Références

Abramovici, M., Chevrier, S., & Jougleux, M. (2015). *Management des services. Conception, production et évaluation de la performance des services*. Presse de l'Université de Grenoble.

Banerjee, M. (2024). *Customer Segmentation in Healthcare and its Applications*. Quantzig. https://www.quantzig.com/blog/customer-segmentation-healthcare-industry/

Barabel, M., Mayol, S., & Meier, O. (2010). Les médias sociaux au service du marketing territorial : Une approche exploratoire: *Management & Avenir*, *n° 32*(2), 233-253. https://doi.org/10.3917/mav.032.0233

Barre, S., & Gayrard-Carrera, A.-M. (2015). *La boite à outils de la publicité*. Dunod.

Bathelot, B. (2023). *Lead*. Définitions Marketing « L'encyclopédie illustrée du marketing ». https://www.definitions-marketing.com/definition/lead/

Bernazzani Barron, S. (2024). *What Good Customer Service Looks Like [+Examples]*. HubSpot. https://blog.hubspot.com/service/good-customer-service

Body, L., & Tallec, C. (2015). *L'expérience client. Le design pour innover. L'humain pour créer du lien. Le collaboratif pour améliorer le changement*. Eyrolles.

Boistel, P. (2008). La réputation d'entreprise : Un impact majeur sur les ressources de l'entreprise. *Management & Avenir*, *17*(3), 9-25. https://doi.org/10.3917/mav.017.0009

Bourgeois, L. (2015). *Vivre de son art. Les clés de la réussite pour concilier passion et business*. Eyrolles.

Bucher, A. (2023). The Patient Experience of the Future is Personalized : Using Technology to Scale an N of 1 Approach. *Journal of Patient Experience*, *10*, 23743735231167975. https://doi.org/10.1177/23743735231167975

Careau, E. (2013). *Processus de collaboration interprofessionnelle en santé et services sociaux. Proposition d'une grille d'observation des rencontres d'équipe interdisciplinaires*. Université Laval.

Chabry, L., Gillet-Goinard, F., & Jourdan, R. (2020). *La boite à outils de l'expérience client*. DUNOD.

Crié, D., & Gallopel-Morvan, K. (2019). Comment et dans quelles limites « marketer » la santé ? *Décisions Marketing*, *96*(4), 5-14. https://doi.org/10.7193/DM.096.05.14

Deuwel, A. (2023). *[Modèle] Comment réaliser une analyse concurrentielle ?* HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/analyse-concurrentielle

Dey, D. (2013). Market segmentation techniques in the health care industry : A review for applicability in India. *Zenith Int J of Multidisciplinary Research*, *3*, 2231-5780.

El-Haddad, C., Hegazi, I., & Hu, W. (2020). Understanding Patient Expectations of Health Care : A Qualitative Study. *Journal of Patient Experience*, *7*(6), 1724-1731. https://doi.org/10.1177/2374373520921692

Eljiz, K., Greenfield, D., Hogden, A., Agaliotis, M., Taylor, R., & Siddiqui, N. (2023). Implementing health system improvement : Resources and strategies for interprofessional teams. *BMJ Open Quality*, *12*(1), e001896. https://doi.org/10.1136/bmjoq-2022-001896

Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre* (2e édition). DUNOD.

Fortin, M.-F., & Gagnon, J. (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche. Méthodes quantitatives et qualitatives.* (3e éd.). Chenelière Education Inc.

Gabriel, P., Divard, R., Le Gall Ely, M., & Prim-Allaz, I. (2014). *Marketing des services*. DUNOD.

Gallopel-Morvan, K., & Crié, D. (2015). *Le marketing hospitalier ; Vous avez dit marketing ? Oui, marketing ! 547*.

Gauthier, S. (2023, décembre 5). *Bâtir une identité solide : L'art de construire une marque forte pour attirer les clients qui comptent*. Les DIGIVORES. https://www.lesdigivores.ch/batir-une-identite-solide-lart-de-construire-une-marque-forte-pour-attirer-les-clients-qui-comptent/

Greengrove, K. (2002). Needs-Based Segmentation : Principles and Practice. *International Journal of Market Research*, *44*(4), 1-16. https://doi.org/10.1177/147078530204400402

Hillion, M. (2024). *Qu'est-ce que le marketing digital ? Définition, exemples et conseils*. HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/definition-marketing-digital

Jeyaraman, M., Ramasubramanian, S., Kumar, S., Jeyaraman, N., Selvaraj, P., Nallakumarasamy, A., Bondili, S. K., & Yadav, S. (2023). Multifaceted Role of Social Media in Healthcare : Opportunities, Challenges, and the Need for Quality Control. *Cureus*, *15*(5), e39111. https://doi.org/10.7759/cureus.39111

Kagan, J. (2024). *Networking : What It Is and How to Do It Successfully*. Investopedia. https://www.investopedia.com/terms/n/networking.asp

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 [edition]). Pearson.

