

MEDIA  Pharmacie

TRAVAUX - AGENCEMENT - MERCHANDISING

aménagement
DYNAMISER VOTRE PARCOURS CLIENT



MEDIA6 Pharmacie

TRAVAUX - AGENCEMENT - MERCHANDISING

Proposer
une nouvelle
expérience
d'achat
à vos clients:
un levier
pour dynamiser
votre officine

Comment optimiser l'efficacité
de votre officine
et répondre aux nouvelles attentes
des consommateurs ?

La transformation
de votre officine
est un levier
de croissance.

MEDIA6 Pharmacie, agenceur reconnu dans le monde de la pharmacie, vous apporte les clés pour offrir à vos clients une nouvelle expérience d'achat et dynamiser de façon durable votre point de vente.

Quelles sont les attentes de la clientèle d'une officine ? :

- **Plus de proximité**
(pour gagner du temps)
- **Une plus grande exigence sur la relation client**
- **Un assortiment différencié**
(à l'écoute des besoins des clients)
- **Un meilleur accès**
- **Une personnalisation et des services**

Pour mettre en place un parcours d'achat cohérent avec les attentes, il faut que les magasins du futur soient ciblés, sobres, high tech et humains.

Le consommateur
recherche un commerce
à son service :

**L'aspect, les services et le parcours d'achat
doivent être privilégiés.**

Avec **2 objectifs prioritaires** :
optimiser la prise en charge du client et
étendre l'offre avec moins de stock,
la digitalisation de l'officine est l'une des clés
pour répondre à ces objectifs.

**MEDIA6 Pharmacie vous apporte
son expertise** afin de répondre à ces
enjeux à travers une offre clé en main :

- Design, architecture commerciale
- Conception
- Production
- Coordination et exécution
des travaux
- Installation des mobiliers
- Suivi de clientèle

Les moments clés du parcours client de votre pharmacie

1 / VOTRE IDENTITÉ / La vitrine	p6
2 / LA PREMIERE IMPRESSION / L'accueil	p8
3 / L'ATTRACTIVITÉ / Favoriser l'achat d'impulsion	p9
4 / VOTRE EXPERTISE 3.0 / La digitalisation	p10
5 / LE SHOP-IN-SHOP / Théâtraliser votre spécialisation	p11
6 / LA CONFIDENTIALITÉ / Des cabines dédiées	p12
7 / VOTRE MÉTIER / La dispensation	p13

Parcours du point de vente de votre pharmacie



// Votre identité

La vitrine

Espace de communication, la vitrine est la carte de visite de votre officine, c'est aussi le premier point de contact avec votre client. Elle est un élément essentiel à votre réussite, vecteur d'image et de trafic.

Affichage des informations et services de base :
identité, horaires, spécialités développées...

SOLUTIONS :

- Plaque d'identité, vitrophanie, pictogramme, affichage
- Écran de communication
- Création de logo, charte graphique, identité visuelle

Théâtraliser la vitrine :

Donner une première information sur l'actualité de l'officine, les promotions, les produits de saisons...

SOLUTIONS :

- Podium, table de présentation, cube
- Mât, cadre sur cimaises
- Ecran de communication
- Distributeur automatique 24/24

 astuce
Privilégier des vitrines libres au maximum pour voir l'officine par transparence qui devient elle-même vitrine et donne envie d'entrer.





// La première impression L'accueil

La différenciation de l'officine passe avant tout par l'accueil et les conseils. Au final, l'image de l'entreprise, de l'équipe et du

titulaire occupe une place primordiale dans l'acte d'achat, c'est la base de la création de confiance et de fidélisation.

Orientation - Information :

SOLUTIONS :

- Signalétique haute et codes couleurs pour clarifier et bien identifier les univers
- Borne tactile pour permettre d'accéder à des offres produits adaptées aux besoins de la clientèle, aux prix et fiches produits des articles en libre accès dans l'officine

Prise en charge - Services :

SOLUTIONS :

- Poste avancé pour animer, orienter, conseiller et encaisser
- Borne de retour médicaments périmés et pour les toxiques

Ambiance :

SOLUTIONS :

- Sonore « 95% des personnes apprécient l'écoute de sons d'ambiances ou de musique dans un espace »
- Visuelle « 80 % des informations parviennent à l'homme par l'entremise de la vue »
- Olfactive « l'humeur s'améliore de 40% en présence d'un parfum agréable »
- Lumineuse : créez une atmosphère unique dans votre commerce grâce à un éclairage jouant sur l'accentuation subtile des points chauds, la lisibilité du lieu, l'orientation, la décoration et l'animation.

astuce
La borne tactile peut aussi servir à enregistrer les clients pour mieux les connaître et les fidéliser.



