Préface

En tant que profane souvent plongé au cœur de notre système de santé, j'ai pu observer une dynamique fascinante et parfois déconcertante entre patients, infirmiers et médecins. *« Le médecin s'occupe de la maladie, l'infirmier ou l'infirmière s'occupe du patient »*, m'a confié un ami infirmier une fois. Et avec ses multiples explications, le profane que je suis a fini par bien comprendre la nuance, et la vérité dans ses propos.

En effet, cette simple phrase encapsule une vérité souvent méconnue : bien que le médecin diagnostique et prescrit, c'est l'infirmier qui est au chevet du patient, qui comprend ses souffrances et veille sur lui avec dévotion et expertise. Pourtant, dans bien des cas, la voix de l'infirmier reste moins entendue, son autorité moins reconnue.

Le livre de Lénaïc POKAM, ***Marketing des soins infirmiers***, est pour moi une œuvre cruciale qui aborde ces questions avec la rigueur et la perspicacité nécessaires. Lénaïc, par son travail, met en lumière la nécessité pour les infirmiers de ne pas seulement être des prestataires de soins, mais aussi des gestionnaires avisés de leur propre image et compétences professionnelles.

En lisant ce livre, on comprend rapidement que le marketing n'est pas seulement un outil de commerce, mais une compétence essentielle pour les infirmiers. Il s'agit d'une démarche stratégique permettant de reconnaître et d'affirmer la place centrale des infirmiers dans le système de soins. Le personal branding devient alors un moyen pour les infirmiers de se faire entendre, de valoriser leur travail et de revendiquer les récompenses et le respect qu'ils méritent.

Pour moi, ce livre est un appel à tous : médecins, pour reconnaître l'importance des infirmiers ; infirmiers en exercice et étudiants, pour saisir et utiliser les outils de marketing pour mieux se positionner ; et même pour des individus hors du domaine de la santé, comme moi, qui interagissons avec le système de santé principalement en tant que patients, pour faire confiance aux infirmiers, et mieux échanger avec eux sur tout ce qui est douleurs, sensations, etc., quand nous sommes malades, pour qu'au final nous trouvions la guérison.

Il est donc d'un grand honneur pour moi de préfacer ce livre. *Marketing des soins infirmiers* de Lénaïc POKAM que je félicite une fois de plus, et encourage pour ce chef d'œuvre, qui arrive à un moment où la nécessité de valoriser et de reconnaître le rôle des infirmiers n'a jamais été aussi criante, surtout dans notre contexte africain.

Ce livre ne se contente pas de décrire des techniques ; quand vous l'aurez lu, vous vous rendrez compte qu'il inspire, il guide et il transforme. C'est pourquoi je recommande sa lecture aux infirmiers, et à tous ceux qui touchent de près ou de loin au monde de la santé.

Aurèle SIMO

Expert/Enseignant en marketing digital

Fondateur de Griotys Digital Academy