globule
CENTRE DES DONNEURS DE SANG

LES CENTRES DE DONNEURS DE SANG « GLOBULE »

Compte tenu d'une augmentation annuelle de 5 % de la demande des hôpitaux, Héma-Québec doit développer des modes d'approvisionnement en sang lui permettant :

- d'assurer un volume quotidien de sang total et de dons par aphérèse;
- d'augmenter le volume total de prélèvement dans les régions métropolitaines ou à forte densité de population;
- d'améliorer l'accessibilité aux points de service.

L'expérience

L'objectif étant d'augmenter le nombre de nouveaux donneurs, d'augmenter la fréquence des dons de sang, de rajeunir la clientèle des donneurs et de maintenir l'engagement des partenaires organisateurs de collectes de sang, Héma-Québec propose une approche appelée Expérience positive du don de sang (EPDS).

Ce concept, basé sur les principes d'application propres au commerce de détail connus sous l'appellation « Expérience positive d'achat », permet d'améliorer le conditionnement des donneurs de sang, des partenaires et du personnel d'Héma-Québec. Parmi les éléments du « marketing-mix », les lieux de service doivent se rapprocher des donneurs et être attrayants pour encourager le passage au geste du don.

La stratégie de déploiement vise simultanément trois aspects :

- Le marchandisage, le design d'ambiance, la gestion de l'ensemble des stimuli, la communication et l'image de marque
- La fonctionnalité ou l'amélioration du processus du don de sang et la gestion à valeur ajoutée
- Le service à la clientèle et la gestion des points de contact avec les donneurs

Les objectifs et orientations de mise en œuvre :

- Mettre en valeur les points de service
- Moderniser les installations et équipements
- Améliorer le service (premier facteur de fidélisation des donneurs)
- Améliorer la productivité (efficience)
- Être conforme aux exigences sanitaires et sécuritaires reliées au secteur d'activité
- Attirer les donneurs impulsifs

globule
CENTRE DES DONNEURS DE SANG

Le concept GLOBULE

Afin de répondre aux besoins des donneurs de sang et de leur offrir des services mieux adaptés, Héma-Québec implante des centres GLOBULE dans des centres commerciaux bénéficiant d'un achalandage important, 7 jours sur 7.

S'accordant à son milieu de type commercial, le centre des donneurs de sang a une allure de « boutique » par un programme d'identité visuelle propre à la bannière GLOBULE. En conformité avec les principes du marchandisage, le nouveau design intérieur et l'ameublement moderne permettent aux donneurs de vivre une meilleure expérience, et ce, dans un meilleur environnement.

L'historique

Basée sur l'approche de l'expérience positive du don de sang, laquelle consiste à améliorer le conditionnement des donneurs de sang, et sur le concept « boutique »; Héma-Québec introduisait en octobre 2001 un nouveau concept de centre permanent de donneurs de sang sous la bannière GLOBULE. L'objectif poursuivi était d'offrir un meilleur service aux donneurs, 7 jours sur 7, dans un endroit plus accessible et dans un environnement convivial et moderne.

Le premier centre fut localisé à la Place Versailles à Montréal. Le centre reçoit en moyenne 375 donneurs par semaine.

Peu de temps après, un 2e GLOBULE voyait le jour à l'établissement de Montréal d'Héma-Québec situé sur le boulevard Côte-Vertu dans l'arrondissement Saint-Laurent.

Le 3 novembre dernier, Héma-Québec ouvrait un 3e centre GLOBULE à Place Laurier à Québec.

En 2005, nous prévoyons l'ouverture d'un 4e centre, le 3e dans la région métropolitaine de Montréal.

globule
CENTRE DES DONNEURS DE SANG

Le contexte

Au même titre que le développement des centres GLOBULE assure une certaine stabilité dans le recrutement des donneurs de sang, son efficacité est étroitement liée à sa notoriété. Par ailleurs, considérant que la majorité du budget attitré au marketing d'Héma-Québec est consacrée à la campagne de sensibilisation au don de sang; l'investissement appliqué à la promotion des centres GLOBULE demeure relativement restreint.

Objectifs communication-marketing « Globule »

- Positionner clairement la bannière comme une alternative fort intéressante dans le processus du don de sang.
- Faire connaître le réseau.
- Faire connaître les avantages.
- Augmenter le nombre de donneurs et la fréquence du don de sang.

Résultats concluants

Après deux ans d'opération au centre GLOBULE de Place Versailles nous observons une augmentation significative de certains profils :

- 8 % de plus de jeunes de 18 à 29 ans
- 7 % de plus de femmes
- 8 % de plus de nouveaux donneurs
- La fréquence annuelle moyenne du don est passée de 1,58 à 1,76.
- 30 % sont des gestes spontanés et impulsifs
- 24 % des donneurs sont présents les samedis et dimanches

Affaires publiques – Héma-Québec - 12 novembre 2003
www.hema-quebec.qc.ca