// L'attractivité Favoriser l'achat d'impulsion

Le marché des soins, cosmétiques et parfums se caractérise par une réelle sensibilité aux nouveautés et aux offres des marques et des enseignes.

Faciliter la lisibilité favorise la vente et l'achat d'impulsion. Créer un espace Saison / Promo / L'affaire du moment pour dynamiser votre image et votre offre de prix.

Développer des espaces promotionnels :

SOLUTIONS :

- Table promo / table marchande
- Bac soldeur
- Signalétique sur cimaises
- Gondole spécifique

Valoriser les produits en tête de gondole et en intercomptoir :

SOLUTIONS :

- Tête de gondole avec écran diffusant l'information sur le produit mis en avant et niches ou tablettes pour présenter le produit



astuce

Disposer les produits sur différents niveaux pour attirer l'œil.

3

// Votre expertise 3.0

La digitalisation

L'avenir de la pharmacie passe par la création de services client. Les pharmaciens bénéficient d'une crédibilité, d'une réelle confiance de la population et d'une proximité

qu'eux seuls détiennent. Ils sont donc aujourd'hui les mieux placés pour expliquer les bénéfices des objets connectés, profiter de l'émergence de nombreux outils de santé digitaux...

Plus de services

SOLUTIONS :

- Diagnostic santé, avec tablette tactile utilisée par l'équipe comme un support qui apporte des éléments de dépistage ou de preuve avec des applications qui se rendent utiles dans l'interaction avec les clients
- Table diagnostic de peau avec test bar
- Table objets connectés avec présentation digitale, possibilité d'essayer avec les conseils de l'équipe officinale
- Encaissement en rayon sur tablette ou via un smartphone
- Information digitale en linéaires et gondoles parapharmacie avec présentation des produits

Etendre l'offre

SOLUTIONS :

- Linéaire digital OTC avec distribution automatique des produits
- Catalogue espace ortho / MAD / HAD accessible sur borne digitale



astuce
Placer un espace librairie à proximité de la table de présentation des objets connectés pour une offre globale.



Les comportements des consommateurs évoluent.

Les services attendus du cross-canal :

72% des personnes interrogées utiliseraient un écran d'information produit en magasin

70% réserveraient sur internet avec un retrait en magasin

47% utiliseraient des offres spéciales sur leurs smartphones liées aux produits regardés tout au long de leurs parcours en magasin

61% utiliseraient une offre pour un service VIP en magasin reçue après un achat en magasin ou en ligne

Source : Etude 1, 2, 3 Contacts réalisée par Sens'O pour Popai sur le secteur de la beauté : Vive le magasin, augmenté par le web ! Etude qualitative réalisée en mars 2014 via un carnet de bord auto administré sur mobile sur 23 shoppers de la catégorie, étude on line réalisée en mai 2014 sur 1067 clients représentatifs des acheteurs de la catégorie (81% femme, 19% homme de 15 à 65 ans).

// Le shop in shop

Théâtraliser votre spécialisation

Le point de vente devient un lieu d'expériences et de conseils, il a besoin d'évoluer pour correspondre aux attentes

Les Ateliers

SOLUTIONS :

- Ateliers thématiques : diététique nutrition, manger sans gluten, utiliser les huiles essentielles, l'homéopathie...
- Ateliers autour de bébé : massage, «trousse à pharmacie naturelle de bébé»...

Les Tests

SOLUTIONS :

- Accès aux tests et échantillons
- Dégustation, thés & tisanes, plantes en vrac

L'Ambiance

SOLUTIONS :

- Coin enfants adapté avec table, jeux, écran...
- Diffuseur d'huiles essentielles, inhalation
- Bruits de la nature
- Eclairage adapté

des clients, créer une ambiance leur donnera envie de revenir. Valoriser les spécialités permet également de se différencier.