Koukoutsaki-Monnier, A. (2013). Du réseautage professionnel à la communauté virtuelle ? À propos de l'usage d'un réseau social en ligne. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, *14/1*(1), 85-102. https://doi.org/10.3917/enic.014.0085

Koutaissoff, D. (2005). *Marketing et communication des établissements sanitaires vaudois : Analyse et positionnement de 4 services de maternité* [Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales]. https://serval.unil.ch/notice/serval:BIB_981B31C3A04B

Kwame, A., & Petrucka, P. M. (2021). A literature-based study of patient-centered care and communication in nurse-patient interactions : Barriers, facilitators, and the way forward. *BMC Nursing*, *20*(1), 158. https://doi.org/10.1186/s12912-021-00684-2

Landecy, C. (2023, juin 2). *Marketing relationnel : Définition et exemples*. HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/marketing-relationnel

Landecy, C. (2024). *Stratégie marketing : Choix, étapes et conseils pour la créer (+ exemples)*. HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-marketing

Lovelock, C., Wirtz, J., Lapert, D., & Munos, A. (2014). *Marketing des services* (7e éd). Pearson.

Markgraf, B. (2024). *How to Evaluate Marketing Segments*. Chron. https://smallbusiness.chron.com/evaluate-marketing-segments-61354.html

Markides, M. (2011). The Importance of Good Communication Between Patient and Health Professionals. *Journal of Pediatric Hematology/Oncology*, *33*, S123. https://doi.org/10.1097/MPH.0b013e318230e1e5

Masse, B. (2022). *Taux de conversion : Définition, calcul et conseils pour l'améliorer*. HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/optimiser-taux-de-conversion

Meyronin, B., Ditandy, C., & Hennequin, D. (2011). *Du management au marketing des services améliorer la relation client, développer une véritable culture de service* (2e éd). Dunod.

Moyart, L. (2006). De la croissance tertiaire à la croissance des services aux entreprises : Une synthèse des théories et modèles explicatifs. In *Services aux entreprises et développement régional* (p. 17-45). De Boeck Supérieur. https://www.cairn.info/services-aux-entreprises-et-developpement-region--9782804149406-page-17.htm

Nkoum, B. A. (2015). *Initiation à la recherche : Une nécessité professionnelle* (4e édition). Presses de l'UCAC.

Nonos, F. (2024). *La croissance au Cameroun toujours tirée par le secteur tertiaire malgré un ralentissement au 3e trimestre 2023*. Investir au Cameroun. https://www.investiraucameroun.com/gestion-publique/2602-20370-la-croissance-au-cameroun-toujours-tiree-par-le-secteur-tertiaire-malgre-un-ralentissement-au-3e-trimestre-2023

Olawole, S. (2023, mars 13). The Power of Reciprocal Relationships in the Workplace : A Guide for HR Professionals. *CoachHub*. https://www.coachhub.com/blog/reciprocal-relationships/

Perignon, J. (2023). *Stratégie de différenciation : Définition, avantages et exemples*. HubSpot. https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-positionnement-differenciation

Petitjean, J. (2023). *ROI Marketing Digital : Comment mesurer le ROI de votre stratégie*. Sortlist. https://www.sortlist.fr/blog/roi-marketing-digital/

Phaneuf, M. (2016). *La relation soignant-soigné. L'accompagnement thérapeutique* (2e édition). Chenelière Éducation inc.

Phipps, J. (2020, décembre 11). What is Online Reputation? *Webopedia*. https://www.webopedia.com/definitions/online-reputation/

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy* (Updated ed). Harvard Business Review Press.

Qualtrics. (2024). *Efficacité marketing : Les stratégies pour la mesurer*. Qualtrics. https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/efficacite-marketing/

Reeves, S., Pelone, F., Harrison, R., Goldman, J., & Zwarenstein, M. (2017). Interprofessional collaboration to improve professional practice and healthcare outcomes. *The Cochrane Database of Systematic Reviews*, *6*(6). https://doi.org/10.1002/14651858.CD000072.pub3

Sahar, M. (2023). Conceptualisation de la satisfaction des patients dans les établissements de santé : Et identification de ses déterminants. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, *4*(5), 444-462.

Truphème, S., & Gastaud, P. (2017). *La Boîte à outils du Marketing digital*. Dunod.

Weller, J. (2017). *Le guide définitif de la planification stratégique du marketing*. Smartsheet. https://fr.smartsheet.com/strategic-marketing-processes-and-planning

Yameogo, A. R., Millogo, G. R. C., Palm, A. F., Bamouni, J., Mandi, G. D., Kologo, J. K., Samadoulougou, A. K., & Zabsonre, P. (2017). Évaluation de la satisfaction des patients dans le service de cardiologie du CHU Yalgado Ouedraogo. *The Pan African Medical Journal*, *28*, 267. https://doi.org/10.11604/pamj.2017.28.267.13288