

L'expertise de MEDIA6 Pharmacie en extension et construction

Titulaires :
Madame et Monsieur DOUAY
Surface public : 185 m²
Mobilier : E6LINE
Comptoirs : SPECIFIQUES

// Pharmacie des Potiers à Desvres (62)

**AGRANDIR L'OFFICINE
POUR DOUBLER SA SURFACE TOTALE**

Démolir et reconstruire la maison mitoyenne, casser et rénover l'officine existante... ce projet a nécessité des travaux d'ampleur et une écoute particulière :

« On a tous énormément travaillé sur les plans et les problématiques entre mes souhaits et les exigences liées aux contraintes techniques. Il y a eu beaucoup d'échanges et d'écoute dans les 2 sens » raconte M. Douay, le titulaire.

La pharmacie accueille désormais un bel espace orthopédique doté de cabines, 2 comptoirs supplémentaires et l'ensemble des stocks est exposé. L'impact sur les ventes a été immédiat. Pour la décoration intérieure, le mot d'ordre des titulaires était « de faire quelque chose de moderne mais pas clinquant ». Les designers de MEDIA6

ont travaillé autour du bleu pétrole pour créer une ambiance sobre et chaleureuse, en accord avec le nouveau logo, la pharmacie possède maintenant une forte identité visuelle.

Bilan

« Il y a une meilleure visibilité des produits, un espace plus aéré, même pour nous en back-office. On s'est rendu compte avec l'équipe qu'on se sentait moins fatigué en fin de journée, malgré le fait qu'on ait plus de monde, la preuve que tout est beaucoup plus fluide »

« Je donne un 10/10 à MEDIA6 qui a respecté mes exigences, mes conditions et mon budget »
Monsieur Douay, titulaire.



L'exposition du matériel médical à la verticale permet de gagner de la place et de créer une zone d'exposition permanente.

Zoom sur

L'édito

Le modèle économique du métier de pharmacien est en train de changer, l'adaptation à la nouvelle donne est possible et même indispensable.

La pharmacie a un énorme potentiel : compétence, proximité, sécurité, conseils... pour faire face aux nouvelles attentes des patients qui veulent plus de services, plus de choix, plus d'informations, plus d'accompagnement, plus de qualité.

Notre rôle en tant qu'agenceur est de vous accompagner dans cette mutation en adaptant votre outil de travail.

En veille constante, nos équipes créent des espaces adaptés pour le développement des services aux patients, qui vous permettront d'actionner les leviers de croissance tels que l'automédication ou le selfcare et qui, évolution sociétale oblige, laissent une place à la digitalisation. Conscients que sur ce dernier point, le champ des possibles est vaste et encore imprécis, nous

travaillons en partenariat avec les acteurs du marché pour vous proposer des solutions efficaces.

C'est à travers le parcours client MEDIA6 Pharmacie (que nous vous présentons toujours en immersion totale à 360° grâce aux lunettes de réalité virtuelle) que nous faisons évoluer nos projets. Notre objectif est de permettre à toutes les officines, petites ou grosses, de se différencier et de valoriser leur expertise via les services aux patients.

L'expertise de MEDIA6 Pharmacie en extension et construction

MEDIA6 Pharmacie, en plus de proposer aux pharmaciens un agencement sur-mesure, répondant aux exigences et à l'évolution de la profession, **est devenu leader dans la construction d'officine.**

L'offre globale de MEDIA Pharmacie, c'est une construction à la carte et clé en main, une gestion du projet dans son intégralité qui vous permet de continuer à exercer pleinement votre métier pendant toute la durée du projet.

L'étude conjointe du bâtiment et de l'implantation est pour nous essentielle : elle assure un espace rationnel, en conformité avec votre vision du métier, votre clientèle et votre sensibilité esthétique.

