

MARKETING ET GESTION

CONSEILS D'EXPERT

« Bien en parler et à tout âge »

CHRISTINE CAMINADE > DIRIGEANTE DE LA SOCIÉTÉ CHRISTINE CAMINADE CONSEIL

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN.- Comment aborder le sujet des préservatifs avec la clientèle ?

CHRISTINE CAMINADE.- Techniquement parlant, l'offre s'est beaucoup développée, avec des gammes variées de préservatifs de plus en plus spécifiques et tout autant de lubrifiants. Rendre ce rayon visible et accessible à la clientèle est la première façon de communiquer sur le sujet. Placez-le à proximité de l'hygiène intime (plutôt que des tests de grossesse) et jouez sur les prix attractifs en collaborant avec les fabricants.



À qui doit-on en parler spontanément ?

À tous ceux qui sont concernés, et à toutes les étapes de la vie. Attention, certains produits ne sont pas compatibles avec l'utilisation d'un préservatifs (traitements antimycosiques, vaseline...).

Sinon, tous les profils sont amenés à en acheter, sans oublier les adolescents et les cas particuliers (post-partum, changement de mode contraceptif, allergie au latex...) En conseil associé, n'oubliez pas les lubrifiants appropriés.

Qu'en est-il du préservatif féminin ?

À défaut de le référencer, vous pouvez le présenter sous forme d'image afin que la clientèle sache que vous pouvez le fournir, mais il faut pouvoir expliquer son fonctionnement. C'est en tout cas un marché à développer.

> [PROPOS RECUEILLIS PAR A.-S. P.](#)

Le Quotidien du Pharmacien du : 03/07/2008