

LE MERCHANDISING EN PHARMACIE

DURÉE : 7 HEURES SOIT 1 JOUR

MODALITÉ : EN PRESENTIEL OU EN VISIO

PRÉREQUIS : RESERVES AUX PROFESSIONNELS DE SANTE D.E

PUBLIC : PHARMACIEN, PREPARATEUR EN PHARMACIE, RAYONNISTE, CONSEILLER(E)S,...

PRISE EN CHARGE : OPCO EP (à hauteur de 25€/h)

COÛT : 420€

Responsable de la formation

- Stephen ROBERT – Pharmacien

Editeurs de la formation

- Stephen ROBERT – Pharmacien

Description de la formation

Le merchandising en pharmacie est une approche stratégique qui se concentre sur l'optimisation de la présentation et de l'agencement des produits dans l'officine, dans le but d'améliorer l'expérience d'achat, d'augmenter les ventes, de mieux gérer son stock et de fidéliser la clientèle. Contrairement à d'autres secteurs, le merchandising en pharmacie s'adapte aux besoins spécifiques de la santé, du bien-être, et des produits de soins, en tenant compte des comportements des consommateurs, des saisons, et des spécificités des produits en libre accès (OTC) ou prescrits.

Cette formation en merchandising considère chaque officine comme unique, en tenant compte de ses contraintes d'espace, de son assortiment de produits et de la clientèle qu'elle dessert.

L'objectif est de structurer l'espace de vente de manière à guider le client dans un parcours fluide, tout en mettant en avant les produits clés, qu'ils soient saisonniers, promotionnels, ou stratégiques pour l'officine.

Le merchandising en pharmacie vise également à renforcer l'efficacité des équipes en pharmacie, à travers l'implication de chaque membre dans la mise en place des stratégies

d'agencement, tout en favorisant des partenariats fructueux avec les laboratoires pour obtenir des supports visuels (PLV), des échantillons, et des formations.

Objectifs opérationnels :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ✓ Comprendre les principes du merchandising en pharmacie et leur impact sur les ventes.
- ✓ Optimiser l'organisation de leur espace de vente pour améliorer la visibilité des produits.
- ✓ Utiliser les techniques de zoning, facing et cross-merchandising pour maximiser la performance commerciale de leur officine.
- ✓ Impliquer efficacement leur équipe officinale dans la mise en œuvre des stratégies de merchandising.
- ✓ Construire un partenariat win-win avec les laboratoires pour bénéficier de supports promotionnels et d'accompagnements spécifiques.

Programme pédagogique :

Etape 1 de la formation : Analyse des pratiques professionnelles

Un examen est réalisé avant chaque formation (pré-test). L'évaluation se fait sous la forme de questionnaires à choix simple ou multiples. Les résultats de l'examen sont fournis *a posteriori* sous la forme d'un pourcentage de réussite.

- Nombre de questions par matière : **15-20 questions**
- Durée par pré-test : **20 minutes**
- Questionnaire à remplir sur place

Etape 2 de la formation : Enseignement des recommandations de bonne pratique et vérification des connaissances

- Nombre de matières : 6
- Nombre de chapitres : Dépend de chacune des matières

Liste des cours dispensés durant la formation et modalités pédagogiques :

Matières	Durée
Pré-test	20min
1. Introduction au Merchandising en Pharmacie	30min
2. Comprendre le Comportement des Consommateurs en Pharmacie	1h
3. Les 4P Actionnables en Pharmacie	1h
4. Les Principes du Merchandising Visuel	1h
5. Comment Bâtir un Partenariat Win-Win avec les Laboratoires	45min
6. Comment Impliquer son Équipe Officinale	45min
7. Atelier Pratique : Réorganisation d'un Rayon de Pharmacie	1h30
Synthèse et Questions-Réponses	-
Post-test	30min
Questionnaire de satisfaction	10min
TOTAL des heures	7h

Détail des matières abordées et formateurs les dispensant :

1/ INTRODUCTION AU MERCHANDISING EN PHARMACIE

- Définition et importance du merchandising dans l'environnement pharmaceutique.
- Impact sur l'expérience client et les ventes.

2/ COMPRENDRE LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS EN PHARMACIE

- Différence entre clients, shoppers et consommateurs.
- Profil des consommateurs en pharmacie : attentes et comportements.
- Facteurs influençant la décision d'achat en pharmacie.

3/ LES 4P ACTIONNABLES EN PHARMACIE

- Produit : Comment mettre en avant les avantages compétitifs d'un produit en pharmacie.
- Prix : Stratégies de tarification et perception par le client.
- Place : Optimisation de la distribution des produits dans l'espace de vente.
- Promotion : Utilisation des PLV et des offres pour capter l'attention.

4/ LES PRINCIPES DU MERCHANDISING VISUEL

- Zoning : Structurer l'espace de la pharmacie pour maximiser l'impact visuel
- Facing : Maximiser la visibilité des produits pour augmenter les ventes.
- Cross-merchandising : Associer les produits complémentaires pour favoriser les achats additionnels.
- Théâtralisation : Créer des zones d'impact pour les produits saisonniers et les promotions.

5/ COMMENT BATIR UN PARTENARIAT WIN-WIN AVEC LES LABORATOIRES

- Collaborer avec les laboratoires pour obtenir des supports promotionnels (PLV, échantillons, formations).
- Proposer des campagnes conjointes et des actions spécifiques pour augmenter les ventes.

6/ COMMENT IMPLIQUER SON ÉQUIPE OFFICINALE

- Formation et mobilisation de l'équipe pour une mise en œuvre efficace de la stratégie de merchandising.
- Responsabiliser chaque membre de l'équipe sur une zone ou une catégorie de produits.
- Suivi et valorisation des résultats obtenus par l'équipe.

7/ ATELIER PRATIQUE : REORGANISATION D'UN RAYON DE PHARMACIE

- Mise en pratique des concepts de zoning, facing et cross-merchandising.
- Planification d'une mise en avant spécifique des produits saisonniers ou phares dans une pharmacie fictive.

SYNTHESE ET QUESTIONS-REPOSES

- Récapitulatif des points clés de la formation.
- Discussion sur les stratégies adaptées à chaque pharmacie.

Etape 3 de la formation : Analyse de l'impact de la formation sur les pratiques professionnelles en fin de cursus

Un examen est réalisé après la formation (post-test) pour **chaque matière**. L'évaluation se fait à l'aide de questionnaires à choix simple ou multiples. Cet examen fait appel aux

connaissances théoriques et pratiques acquises au cours de la formation. La validation de la formation requière l'obtention d'un score supérieur à 80% pour chacune des matières enseignées :

- Nombre de questions par matière : **15-20 questions**
- Durée de chaque examen : **30 minutes**

Etape 4 de la formation : Questionnaire de satisfaction

- Durée : **10 minutes**
- Ce questionnaire de satisfaction permet d'adapter le contenu et format de l'enseignement.

Etape 5 de la formation : Attestation de formation

- Deux certificats sont délivrés à l'issu de la formation
 - Preuve de formation et de présence avec résultats détaillés des connaissances acquises
 - Attestation nominative de réussite de la formation (ne contient pas les résultats)
- Un score de 80% est requis au post-test pour valider la formation pour toutes les matières