La Mise en scène

SOLUTIONS :

- Espace nature : théâtraliser le laboratoire herboristerie visible de l'espace public, plan de préparation herboristerie, pesée de plantes en vrac avec balance et mélange EPS (extraits de plantes fraîches standardisées)

- Espace MAD / HAD / Ortho : Show-room d'exposition petit et gros MAD avec catalogue accessible sur borne digitale

- Créer des arches, différencier les espaces par des codes couleurs, un design différent



astuce

Donner de la visibilité à vos univers et mettre en avant votre spécialité en créant un véritable shop-in-shop se démarquant de l'ensemble de l'officine.



Des leviers de développement :

Espace optique

SOLUTIONS :

- Implantation d'un corner optique (nécessite du personnel titulaire du diplôme d'opticien)

Espace audioprothèse

SOLUTIONS :

- Implantation d'un rayon audioprothèse (nécessite du personnel titulaire du diplôme d'audioprothésiste, un local et du matériel spécifiques)



// La confidentialité Des cabines dédiées

Dans le cadre de la loi HPST, la création d'espaces confidentiels est systématique, pour que le pharmacien puisse exercer sa

mission de service public dans le respect de la vie et de la personne humaine et veille à respecter le secret professionnel qui s'impose à lui.

Cabines de confidentialité :

SOLUTIONS :

- Développer l'accompagnement pour les autodiagnosics
- Donner la possibilité de prendre RDV avec le titulaire en remplissant une demande à une borne spécifique (avec accès direct à un agenda sur la tablette). Ces « rendez-vous santé » peuvent être réalisés pour l'éducation thérapeutique, le dépistage, les soins de 1er recours, le suivi vaccinal, les tests rapides d'orientation diagnostic...
- Possibilité d'y développer les services et ateliers avec cours, animations (beauté, séances lumphothérapie, test, inhalations, RDV santé, homéo, phytothérapie, aromathérapie, nutrition, sophrologie...)
- Cabine orthopédie avec stock pour essayage en direct



L'utilisation d'une tablette tactile avec application dédiée lors des entretiens pharmaceutiques apporte un côté ludique qui permet une meilleure compréhension du client.

// Votre métier

La dispensation

La vente de médicaments sur ordonnance reste le cœur du métier de pharmacien d'officine, tourné vers l'humain, sa santé et son bien-être. Le comptoir

est un lieu d'accueil, de conseil et de prise de congé où l'on privilégie la confidentialité, le rapport humain, la vente, l'accueil PMR et le confort.

Les comptoirs :

SOLUTIONS :

- Le comptoir Confidentiel fait la part belle à la confidentialité grâce à une joue de séparation
- Le comptoir des « Doc'ks » favorise le rapport humain en plaçant praticien et client côte à côte
- La partie arrière des comptoirs est pensée pour disposer des meilleures conditions ergonomiques
- Respect des normes pour l'accueil des personnes à mobilité réduite

Mettre en place un service de Click & Collect :

SOLUTIONS :

- Dédier un comptoir à ce service et le différencier des autres comptoirs
- Identifier clairement la zone de retrait Click & Collect afin qu'elle soit visible dès l'entrée

Concevoir un espace attente pour rendre le moment plus agréable :

SOLUTIONS :

- Implanter une librairie
- Prévoir des porte-revues informations
- Positionner un écran de communication permet de rendre l'attente plus agréable
- Placer des chaises et banquettes
- Mettre à disposition une fontaine à eau



astuce
La création d'un espace attente et documentation permet de rendre l'attente agréable.





En attendant,
je me documente !

US COACERIE VOIRE SAUTRICES INTERES

POURCHER L'ORDAN POUR COMMENCER

VOIR NOUS VISITERE TRADIC COACERIE VO

ANCE SANTE NATURE
" Mon bien-etre ,je l'entretiens ! "



" MON BOUT'CHOU "



MON PHARMACIEN ME CONSEILLE
" Je suis malade, je me soigne ! "

CLICK

&

COLLE

Les comptoirs



MEDIA6 Pharmacie

5 avenue des Bertaudières

44680 Saint Pazanne

02 51 70 50 50

Mail :

info@media6pharmacie.com

Plus d'informations sur :

www.media6pharmacie.com

