
UNE ACTION COLLECTIVE

16/04/2008 | Libre accès

Pour Jean-Luc Bury, la formation doit comporter «trois pans». Tout d'abord, entrer dans le projet de l'entreprise, contribuer à «serrer les rangs» et à établir une procédure sécurisée de dispensation. Ensuite, être tournée vers le public, par des aspects informatifs. Enfin, garder une place essentielle à la communication au comptoir, passant par l'attitude et la connaissance des produits.

Christine Caminade recommande de prévoir un plan de formation annuel pour l'équipe. A l'issue de la formation, insiste-t-elle, «il doit y avoir mise en commun des informations acquises». Enfin, toute formation doit être choisie, notamment «en fonction de la clientèle cible: gérontologie si beaucoup de personnes âgées fréquentent l'officine, pédiatrie si l'on est proche d'une crèche».

La rédaction

CHRISTINE CAMINADE