

Mieux communiquer en pharmacie : osez la singularité pour vous démarquer !

Avec la multiplication de vos missions, le besoin de communiquer en pharmacie s'est renforcé. Toutefois, la législation actuelle reste draconienne en matière de publicité à l'officine. Dans ce contexte contraignant, quelles sont les possibilités et où porter vos efforts ? On fait le point sur les outils à votre disposition pour réussir. Voici comment créer une identité visuelle unique et attirer plus de clients de l'extérieur grâce aux vitrophanies. Prêt à relever le défi ?

1/ Comment créer une identité visuelle unique et originale en pharmacie ?

À quoi sert l'identité visuelle au juste et pourquoi est-ce tellement important de doter votre pharmacie d'une image qui lui est propre ? Ce qu'il faut savoir à propos de la création d'une identité visuelle, véritable ADN de votre pharmacie :

- Elle attire l'attention de la patientèle potentielle et assure votre popularité ;
- Elle vous permet de vous démarquer de vos concurrents ;
- Elle vous rend reconnaissable du grand public, en particulier de la cible visée.

Les clés de lecture d'une charte

graphique efficace

Soignez votre image, c'est vous la star ! L'identité visuelle définit au travers de la charte graphique, les éléments clés de votre officine : son logo, ses couleurs, sa typographie... Sans tomber dans le piège du mythe Narcisse, cette valeur miroir vous permet de capter l'attention et de susciter l'intérêt des clients-patients.

La création d'un nouveau logo pour votre pharmacie

« La forme, c'est le fond qui remonte à la surface » disait Victor Hugo. Si vous voulez refléter le dynamisme et la modernité de votre pharmacie, votre logo doit donner une impression d'activité et de mouvement... En outre, les couleurs vives suscitent un fort impact visuel qui attirera l'attention des visiteurs. Si vous souhaitez **pousser la naturalité en pharmacie**, par exemple, les plantes reflèteront parfaitement votre identité.

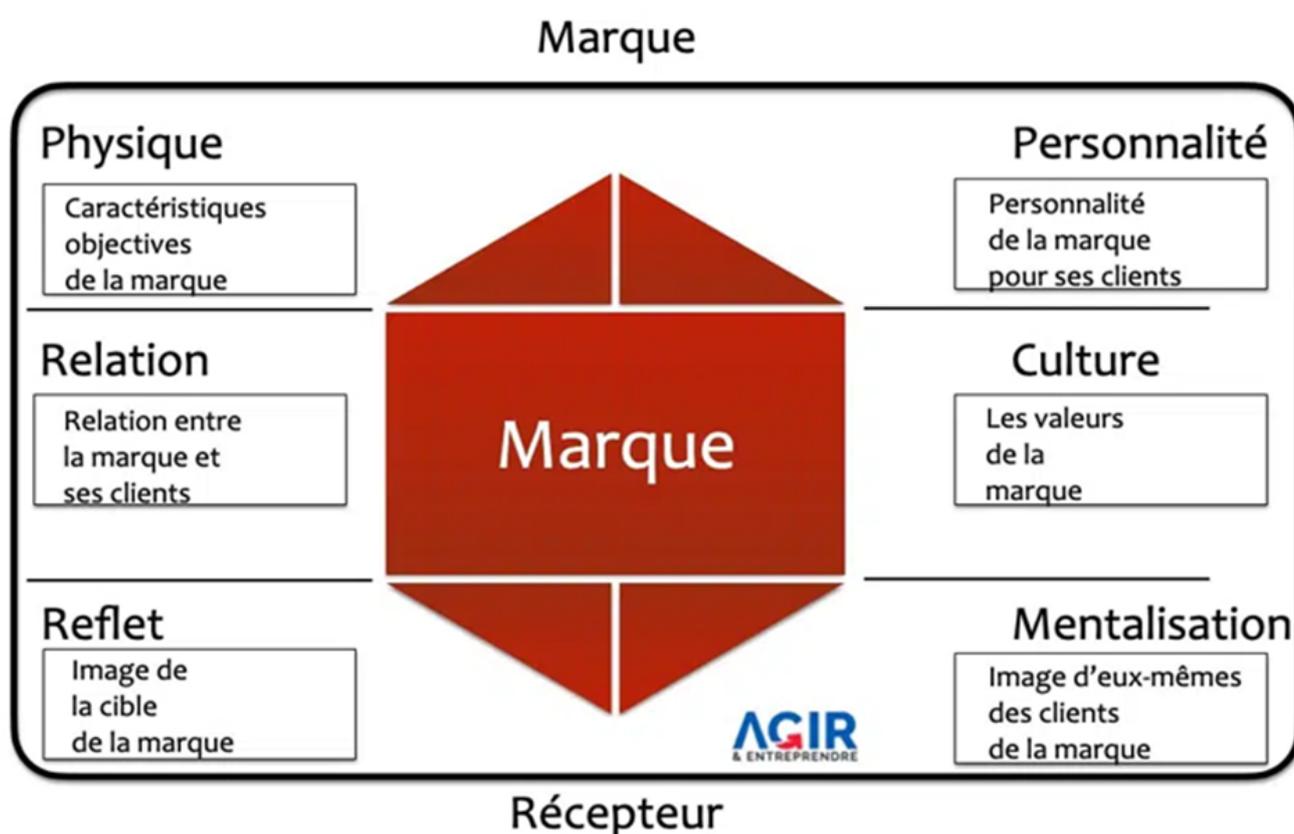


Les idées ne manquent pas : voici quatre inspirations pour votre logo

En termes de conception, l'idée est de mettre en adéquation l'usage du logo et le design de votre **croix de pharmacie lumineuse**. Équiper votre pharmacie d'une nouvelle croix, c'est aussi une façon de donner un coup de jeune à votre pharmacie !

