

Les produits d'hygiène en pharmacie : quelle opportunité pour vous ?

Depuis un an, la crise sanitaire a fortement impacté le marché de l'hygiène en pharmacie. Dans ce contexte, la journée mondiale de l'hygiène des mains, le 5 mai dernier, fût l'occasion de sensibiliser le grand public au maintien des bonnes pratiques. Comment valoriser au mieux cette activité pharmacie pour booster vos ventes ? Zoom sur le nouveau marché des gestes barrière, source d'opportunité pour vous...

A la une : la journée mondiale de l'hygiène des mains

Après [la journée du sommeil](#) le 21 mars, l'objectif de la journée de l'hygiène est clair : rappeler les fameux gestes barrières qui nous protègent tous et de célébrer l'ensemble des professions de santé engagées auprès des patients... Il vient corroborer le slogan de campagne de l'OMS : « Quelques secondes pour sauver des vies, nettoyez vos mains ! »



[#HandHygiene](#)

[#CleanYourHands](#)

[#InfectionPrevention](#)

Tests de connaissance sur l'hygiène des mains, [bornes de désinfection](#) et scan QR code pour gagner des flacons de lotion désinfectante : les animations se sont multipliées. Une opération bien relayée sur les réseaux sociaux, via les hashtag #5mai2021 #hygienedesmains... Chacun y est allé de son tweet ! Centres hospitaliers, centres de prévention des infections, associations...

Les Français se lavent les mains !

Le cliché selon lequel les Français auraient une hygiène douteuse a la vie dure. Pourtant, si l'on en croit les chiffres, les Français n'ont jamais été aussi à cheval sur l'hygiène des mains :

38 % des Français se lavent les mains dix fois par jour (16 % avant la pandémie) et 43 % entre cinq à neuf fois par jour (34 % avant la pandémie) ¹.

Comment dynamiser l'activité hygiène en pharmacie ?

Pour se démarquer dans cet univers hyper concurrentiel, le pharmacien a plusieurs cartes à jouer. Les atouts que vous pouvez valoriser :

- délivrez des conseils d'hygiène de vie quotidienne aux patients ;
- développez une approche préventive de la santé ;
- la proximité géographique, l'accessibilité et votre disponibilité.

Votre pharmacie vous informe

CORONAVIRUS, POUR SE PROTÉGER ET PROTÉGER LES AUTRES



Lavez-vous
très régulièrement les mains



Utilisez un mouchoir
à usage unique et jetez-le



Toussez ou éternuez
dans votre coude



SI VOUS ÊTES MALADE
Portez un masque
chirurgical jetable

Vous avez des questions sur le coronavirus ?
Demandez-nous conseil

L'affichage digital vous permet de rappeler les gestes barrières.

Plein phare sur votre rayon hygiène en pharmacie

De plus en plus fréquenté, le rayon hygiène en pharmacie mérite toute votre attention ! Voici des actions efficaces pour booster vos ventes :

- pensez à bien **baliser votre parcours client** à l'aide de bandeaux, étiquettes, marquage au sol pour améliorer l'expérience client ;
- ne négligez pas **votre zone d'attente** car elle favorise les achats de dernière minute, un bon moyen d'augmenter le panier moyen de vos clients ;
- aménagez **un espace vendeur** (meuble présentoir ou bac en libre-accès) à proximité du comptoir d'achat pour attirer l'œil de vos clients.

Bon à savoir, **la tête de gondole**, présentoir situé à l'extrémité d'un rayon, reste l'emplacement idéal pour donner un maximum de visibilité aux produits d'hygiène en pharmacie. On considère en général qu'elle génère 3 à 5 fois plus de

ventes pour un produit.



Le pharmacien délivre de bons conseils aux patients.

Optez pour signalétique claire et visuelle

Si votre client passe trop de temps à chercher un produit, il risque de renoncer à son achat. Pour lui faciliter la tâche, privilégiez des [hauts de rayon](#) et des repères visuels clairs. Voici les dispositifs qu'il vous est possible de mettre en place : affiches, frontons, kakemonos, séparateurs de linéaire. De plus, [l'affichage digital](#) impacte fortement le volume des ventes (24%).



Les hauts de rayon facilitent le repérage en pharmacie.

Pour en savoir plus

Vous hésitez à vous lancer ? Contactez l'un de nos experts au 02 40 81 09 25 ou [laissez-nous vos coordonnées](#). De l'étude à la pose en passant par la conception, [Proébo Promoplast](#) vous accompagne dans toutes les étapes de mise en place de votre signalétique officinale.