L'architecture des officines que nous réalisons est le fruit d'un partenariat, d'une écoute mutuelle et de nombreux échanges avec les titulaires. **Une construction est l'occasion de vous différencier et de mettre en avant vos valeurs.**



// Pharmacie Le Potier à Mur de Bretagne (22)

UNE CONSTRUCTION NÉCESSAIRE
APRÈS UN REGROUPEMENT

Suite au rachat de l'officine concurrente, les titulaires ont rapidement manqué de place dans leur pharmacie de centre-ville. L'acquisition d'un terrain situé sur une artère passante a été **l'opportunité de transférer la pharmacie dans un bâtiment plus adapté**. MEDIA6 Pharmacie a proposé une implantation et un bâtiment qui ont tout de suite plu aux titulaires dont les maîtres mots étaient espace et clarté.

Le challenge de MEDIA6 était de construire le bâtiment dans des délais très courts : 9 mois entre l'achat du terrain et la fin du bail de l'ancienne pharmacie.

Le show-room matériel médical permet de développer l'activité. Les comptoirs confidentiels quant à eux, favorisent la confidentialité pour le bien-être et le confort des clients.

Bilan

« On a le bâtiment qu'on espérait dans le budget attribué. **C'est l'offre globale qui a été décisive** et qui nous a permis de réaliser notre projet dans les délais. » Monsieur Le Potier



Un nouveau design pour le comptoir Confidentiel 2.

Pensé pour que la confidentialité ne soit pas seulement confinée dans des espaces nommés et dédiés aux entretiens pharmaceutiques, mais qu'elle **se retrouve aussi dans l'espace de vente.**

Nouveau pour cette fin d'année,
notre site internet se refait une beauté !!

Mise en ligne fin 2016



// Pharmacie Ste Agathe à Florange (57)

RÉNOVER POUR SE DISTINGUER

Pour faire face à une concurrence active, la rénovation de l'officine s'imposait avec un objectif principal : mettre l'accent sur les services, l'accueil et la prise en charge du client.

Le modèle des comptoirs apporte une meilleure confidentialité et leur positionnement facilite les explications côte à côte entre les pharmaciens, les préparateurs et les clients. L'espace matériel médical, ouvert sur la vitrine, permet une mise en scène permanente et l'officine est prête pour réaliser les nouvelles missions avec une salle orthopédie et une salle HPST.

Dynamique, la titulaire propose des animations mensuelles qu'elle peut désormais réaliser sur le beauty bar. Fonctionnel il permet la vente sans ordonnance et peut accueillir un service de click & collect. Il est positionné au cœur de l'officine pour un meilleur impact.

Titulaires :
Madame et Monsieur NOLTET
Surface public : 155 m²
Mobilier : FLEXIWALL
Comptoirs : CONFIDENTIEL

Le beauty bar

Cette table marchande anime l'officine au travers des ateliers proposés par la titulaire. Auparavant réalisés entre 2 comptoirs, les différents thèmes : aromathérapie, véto, nutrition, cosméto... trouvent désormais leur place sur la table. Madame Noltet précise que l'intérêt de ces animations qui, « en fonction du thème, font plus ou moins vendre », est surtout « de fidéliser la clientèle, qui apprécie de voir du changement dans l'officine ».

C'est également l'occasion de capter l'attention d'une clientèle qui va habituellement en grandes surfaces et dans les parfumeries « en proposant un suivi, notamment grâce à des programmes beauté ».

Bilan

« MEDIA6 est le seul agenceur qui a su nous proposer un projet avec des solutions répondant à nos contraintes techniques. Un plan plus intéressant et fonctionnel. Notre pharmacie est telle qu'elle nous a été présentée au départ et nous sommes très satisfaits » Madame Noltet, titulaire.



// Pharmacie de la Poste à Soissons (02)

RÉNOVER POUR OPTIMISER

Dans cette pharmacie de centre-ville, le défi de Media6 était d'optimiser la surface de vente pour développer les linéaires, le libre accès et aussi de créer une cabine conseil.

Le plan proposé par Media6 réunissait ces objectifs tout en « évitant de partir dans des travaux trop chers » (Mme Lemaire). Comme désiré, la pharmacie a pu élargir l'offre libre accès ainsi que la gamme en parapharmacie. Officine conseil en compléments alimentaires et micro-nutrition, cette spécialité se retrouve désormais plus facilement à travers un parcours client plus séduisant.

