

## MARKETING ET GESTION

### CONSEILS D'EXPERT

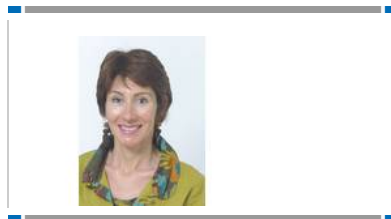
« Les compléments alimentaires doivent être expliqués »

## CHRISTINE CAMINADE >

DIRIGEANTE DE LA SOCIÉTÉ CHRISTINE CAMINADE CONSEIL

**LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. - Le segment anti-âge des compléments alimentaires est en perte de vitesse. Comment articuler son conseil pour le soutenir ?**

CHRISTINE CAMINADE. - Il faut avant tout avoir une bonne connaissance des références et de leurs formules. Il suffit ensuite de construire son argumentaire : présentez les avantages de votre proposition en indiquant le prix entre deux arguments ; sachez rassurer la clientèle méfiante en vous appuyant sur de la documentation (articles de presse, fascicules...); mettez en avant l'innovation d'une formule pour celles qui sont sensibles à la nouveauté; insistez sur le côté pratique et facile de son utilisation (une gélule par jour par exemple ou la durée de la cure) auprès de la clientèle qui cherche la simplicité. Bref, adaptez votre discours à celui à qui vous vous adressez.



**Où disposer les gammes référencées : au sein des compléments alimentaires ou dans le rayon des soins pour la peau ?**

Tout dépend de l'officine. Si vous êtes spécialisés en phytothérapie, aromathérapie ou micronu vous pouvez réunir cette offre au sein d'un corner pour créer un effet de masse et susciter l'achat d'impulsion. Les gammes y seront présentées par laboratoire. Si vous fonctionnez plutôt par conseil associé, intégrez l'anti-âge par voie orale au rayon des soins pour la peau. Vous pouvez également constituer un rayon généraliste dédié à l'antivieillesse par voie orale. Mettez-y les gammes consacrées à l'arthrose, la vision, la ménopause, l'agilité intellectuelle, les protections des fonctions cellulaires, l'antirides...

**À qui proposer un complément alimentaire antirides ?**

Les profils sont multiples : les femmes qui viennent acheter un soin pour la peau (demandez comment agit la crème utilisée et si la cliente est satisfaite), les personnes qui rentrent de vacances au soleil, les fumeurs, ceux qui entreprennent un régime pour prévenir les carences en vitamines... Il peut s'agir de femmes et d'hommes. Expliquez l'idée du soin par l'approche complémentaire voie topique, voie orale.

**Les laboratoires présents sur ce segment de marché sont très nombreux. Sur quels critères choisir ses partenariats ?**

Il vous faut un argumentaire pour convaincre. Demandez les études réalisées par le laboratoire, les atouts de la formule. Renseignez-vous sur les possibilités d'être formé sur les différentes références. Tout cela vous sera nécessaire pour bien conseiller votre complément alimentaire. Et conseiller c'est essayer de satisfaire sa clientèle, ne l'oubliez pas.

**Enfin, quelle mise en avant peut-on mettre en place ?**

Pourquoi pas un événementiel sur l'antirides par voie orale ? Choisissez votre saison, étudiez les partenariats et les conditions commerciales avant de fixer un prix promotionnel. Après l'événement, analysez vos ventes pour voir si l'opération a été rentable. Vous pouvez également utiliser les campagnes dans les grands médias pour promouvoir votre sélection. Rendez la visible dans son rayon en multipliant les facings de façon à ce qu'elle occupe la moitié d'une rangée dans le linéaire. Veillez enfin à ne pas surcharger la vitrine thématique qui accompagnera la promotion.

» PROPOS RECUEILLIS PAR A.-S. P.