8 idées pour booster l’animation de votre officine en 2023

Quelles sont vos résolutions 2023 pour booster votre animation en pharmacie ? Stop aux vitrines qui donnent le blues ! Après un Noël à l’économie et deux années placées sous le signe du Covid, les Français aspirent à retrouver une oasis de paix. Le blog du pharmacien vous invite à faire le plein de bonnes idées pour re-dynamiser vos ventes et le moral des troupes ! De quoi faire pâlir d’envie vos concurrents… Suivez le guide.

Fini le temps où l’animation en pharmacie se résumait à juxtaposer des affiches publicitaires en vitrine… Acteur majeur de la santé des Français, une officine se doit de communiquer sur ses différentes missions et services. Voici de quoi donner envie à la patientèle de pousser la porte plus souvent !

1/ Osez la singularité pour créer une identité unique et originale

La crise sanitaire l’a prouvé ! La pharmacie d’officine a vu ses missions s’élargir ces dernières années. Et, parmi les avancées, la vaccination est bien rentrée dans les mœurs… Donner une identité visuelle unique à votre pharmacie, mettre en avant vos spécialités et vos services vous distinguent des concurrents. Votre identité doit être cohérente quelques soient vos canaux de communication : création de logo, cartes de visite, porte-ordonnance, sac de pharmacie, vitrophanie…

Mettez en valeur vos spécificités directement sur votre sac d'officine

La pharmacie Du Pont a choisi un porte-ordonnance en coton résolument végétal

2/ Optez pour une signalétique pharmacie attrayante

Pour attiser la curiosité, renforcez la visibilité de votre façade et de votre vitrine. Ne négligez pas la signalétique pharmacie à l'extérieur, à commencer par l'installation d'une croix verte lumineuse et animée pour booster votre

trafic. On doit pouvoir vous identifier dans la rue au premier regard de loin. Il existe désormais des croix lumineuses de couleur avec animations 3D et texte défilant qui peut se changer en fonction de vos actualités. Communiquez de loin…

Bien choisir votre croix verte selon la taille de votre

enseigne et le style de la façade

Témoignage de pharmacienne

Eloignée du centre du bourg, Christine Riou, pharmacienne à Hillion (22) désirait rendre sa pharmacie plus visible… Un vrai sujet ! Découvrez comment elle s’y est prise dans notre interview pour vous aider à cheminer dans vos projets.

3/ Décorer votre vitrine d’officine attire le regard des passants

Précédent
Suivant

L’objectif de la vitrine est de capter l’attention et de séduire le passant pour qu’il s’arrête et regarde. Faute de temps souvent on se retrouve avec une vitrine qui superpose les pubs de laboratoires, mélangeant les genres, entre

publicités et promotions, le consommateur s’y perd !

Votre vitrine est un support de communication comme un autre. Elle doit véhiculer une ambiance qui met d’emblée le visiteur en confiance. Identité graphique, spécialités pharmaceutiques, informations pratiques… Ne laissez rien au hasard, tout en restant assez sobre pour garder votre crédibilité.

La vitrine de votre pharmacie : adoptez une signalétique claire pour être attractif

Qui peut s’occuper de votre habillage vitrine ?

Les vitrophanies et les adhésifs vitrine doivent susciter la curiosité. Avant de vous lancer, prenez conseil auprès d’un professionnel. Personnalisables aux couleurs de votre officine, elles s’adaptent à la taille et à la forme de vos vitres. Tout un programme !

Quelles animations saisonnières imaginer ?

Privilégiez les vitrophanies saisonnières pour capter l’attention, cela reflète le dynamisme de votre officine.

Voici quelques idées de thèmes récurrents pour vous inspirer :

- en hiver : la toux, la peau, la fatigue, les cadeaux cosmétiques,
- au printemps : le rhume des foins, l’amaigrissement, les soins avant l’exposition au soleil, le stress avant les examens,
- en été : les piqûres d’insectes, les produits solaires, le mal des transports,
- en automne : l’acné, les champignons, les poux, la chute de cheveux, la contention.

Vitrines acidulées et protection solaire pour l’été (1)

Vitrines acidulées et protection solaire pour l’été (2)

Des vitrines animées pour relayer vos thématiques saisonnières (3)

Précédent

Suivant

4/ Créer l’événement pour générer du trafic

Donnez une nouvelle dynamique à votre pharmacie, c’est aussi proposer des animations événementielles régulières, à relayer en vitrine et en boutique pour optimiser l’impact de l’opération. N’oubliez pas, votre vitrine est le premier contact avec l’officine : une vitrine soignée et originale est une marque de dynamisme et d’un accueil de qualité.

Les occasions ne manquent pas pour décorer chaque mois votre vitrine (vacances d’été, rentrée scolaire, fête d’halloween, Noël…). Vous pouvez faire appel à un décorateur étalagiste pour vos mises en scènes ou installer vous-même vos décorations.

Quelle décoration choisir pour les temps forts de l’année ?