Titulaire :
Madame LEMAIRE
Surface public : 103 m²
Mobilier : E6 LINE
Comptoirs : MATISSE

Le Corner Institut

Élément 4 faces multifonctions :

- une face côté entrée pour l'exposition de produits
- une face côté vitrine pour la communication externe
- une face côté comptoir pour la démonstration et l'explication produit avec table testeur coulissante et poste pour vente sans ordonnance.
- une face côté mural avec une offre produit et des tiroirs pour le stockage d'échantillons.

Bilan

« Je suis très satisfaite. Chaque pan de mur est optimisé, on ne perd pas une miette de place dans l'espace client. La pharmacie qui était en perte de vitesse avant les travaux, est resplendissante et la fréquentation a augmenté de 15% ! » Madame Lemaire, titulaire.

Les moments clés du parcours client de votre pharmacie

la suite

Retrouver
les 7 étapes
du parcours client
de Media6 Pharmacie,
en téléchargeant notre
plaquette



SCANNEZ-MOI!

Pour adapter le parcours client à la singularité de chaque officine nous imaginons, créons, réalisons des projets uniques. Voici quelques extraits de réalisations et de projets à venir.

// Votre identité

Etre visible et se positionner à travers la vitrine

1



// La première impression

Personnaliser l'officine pour la distinguer à travers la création et la déclinaison d'un logo

2



3

// L'attractivité

Créer un espace promo / saison pour dynamiser votre image et votre offre prix



4

// Votre expertise 3.0

Mettre en scène les segments d'avenir, ici avec une tête de gondole « objets connectés »

78% des français pensent que les pharmaciens d'officine sont légitimes pour vendre des objets connectés.
(Source : extrait de l'enquête on line réalisée par Les Echos Etudes et Le Terrain, juillet 2015)

En 2015 78,1 millions d'objets connectés ont été vendus dans le monde, soit une hausse de 171,6 % par rapport à l'année précédente.
(Source : Lequotidiendupharmacien.fr)

7

// Votre métier

Privilégier la confidentialité, le rapport humain, la vente, l'accueil PMR et le confort au comptoir

6

// La Confidentialité

Développer l'accompagnement pharmaceutique : perspective d'évolution de l'exercice du métier, ce dispositif place le pharmacien comme acteur central du système de santé.

Pourquoi pas ?

Valoriser le « Made in Région » pour développer votre attractivité.

Acheter local est devenu une véritable préoccupation des Français, ainsi 63% privilégient régulièrement les produits régionaux et, 93% le font de temps en temps (source étude Opinion Way pour a Little Market). Depuis peu de nombreuses marques régionales de cosmétique ont investis l'officine française, ce qui offre un axe de différenciation et l'opportunité de profiter de cet engouement.

Le saviez-vous ?

L'assurance maladie met à disposition de chaque officine un kit complet pour conduire les entretiens pharmaceutiques.

Téléchargez ces outils sur www.ameli.fr ou accédez directement au téléchargement en scannant ce code.



5

// Le Shop-in-shop

Créer une zone d'exposition permanente pour valoriser une spécialisation

Positionner une table d'animation qui fait également office de comptoir de vente sans ordonnance et de retrait Click & Collect

71% des internautes sont intéressés par la réservation d'ordonnances
(le quotidien du pharmacien « Vos clients vous attendent sur le net ! » 21.04.2016)

68% des français pratiquent le click & collect
(source : étude mondiale « Commerce Connecté » DigitasLBI Avril 2015 & Observatoire Cetelem de la consommation 2015 POURQUOI SE DIGITALISER ?)



Vous avez un projet ?

Tél. : 0800 971 280 / info@media6pharmacie.com
(appel gratuit depuis un poste fixe)

MEDIA6 Pharmacie
AGENCEMENT - CONCEPT - REALISATION

www.media6pharmacie.com