélioration de la qualité de leurs soins et de leur vie.



La vie de l'association repose notamment sur l'engagement de ses bénévoles, qui sont majoritairement des personnes vivant avec une maladie rénale et des proches, ainsi que sur son équipe de salariés.

www.renaloo.com

3/ La problématique pour laquelle l'association ou l'organisation souhaite informer/communiquer.

La dialyse impacte très fortement la qualité de vie des personnes concernées par la maladie rénale à son stade terminal et de leurs proches. Renaloo développe depuis de nombreuses années un plaidoyer argumenté en faveur du développement de la greffe rénale.

En parallèle, l'association défend l'accès à une dialyse choisie, personnalisée et humanisée pour les personnes qui doivent avoir recours à ce traitement en attendant une greffe ou lorsque celle ci n'est pas possible.



Projet : Réalisation d'une campagne de communication afin d'alerter et de sensibiliser sur la dureté de la vie en dialyse.





4/ Les **objectifs** de la communication de l'association ou l'organisation

Objectif principal : sensibiliser le grand public aux difficultés de la vie avec la dialyse (impact sur la qualité de vie personnelle, familiale et professionnelle (angle de communication centré sur les patients, leurs proches et non le processus médical)

Objectif secondaire : sensibiliser à la greffe rénale, meilleur traitement de l'insuffisance rénale terminale







5/ Les cibles

Grand Public







6/ La **stratégie** de communication

Que vous évoque la dialyse ? Après un sondage auprès de patients et du grand public, nous avons pu constater un décalage important entre les deux groupes.

Si les patients on l'expérience de la dialyse, le grand public, lui, en a une totale méconnaissance et cela ne leur dit rien/rein.

La mission est donc ici d'harmoniser le degré d'information des 2 groupes en sensibilisant et éclairant sur le sujet et plus particulièrement sur le quotidien des patients pour le grand public. Tout ceci, par le biais des patients pour des témoignages authentiques, au plus proche de la réalité.











7/ Les outils de communication

(Pour les découvrir, cliquez dessus!)





Affichage _

(nouveau canal pour l'association, grande visibilité)



Podcasts

(canal très en vogue, était déjà en réflexion au sein de l'association)



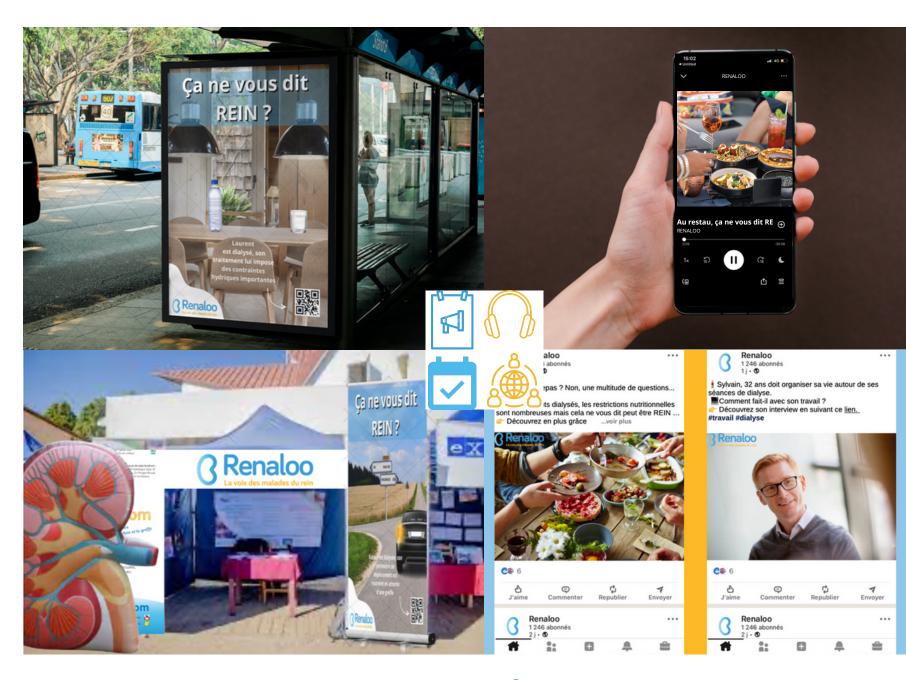
Évènementiel

(permet une proximité, valorisation de la cause)



Réseaux Sociaux

(déjà très utilisés par l'association, pas de contrainte géographique de visibilité)







8/ Les résultats attendus/KPIs

Impact attendu: faire connaître, rendre visible le vécu des personnes dialysées.

Flash QR Code

Nombre d'écoutes des podcasts / likes

Nombre de visiteurs aux évènements

Réponses aux activités

Abonnés sur les réseaux sociaux / likes / partages

Dons récoltés/ Membres recrutés