Découvrez nos solutions clés en main (kit déco pour l’été, pour Noël, Octobre rose…) afin de réaliser des animations saisonnières qui sortent du lot. Et voici nos bonnes idées pour créer, anticiper et gérer au mieux ces événements en pharmacie :

- Solaire en pharmacie : pour un été réussi, c’est par ici.
- Noël en pharmacie : voici comment créer la surprise.
- Mois de la lutte contre le cancer : on se mobilise !

Dynamisez votre vitrine avec un kit adhésif spécial été

5/ Réaliser des animations en pharmacie

Animer votre officine, c’est aussi organiser des événements ponctuels autour de thématiques qui intéressent votre patientèle pour donner de nouvelles raisons de venir et ainsi, cultiver le lien de proximité et susciter l’achat :

- Attirez les jeunes mamans vers le rayon bébé en organisant un atelier découverte (allaitement, nutrition infantile, hygiène-soin) et un espace jeu pour occuper les enfants ;
- De même, lancez un jeu-concours de dessin pour les enfants au moment de la rentrée scolaire ou à Noël, avec espace créatif temporaire en pharmacie.

Un coin enfant ludique à la pharmacie la Cala. (4)

Animation dessins de Noël à la pharmacie de l’Avre

6/ Captez l’attention avec les écrans digitaux

Vous avez envie de rajeunir votre pharmacie ? Idéale pour capter l’attention sur votre officine, l’écran d’affichage dynamique est le plus performant des médias. Vecteur majeur d’images et actualisable à volonté, il vous permet surtout d’animer votre vitrine en quelques minutes seulement.

L’affichage dynamique en officine permet de capter l’attention et de réduire le temps d’attente ressenti.

Renforcer la prévention contre la grippe

Si vous choisissez par exemple d’aborder la prévention et **le traitement de la grippe**… Sur un fond de flocons animés et d’un bonhomme de neige bien emmitouflé, vous pourriez réaliser trois panneaux distincts en rotation permanente pendant la période hivernale [1]:

- L’un « avant la grippe » sur les gestes barrières (lavage des mains), la vaccination assez tôt ;

- L’autre « pendant la grippe » sur le traitement : temps de repos, Paracétamol, isolation ;
- Le troisième « après la grippe » : renforcer le système immunitaire, reprendre des forces.

Pour appuyer cette opération, vous pouvez montrer en vitrine les produits recommandés (Bion 3, « Soyez fort de l’intérieur ») dans votre animation digitale, en vente en pharmacie.

7/ Optimiser le merchandising pharmacie par le conseil

Au-delà d’assurer la visibilité de vos marques, c’est le bon

conseil qui détermine l’acte d’achat en pharmacie. En tant que pharmacien, vous devez donc aller plus loin : votre patientèle attend plus un service qu’un produit…

« Je viens chercher dans ma pharmacie une forme de chaleur, la relation de confiance et bien sûr, l’expertise santé de mon pharmacien » selon Pauline.

Rester proche de votre patientèle est donc essentiel. Vos animations doivent donc être adaptées aux vrais besoins de votre clientèle si vous voulez avoir un impact sur celle-ci.

Voici nos clés pour vous aider au quotidien sur certains sujets :

– La crise sanitaire a impacté le bien-être de vos patients ; vous souhaitez aider au mieux vos patients afin qu’ils retrouvent le sommeil ;

– La prise en charge des maladies chroniques en pharmacie ou comment soigner votre communication pour sensibiliser et promouvoir la prévention.

Sensibiliser et promouvoir la prévention et le dépistage des maladies en officine.

8/ Élaborer des slogans conseils percutants

Certes, les communications doivent servir d'accroche visuelle mais communiquer avec un langage clair est aussi essentiel quelques soient vos supports. Le slogan doit attirer l'attention donc évoquer une image forte ou l'interpeller « vaccin antigrippal : vous êtes concernés ! »

Il est important de rester le plus concis possible dans le choix de vos slogans (cinq à sept mots) et vulgarisé pour inciter votre patientèle à vous demander conseil[1] :

- « **Rentrée des classes, sortie des poux !** » (Les anti-poux)
- « **Ça gratte, ça pique, vous êtes allergique** »

(Traitement anti-allergie)

- **« Ne laissez pas tomber vos cheveux !** » (Gamme produits capillaires)
- **« Bronzez en toute sécurité !** » (Gamme produits solaires)
- **« Ne vivez plus à bout de souffle** » (Traitement de l’asthme)
- **« Soyez zen ! » (**Calmant à base de plantes)

Affiche vaccination Grippe et Covid-19 de l'URPS île-de-

France, téléchargeable ici

Thèse : les vitrines de pharmacie d'officine : un fabuleux vecteur de communication. 2007. Par Emilie Grandjean.

Crédit photos :

(1)Comment décorer la vitrine de votre pharmacie ? Medd Agencement.
(2)Pinterest. Vitrine de pharmacie en Aquitaine.
(3)Site internet de la Pharmacie de l'Espérance. Rubrique actualités.
(4)Inside Pharmacy. Pharmacie la Cala.

Lire aussi :

– Quelle croix verte pour améliorer votre visibilité ?

– 5 pièges à éviter pour réaliser une vitrine de pharmacie attractive

– Dynamisez votre activité grâce à l'affichage digital !