

Développer le conseil associé pour créer plus de trafic en officine

Différents canaux de distribution ouvrent chaque jour leur porte à nos patients. Quel est le comportement à adopter face à cette évolution ? Comment se différencier de cette concurrence ? Développer la vente associée est une stratégie gagnante !

RENCONTRE AVEC **MARC GRYSEELS**, ADMINISTRATEUR BACHI.

Un travail en équipe !

Au-delà de ses enjeux commerciaux, la vente associée est l'occasion pour les officinaux de mettre en avant leurs compétences. À l'heure où il est vital de se différencier, des spécialisations qui ne sont pas toujours clairement affichées peuvent être exploitées. En revanche, systématiser la démarche pour « faire du chiffre » ou déstocker risque d'être contre-productif. L'objectif doit être la satisfaction du patient, gage de sa fidélisation et d'un bouche-à-oreille positif.

Dans cette optique, il est impératif de définir en amont des priorités à travailler avec l'équipe :

Aborder le thème des ventes associées lors d'une réunion d'équipe, en insistant sur la valorisation du dialogue autour de l'ordonnance qui répond aux missions du pharmacien, améliore la prise en charge et renforce la fidélisation.

Réfléchir au panier moyen des ventes hors ordonnances et à l'offre de produits en fonction des pathologies les plus courantes.

Identifier les symptômes associés qui ne sont généralement pas pris en charge par les prescripteurs.

Faire une sélection de produits conseil personnalisés et préparer des fiches à double entrée (pathologie et/ou produit).

Se former en équipe sur les techniques de communication, le conseil et les pathologies les plus courantes pour lesquelles il est simple de proposer un produit complémentaire.

Analyser en commun des ordonnances types pour lesquelles les ventes complémentaires ont abouti.

A partir de l'analyse du profil des prescripteurs à proximité et de la patientèle, l'équipe doit d'abord identifier des axes de conseil en fonction du référencement, des compétences...

Développer des idées d'association

Un travail préparatoire peut se concrétiser par la mise en place des formations nécessaires, mais aussi la rédaction de fiches conseil qui fourniront une base homogène à l'argumentation au comptoir.

Le contenu résumera, pour chaque pathologie, les réponses possibles en termes de vente associée, la composition et les effets des produits, mais aussi les précautions d'emploi et contre-indications.

Développer les associations dans les domaines les plus adaptés : pathologies dermatologiques, petits bobos de l'été, rhume saisonnier, infectiologie (grippe, bronchite, conjonctivite, gastro-entérite), allergie, cystite, mycose, entorse...

Renforcer l'efficacité des médicaments prescrits en proposant des produits non remboursés, mais dont l'efficacité a été prouvée.

Diminuer un symptôme associé comme la fièvre, la douleur, les démangeaisons, ...détecté lors d'un questionnaire adapté.

Éviter les récurrences en proposant des produits de nutrithérapie, phytothérapie ou homéopathie dans le but de renforcer les défenses.

Proposer un accessoire qui facilitera la vie du patient ou l'aidera à mieux gérer sa pathologie (automesure, dépistage, semainier pour médicaments, diffuseur d'HE, inhalateur...).

Mode d'emploi pour oser !

- ➔ Assurer la dispensation de l'ordonnance selon les procédures habituelles.
- ➔ Analyser la prescription en repérant les ventes complémentaires possibles.
- ➔ Ouvrir le dialogue avec le patient en privilégiant les questions ouvertes afin d'obtenir un maximum d'informations et identifier ainsi les symptômes associés ou les besoins latents.
- ➔ S'appuyer sur ses réponses pour proposer un complément d'ordonnance, en argumentant sur les caractéristiques du produit qui sont en relation avec la problématique du patient et sa pathologie.
 - En cas d'acceptation, bien expliquer l'utilité du produit, ainsi que son utilisation.
 - En cas de refus, ne pas insister. Remettre une documentation et un échantillon le cas échéant.

Ann Daelemans