

« Prendre le temps de la sélection pour son référencement »

## CHRISTINE CAMINADE

RESPONSABLE DU CABINET CHRISTINE CAMINADE CONSEIL

**LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN.- Le marché des maux de gorge est vaste. Comment s'y prendre pour faire son référencement ?**

CHRISTINE CAMINADE.- Le pharmacien choisit son référencement en fonction du plan médias des laboratoires, en fonction des gammes leaders, tout en pensant à constituer son arsenal thérapeutique. Cette sélection pour le conseil de l'équipe regroupe les préférences pour telle formule ou telle présentation. Il faut prendre le temps de la sélection pour son référencement et ne pas oublier les demandes de la clientèle. Concernant le libre accès, les pharmaciens doivent faire leur choix uniquement dans la liste de l'AFSSAPS, sans recherche de créativité et sans les mélanger à des médicaments hors liste.

**Où s'arrête le conseil du pharmacien face au mal de gorge ?**

Il s'arrête à la chronicité, à la récurrence, au contexte d'hyperthermie, à des facteurs limitant comme l'âge, les effets secondaires. Il est des contextes où nous savons que le conseil a ses limites, il faut passer la main au médecin. Cela signifie qu'il faut avoir une bonne connaissance des pathologies, et ne pas sombrer dans la phrase qui sabre le conseil, du type : si ça ne marche pas, allez chez le médecin. L'officiel recommande tel traitement, met en avant les avantages pour le consommateur et propose d'en reparler à la prochaine visite.

**Quels sont vos conseils pour dynamiser le rayon ?**

Pour la vente visuelle derrière le comptoir, il est nécessaire d'avoir une signalisation et un merchandising visible. On y trouve les vignettes leaders et les médicaments soutenus par la publicité. Si la pharmacie a un aménagement pour le libre accès, il faut y référencer les produits concernés et créer un effet de masse. Dans la vitrine, le pharmacien peut choisir la mise en avant d'un seul laboratoire, d'une seule référence pour le mal de gorge ou cibler l'ensemble des pathologies hivernales. Le tout est de ne pas hésiter à proposer un conseil associé. Si votre client vient chercher un médicament pour le rhume, sachez être à son écoute afin de lui proposer de quoi soulager ce mal de gorge débutant. Enfin, l'équipe doit connaître les avantages de la gamme pour le consommateur. Pour lui c'est plus parlant de savoir que tel produit a une action locale ou générale plutôt que d'apprendre qu'il contient telle molécule.