

TÉMOIGNAGE CLIENT

MyTraffic  x LA LONGUE VUE 
BUREAU D'ÉTUDES PROSPECTIVES



POUVEZ-VOUS PRÉSENTER BRIÈVEMENT LA LONGUE VUE ET SES PRIORITÉS STRATÉGIQUES ACTUELLES ?

La Longue Vue est un bureau d'études prospectives spécialisé dans les études de potentiel et l'analyse territoriale en santé. Depuis sa création, notre ambition est claire : aider les acteurs de la santé à prendre des décisions en lien avec leur projets d'implantation ou de sectorisation de manière éclairée, fondées sur des données robustes, une vision géomarketing fine, et une compréhension approfondie des dynamiques locales.

Nous accompagnons pharmaciens, groupements, experts-comptables et industriels avec une approche sur mesure, rigoureuse et transparente.



Marine Lombard

NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

1

Maintenir notre position de leader sur les études de marché :

En développant des études complètes, alliant analyse réglementaire, chalandise, santé, consommation, concurrence et modélisation financière. L'objectif : proposer une vision fiable du potentiel de développement, en particulier sur les projets complexes (transferts, fusions, zones fragiles...).

2

Étendre nos expertises à l'ensemble de l'écosystème santé :

En accompagnant tous les acteurs de la santé à prendre des décisions optimisées, ciblées et objectives sur tous leurs enjeux d'implantation, de ciblage et de sectorisation. La Loupe, notre outil de géomarketing, porte cette ambition claire.

3

Accélérer notre rayonnement et notre impact :

Via nos actions de communication (LinkedIn, newsletters, carte du mois, interventions presse...), nous développons des partenariats structurants (groupements, industriels, experts-comptables), et préparons des collaborations à l'international.

4

Garder un temps d'avance sur les signaux faibles :

Vieillesse des titulaires, déserts médicaux, mutations du commerce local, attractivité des territoires : nous restons en veille permanente pour anticiper les évolutions du secteur et aider nos clients à se positionner en amont.

TÉMOIGNAGE CLIENT

MyTraffic  x LA LONGUE VUE 
BUREAU D'ÉTUDES PROSPECTIVES

POUVEZ-VOUS VOUS PRÉSENTER ET NOUS PARLER DE VOTRE RÔLE ET DES ENJEUX QUI Y SONT LIÉS ?

Nous sommes chargés d'études géomarketing au sein de La Longue Vue.
Notre rôle consiste à réaliser des études pour les pharmaciens, afin d'évaluer le potentiel économique de leur projet officinal (transfert, regroupement, installation, etc.).

Ces analyses s'inscrivent dans une logique de maillage officinal cohérent, avec pour enjeu principal d'assurer une bonne couverture territoriale et de répondre aux besoins de santé des populations locales.



Anais Morand & Emilien Boissinot



QUELS ÉTAIENT VOS BESOINS EN MATIÈRE D'ANALYSE DE FLUX AVANT D'UTILISER MYTRAFFIC ?

Avant d'utiliser MyTraffic, nous avions un besoin clair : mieux comprendre la visibilité réelle des officines en fonction de leur localisation.

Il nous manquait des données objectives sur les flux piétons et véhicules, indispensables pour évaluer l'exposition d'une pharmacie et la dynamique de passage dans sa zone immédiate.



Anais Morand & Emilien Boissinot



QUEL RÔLE COMPLÉMENTAIRE JOUENT LES DONNÉES DE FLUX DANS VOTRE APPROCHE D'ANALYSE TERRITORIALE ?

Elles nous permettent de mesurer la visibilité réelle d'une pharmacie et d'estimer, à l'aide de statistiques développées en interne, son potentiel économique.

En croisant ces données avec d'autres indicateurs, nous pouvons évaluer l'influence d'une officine sur la clientèle potentielle qui circule ou passe devant elle.



Anais Morand & Emilien Boissinot



TÉMOIGNAGE CLIENT



QUELS BÉNÉFICES GLOBAUX OBSERVEZ-VOUS DEPUIS L'INTÉGRATION DES DONNÉES DE MYTRAFFIC DANS VOS ÉTUDES ?

Depuis l'intégration des données MyTraffic dans nos études, nous avons gagné en précision et en fiabilité.

Ces données sont aujourd'hui les plus robustes du marché, et les éléments complémentaires comme la provenance des visiteurs, les cartes de chaleur ou encore les profils sociodémographiques nous permettent de mieux comprendre l'environnement réel d'une officine.

Résultat : des analyses plus fines et des recommandations plus ciblées pour nos clients.



Anais Morand & Emilien Boissinot



TÉMOIGNAGE CLIENT



DANS QUELS TYPES DE MISSIONS LES DONNÉES DE FLUX SE SONT-ELLES RÉVÉLÉES PARTICULIÈREMENT UTILES POUR CONFORTER VOS HYPOTHÈSES ?

Nous utilisons les données de flux MyTraffic au quotidien, dans l'ensemble des études que nous produisons.

Elles se révèlent particulièrement utiles dans les études de potentiel de chiffre d'affaires, notamment lors de projets de transfert d'officine.

Leur intégration nous permet de comparer finement le flux entre le site actuel et le futur site envisagé. Dans certains cas, ces données mettent en évidence un flux moins important sur le nouveau site, une information parfois contre-intuitive, en particulier dans des environnements très commerciaux.

Ces éléments sont donc précieux pour objectiver nos hypothèses et sécuriser les recommandations faites aux clients.



Anais Morand & Emilien Boissinot



TÉMOIGNAGE CLIENT

MyTraffic  x LA LONGUE VUE 
BUREAU D'ÉTUDES PROSPECTIVES

À QUELS MOMENTS CLÉS LES DONNÉES DE FLUX ET LES VARIATIONS DE TRAFIC OBSERVÉES VIA SITE SELECTOR VIENNENT-ELLES ENRICHIR VOS ANALYSES TERRITORIALES ?

Les données de flux et les variations de trafic observées via Site Selector enrichissent nos analyses à plusieurs moments clés.

Elles nous permettent d'évaluer l'attractivité et la visibilité d'un site, ainsi que sa capacité à capter le flux de passants.

Nous les retravaillons ensuite en interne et les intégrons à nos propres modèles d'analyse, ce qui nous permet d'affiner nos estimations de potentiel en tenant compte des dynamiques territoriales et du contexte local.



Anais Morand & Emilien Boissinot



TÉMOIGNAGE CLIENT

MyTraffic  x LA LONGUE VUE 
BUREAU D'ÉTUDES PROSPECTIVES

**RECOMMANDERIEZ-VOUS MYTRAFFIC À D'AUTRES ACTEURS DE VOTRE SECTEUR ? SI OUI,
POURQUOI ?**

Oui, nous recommanderions MyTraffic à d'autres acteurs du secteur.
Les données proposées sont aujourd'hui les plus fiables du marché, et elles sont
devenues indispensables pour réaliser des analyses géomarketing complètes et
pertinentes.



Anais Morand & Emilien Boissinot