Trouver une identité graphique qui ne ressemble qu'à vous

Mais avant de passer aux actes, n'hésitez pas à enquêter auprès de vos clients... D'après le prisme de Kapferer développé en 1992 – un outil bien pratique pour vous aider à la construction de votre identité. Cette dernière doit refléter avec subtilité le physique, la relation client, la personnalité, la culture de votre officine. Voilà de quoi nourrir votre réflexion avec ce schéma :



À titre d'exemple, découvrez ici les valeurs d'Alliance Healthcare :

« nous souhaitons inspirer un monde de santé et de bonheur. C'est ce que reflètent nos valeurs fondamentales : le respect, l'intégrité et l'honnêteté guident nos actions. Nos équipes et nos clients nous inspirent engagement et passion ».

Les cartes de visite personnalisées reflètent votre identité

Si votre pharmacie possède une spécialité, il faut en parler ! Prévoyez de préférence des cartes de visite nominatives. Ainsi, [la pharmacie du Manoir](#) (Halluin, 59) a carrément pris le parti de mettre en avant l'équipe et leur parcours, les compétences de chacun(e). De même, cette information est relayée sur [le site web de la pharmacie](#).

« Les pharmaciens ont plus de missions que jamais. Prévention, suivi, accompagnement... Mais sans communication pour porter leur existence aux patients, tous les efforts déployés au comptoir par le pharmacien seront peine perdue », selon Oudam Khim, fondateur de Pharmaflix.

Les indispensables en pharmacie : le porte-ordonnances

Indispensable à la protection des documents de santé, la pochette porte-ordonnances offre une large surface d'écriture et rivalise de créativité. Personnalisable, ce support reste un levier incontournable de votre communication en pharmacie. À minima, prévoyez d'afficher : l'adresse de la pharmacie, ses horaires d'ouverture, vos créneaux de garde, ou ceux des pharmacies proches.

Pensez aussi à communiquer sur **vos « plus » en matière de services santé** : vente et location de matériel médical, maternité, accès au dossier pharmaceutique, borne de mise à jour de carte vitale...



Porte ordonnance et carte vitale aux motifs végétaux



Porte ordonnance et carte vitale « à vos côtés »

Optez pour des sacs 100% personnalisables et écologiques

Autre façon de communiquer dans les règles : les sacs en coton naturel maximisent votre visibilité dans la rue et développent le panier d'achat moyen de vos clients. Leur « plus » écologique : ils sont imprimés en France avec des encres à l'eau.



Le tote bag coton aux couleurs de l'été



Le sac coton orienté écoute accueil conseil



Le sac de rentrée à offrir aux parents

2/ Comment renforcer l'attractivité de votre vitrine grâce aux vitrophanies ?

3 secondes, c'est le temps moyen passé par un client devant une vitrine. C'est furtif mais c'est un potentiel à exploiter ! La vitrine de votre officine est un espace de

communication utilisable à moindre coût.

Qu'est-ce qu'une vitrophanie ? Il s'agit d'une étiquette (film ou sticker) autocollante facilement amovible qui n'endommage pas vos vitres. Elle s'applique sur une vitre et peut être lue par transparence.

Très plébiscitées par les pharmacies, leur vocation est triple :

- **gagner en visibilité** : en communiquant vers l'extérieur, vous multipliez vos chances de capter l'attention des passants ;
- **préserver l'intimité de l'officine** : vous préservez l'espace de confidentialité, en vous protégeant des regards extérieurs ;
- **valoriser l'image de votre pharmacie** : les stickers décoratifs, adaptés à votre charte graphique, animent votre façade.

Pour mieux s'y retrouver : les différentes solutions et leurs avantages

La vitrophanie est un film adhésif souvent conçu sur mesure destiné à habiller les vitres de votre pharmacie.

Les avantages de l'adhésif dépoli : intimité et luminosité

La vitrophanie en adhésif dépoli préserve des regards tout en diffusant une lumière douce, pour plus d'intimité et de confort. Idéal à poser sur les portes vitrées, les vitrines de votre officine, ou pour séparer un espace de consultation (cloison de verre, portes coulissantes).



Le film opaque ne laisse pas passer la lumière dans la pharmacie

L'adhésif micro-perforé : la solution pour voir sans être vu

Autrement appelé « One way vision » (vision unidirectionnelle), adhésif micro-perforé est un film occultant sans effet miroir qui permet de voir sans être vu. Son principal atout : rendre visible la communication sur toute la surface de l'affiche, sans pour cela occulter la lumière du jour extérieure.



Translucide, la vitrophanie micro-perforée laisse pénétrer la lumière à l'intérieur

Pour mieux s'y retrouver : les différentes solutions et leurs avantages

Faites le plein de bons conseils pour mieux communiquer en pharmacie ! Avant vous lancer dans ce projet, n'hésitez pas à prendre l'avis d'un professionnel. Le **studio Proébo** se charge de tout de A à Z, de la création des supports jusqu'à la pose :

- Nul besoin de fermer votre officine car pour poser nos [vitrophanies](#), une seule demi-journée suffit à nos techniciens.
- L'habillage de vitrine est personnalisable aux couleurs de votre officine et s'adapte à la taille et à la forme de vos vitrages.
- Le budget est abordable et vous permet de maîtriser vos coûts de communication tout en renouvelant le support.

Lire aussi :

– [Interview : ma croix de pharmacie fait l'animation du bourg](#)

- [8 bonnes raisons de créer un site web pour la pharmacie](#)
- [5 pièges à éviter pour réaliser une vitrine de pharmacie attractive](#)

⁽¹⁾ Le quotidien du pharmacien. 30 août 2022. [Communiquer dans les règles.](#)