Comment fidéliser vos clients en pharmacie ?

[L'objet publicitaire](#) est essentiel pour garder votre patientèle. 30% des Français utilisent les objets publicitaires offerts tous les jours ². L'enjeu est le suivant : fidéliser les patients qui ont déjà commandé des produits d'hygiène en pharmacie chez vous depuis un an. Alors, quitte à

soigner votre communication, autant joindre l'utile à l'agréable ! Voici trois objets hygiéniques et malins à offrir à vos patients :

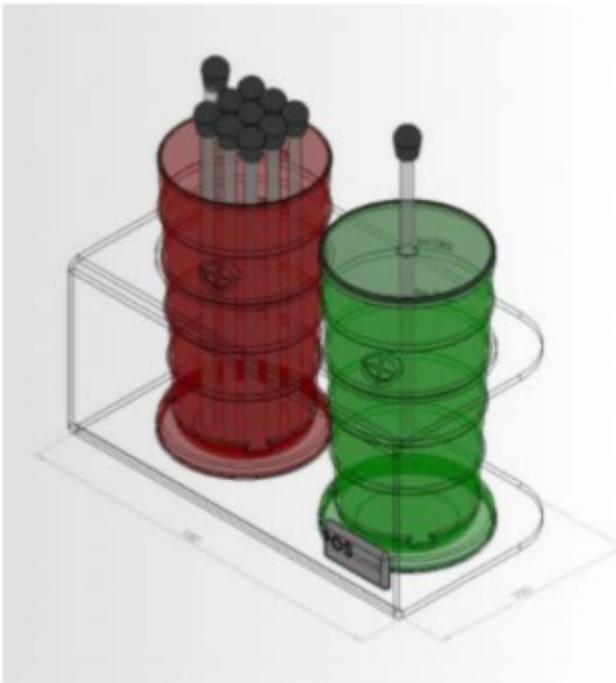


Les pochettes à masque réutilisables

Une idée pratique, ludique et personnalisable à votre image : [ces pochettes à masque](#) réutilisables (en PVC). Elles facilitent le rangement des masques, qu'ils soient à usage unique ou lavables.

Le porte-clés anti-contact

[Le porte-clés antibactérien](#) sans contact a fait son apparition avec la Covid-19 : bien utile pour éviter de toucher les objets ou les surfaces contaminées ! C'est aussi un objet personnalisable à offrir à votre fidèle patientèle.



Waaapos

Les kits d'hygiène pour les TPE

La surface du lecteur de carte bancaire est vecteur de prolifération et de contaminations des virus et bactéries... Grâce aux [bâtonnets d'hygiène Post-T](#) (réutilisables) vos

clients peuvent désormais taper leur code sur le lecteur de carte bleue, sans le toucher directement.

L'hygiène en pharmacie : une réelle opportunité de croissance

Depuis 2020, les leaders habituels (Sanytol, 40% de part de marché, Mercurochrome 20-25%) sont désormais challengés par de nouveaux venus. Mais les grandes marques ont bien l'intention de rester dans la place, comme en témoigne Isabelle Constant, Directrice marketing de Sanytol¹ :

«Ce sont plus de 200 marques qui ont proposé du gel hydroalcoolique. Nous avons multiplié par six nos capacités de production en gel hydroalcoolique et par trois nos capacités de production de nettoyants ménagers et de soin du linge. »



La concurrence s'accroît sur les gels hydroalcooliques. Explications. Quand le gel manquait et pour participer à l'effort collectif, le secteur cosmétique a été autorisé à

produire aussi des gels désinfectants. Depuis, le rayon hygiène-beauté des grandes surfaces a largement profité de l'explosion de la demande. Il en va de même pour le rayon entretien, tout le monde cherche à exploiter le potentiel...

Hygiène des mains : une tendance durable

Dans le contexte du coronavirus, l'hygiène des mains s'ajoute à bon nombre de tâches du quotidien et le gel devient un produit de première nécessité. Cette tendance est stimulée par les campagnes de prévention. A vous d'accompagner ce changement en pharmacie !

Lire aussi :

- [8 idées efficaces pour booster l'animation de votre officine](#)
- [Dynamisez votre activité grâce à l'affichage digital](#)
- [5 clés pour fidéliser vos clients grâce à l'objet publicitaire](#)

⁽¹⁾LSA-Conso. [Les gestes barrières, une opportunité pour les marques d'hygiène.](#) 15 janvier 2020.

⁽²⁾TSM 2020.