

Facebook or not Facebook : soyez plus proche de votre patientèle !

Facebook, le media social idéal pour votre pharmacie ? Le contexte de la crise Covid-19 accélère la digitalisation des échanges. Dans l'épreuve du confinement généralisé, les réseaux ont permis de rompre l'isolement, de réinventer nos relations aux autres. Pour autant, quelle place donner aux réseaux sociaux dans la pharmacie ? Découvrez votre intérêt à être sur Facebook et les clés pour démarrer.

Les crises sont toujours des phases d'opportunités » disait l'économiste Marc Touati ⁽¹⁾. En ce sens, Facebook est une véritable opportunité. Et si vous surfiez sur la vague ? Nous vous invitons à réinventer votre relation à la patientèle grâce à ce media social, cultiver la proximité avec vos clients, pour générer plus de visites en pharmacie.

Pourquoi choisir Facebook pour être visible sur le web ?

Facebook est le roi de la piste. Parmi Près de 5000 pharmacies s'y affichent déjà

Ce n'est un secret pour personne : internet prend de plus en plus de place dans nos vies ! Une étude récente brosse le tableau et estime le temps quotidien passé sur les réseaux sociaux à 1h17 avec 38 millions d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux (58 % de taux pénétration) sur 60 millions d'internaute en France (81 % de la population). Les médias

sociaux les plus actifs sont You Tube (78%) et Facebook (74%) arrivent en tête devant Messenger (51%) la messagerie de Facebook, et Instagram (35%) (2).

Nul besoin de se disperser, votre temps est précieux. Si vous avez un peu d'énergie à mettre sur les réseaux, autant vous concentrer sur le bon. L'important est d'opter pour celui que fréquente le plus votre clientèle. Or, dans ce domaine, Facebook est le roi de la piste. Parmi Près de 5000 pharmacies s'y affichent déjà. Mais, qu'est-ce qu'il a de plus que les autres ? A choisir, il n'y a pas photo ! Facebook est un media B2C alors que LinkedIn est un media B2B, à utiliser pour vos relations professionnelles et Twitter à réserver au suivi de l'actualité dans votre secteur.

Quel est l'intérêt d'avoir votre Facebook pharmacie ?

Entrons dans le vif du sujet. Si l'on estime une pharmacie pour 3000 habitants, mais combien vous rendent visite régulièrement ? Facebook est le media idéal pour cultiver la proximité géographique et relationnelle : l'humain avant tout !

Véritable outil marketing d'après les experts, il contribue à améliorer le référencement de [votre site web pharmacie](#) sur Google, et donc à augmenter son trafic, et à récupérer les contacts utiles (adresses e-mail).

Votre page Facebook est donc un levier de plus pour accroître votre business au travers d'actions de communication !

Comment s'y prendre pour avoir une stratégie efficace ?

Lorsque vous créez une page Facebook pharmacie, votre premier objectif est de bâtir **une communauté de fans** et de faire en sorte que les gens cliquent sur « j'aime », partage..., . Ainsi vos « posts » seront diffusés et vus par le plus grand

actualité régulièrement.

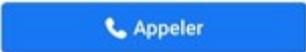
 **Pharmacie du Marché Couvert**  
18 mars à 07:32 • 

Avec notre application VALWIN, vous pouvez nous transmettre votre ordonnance avec votre smartphone

ENVOYEZ vos ordonnances sur l'application VALWIN


 →  → 
MODERNE SÉCURISÉ RAPIDE EFFICACE
SCAN & COLLECT

 Appeler  



Pharmacie du Soleil - Fort de France

14 septembre, 19:01 · ✱

#EvénementSanté : le Lymphome, 1er Cancer des moins de 25 ans

La Journée Mondiale du Lymphome qui se tiendra demain est l'occasion d'en apprendre plus sur cette maladie du sang qui touche en priorité... Plus



Pharmacie du Soleil - Fort de France

11 septembre, 18:01 ·

#Covid19 : Qu'est-ce qu'un Cas Contact ?

Jean Castex a été testé négatif après avoir côtoyé le directeur du Tour de France. Petit guide pour savoir ce que vous devez faire si, comme lui, vous êtes cas contact... Plus

Covid-19 : les mesures préconisées pour un cas contact (su 8 septembre)



Invitez à utiliser vos services et vous contacter, développer la prévention.

Pour créer des contenus pertinents pour votre audience, voici trois autres clés pour une communication réussie sur ce media social :

1/ Vous veillerez à ce que vos clients se (et vous) reconnaissent dans **votre fil d'actualité** :

- si vous avez une cible jeune maman et que vous ouvrez un espace bébé, c'est l'occasion de les inviter à découvrir cette nouveauté ;
- si vous avez une clientèle de cadres dynamiques, poussez des conseils ciblés (sommeil, anti-stress) et invitez-

les à venir se renseigner.

2/ Privilégiez les contenus utiles et créatifs reliées à vos thématiques saisonnières pour stimuler vos ventes :

- annoncer vos produits saisonniers (anti-rhume l'hiver, solaires l'été), de vos coffrets cadeaux durant les fêtes, une journée d'animation en officine ;
- relayer les temps forts annuels à l'occasion des **campagnes de santé publique** (#MoisSansTabac, Octobre Rose...) ;

3/ Pensez à associer des visuels de qualité, et des textes courts, écrit en langage clair et sérieux. Et gare aux fautes, votre communication est le reflet de l'image de votre officine !

4/ Equilibrez vos prises de paroles dans le temps afin de ne pas saturer vos fans de notification : une publication par semaine ou deux si vous avez une annonce « urgente » à faire (nouvel horaire...).

Comment créer votre page Facebook pharmacie ?

faire appel à un Community Manager est une garantie de succès

La mise en place d'une page Facebook pharmacie attrayante et dynamique requiert un zest de créativité et de l'organisation ! Mais rassurez-vous l'interface de gestion est plutôt simple et intuitive pour qui a l'habitude du web.

Prêt à vous lancer ce media social ? Par où commencer ? Pour vous aider, on vous invite à utiliser deux outils pour la gestion de vos publications :

- **créer mensuel** : ainsi vous planifierez tous vos posts (un outil à partager avec votre équipe) ;
- **programmez vos publications** Facebook à l'avance, un à

trois post par semaine au maximum.



Faire appel à un Community Manager expert pour animer la page Facebook

Qui va s'investir dans cette mission ? Deux solutions s'offrent à vous :

- soit vous pouvez compter sur une ou deux personnes motivées pour s'occuper des publications ;
- soit vous n'avez ni le temps ni les ressources nécessaires pour gérer votre page Facebook.

Dans ce cas, **faire appel à un Community Manager** est une garantie de succès. Expert des réseaux sociaux, il sera chargé de mettre en place votre planning de publication, d'interagir au quotidien avec votre communautés, de produire des contenus de qualité, de veiller à votre e-réputation et d'analyser votre audience et vos résultats pour optimiser votre trafic.

Sources :

- Marc Touati – Bitcoin, Bourse, Dette, Immobilier, Un monde de bulles,
- **Le Blog du modérateur** – 1 février 2019 : Le numérique en

France en 2019.