



Veescale



INSTITUT
ADIOS

Étude de cas

Institut ADIOS

Sortir de Doctolib sans perdre en simplicité :
comment un réseau d'hypnothérapie a repris la main
sur ses réservations.



Contexte client

L'**Institut ADIOS** est un réseau de praticiens en hypnothérapie et un organisme de formation de référence dans le monde francophone. Depuis 2014, l'Institut a formé une trentaine de promotions de praticiens et accompagné **plus de 5 000 personnes** vers la libération de leurs addictions — tabac, alcool, sexe, boulimie et bien d'autres schémas de dépendance.

Sa force repose sur une méthode propre, ancrée dans les neurosciences : selon de récentes découvertes, **97 % de nos comportements sont pilotés par l'inconscient**. L'approche ADIOS agit donc directement à la racine des schémas émotionnels et inconscients, là où les méthodes classiques échouent. Aujourd'hui, le réseau compte **75 cabinets** répartis en France, au Québec et au Maroc.

Avec une telle croissance, l'Institut a vite atteint les limites des outils de réservation génériques.

Problèmes identifiés et objectifs

L'Institut ADIOS utilisait Doctolib pour la simplicité de la prise de rendez-vous. Mais à mesure que son activité s'est structurée et que ses campagnes d'acquisition se sont professionnalisées, trois grandes limites sont apparues :

1. Aucun suivi marketing possible

- Impossible d'intégrer ses propres paramètres de tracking (UTM) sur le tunnel de réservation Doctolib.
- Conséquence directe : aucune visibilité sur la performance réelle des campagnes marketing. Impossible de savoir quelle campagne, quel canal ou quelle publicité générerait réellement des rendez-vous.
- Un budget d'acquisition piloté à l'aveugle.

2. Un outil générique, non aligné avec leur modèle

- Une plateforme pensée pour le médical classique, peu adaptée à un réseau de praticiens en hypnothérapie avec sa propre méthode et son propre positionnement.
- Une dépendance à un outil tiers, sur lequel l'Institut n'avait ni la maîtrise des données, ni celle de l'expérience client.

L'objectif : **reprendre le contrôle total du tunnel de réservation, rendre les campagnes marketing pleinement mesurables, et sécuriser l'encaissement — sans sacrifier la simplicité qui faisait l'intérêt de Doctolib.**

Solution proposée et mise en œuvre



L'équipe et les praticiens de l'Institut ADIOS réunis lors d'une session de formation.

Veescale a développé en interne, **sur-mesure**, un site de réservation dédié aux équipes de l'Institut ADIOS : **rdv.institutadios.com**. Une expérience aussi fluide que Doctolib, mais entièrement maîtrisée par l'Institut.

Un tunnel de réservation sur-mesure

- Une interface claire et familière, à l'image de l'Institut, qui reprend la simplicité d'un Doctolib sans ses contraintes.
- Réservation en ligne en quelques clics, avec choix du praticien.

Paiement en ligne intégré

- Encaissement directement sur le tunnel de réservation, avec un parcours optimisé pour éviter les abandons.
- Maîtrise complète du processus de paiement.

Rappels automatiques

- Notifications et rappels envoyés automatiquement aux clients pour réduire les oublis et sécuriser les rendez-vous.

Synchronisation des agendas

- Agendas des praticiens synchronisés, gestion fluide sur l'ensemble des cabinets du réseau.
- Tout est réglé en ligne, de la prise de rendez-vous à l'encaissement.

Un tracking marketing complet

- Intégration des paramètres UTM sur l'ensemble du tunnel.
- L'Institut peut enfin suivre précisément quelles campagnes Facebook, Google et autres canaux génèrent réellement des réservations — et arbitrer son budget en conséquence.



Résultats obtenus



Impact business et opérationnel :

- **+10 % de conversion** sur la prise de rendez-vous par rapport aux méthodes existantes, grâce à un tunnel optimisé et un paiement fiabilisé.
- **Une visibilité marketing totale** : pour la première fois, l'Institut sait exactement quelles campagnes performant, et peut concentrer son budget sur les leviers les plus rentables.
- **Du temps gagné** sur la gestion des rendez-vous et la coordination entre les 75 cabinets.
- **Des économies** réalisées en s'affranchissant d'un outil tiers et de ses contraintes.
- **Un encaissement sécurisé** : fin des transactions qui n'aboutissent pas et des réservations perdues.



Impact pour l'Institut

- Une indépendance retrouvée vis-à-vis de Doctolib, avec la maîtrise complète des données, de l'expérience et du parcours client.
- Un outil parfaitement aligné avec leur méthode et leur positionnement premium.
- Une capacité de pilotage marketing qui transforme l'acquisition en levier de croissance mesurable et optimisable.

© 2023 Veescape. Tous droits réservés.

Étude de cas réalisée par Veescape. Certaines données ont été ajustées ou anonymisées à des fins de confidentialité. Les résultats présentés sont fournis à titre illustratif et ne constituent en aucun cas une garantie de résultats futurs.

Contact : veescape.com