

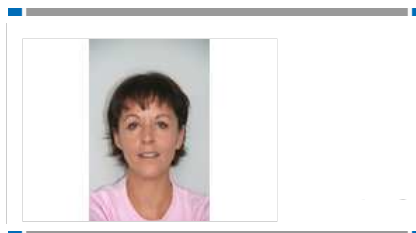
MARKETING ET GESTION

CONSEILS D'EXPERT

« Les soins pour homme sont un domaine bien à part du rayon dermocosmétique en pharmacie »

ISABELLE LE FUR >

FORMATRICE EN DERMOCOSMÉTIQUE POUR LA SOCIÉTÉ CHRISTINE CAMINADE CONSEIL



LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. - Toutes les pharmacies ont-elles intérêt à proposer une offre en soins pour hommes ?

ISABELLE LE FUR. - C'est un choix stratégique à faire en fonction de sa clientèle : son âge - les jeunes hommes se présentent plus facilement au comptoir comparé aux hommes mûrs qui sont représentés par leurs femmes -, son pouvoir d'achat et la zone d'implantation rurale ou urbaine de l'officine sont à prendre en compte.

Que référencer dans son rayon et comment l'organiser ?

L'important est de proposer une offre qui corresponde à la clientèle. Vous pouvez choisir de référencer deux marques leaders dont vous devez connaître les gammes sur le bout des doigts (en général, ces gammes sont courtes). Puis, en fonction de votre environnement, vous pouvez présenter une gamme plus spécifique. Par exemple, la proximité d'un club de sport suppose de référencer des produits d'hygiène 2 en 1, des shampoings d'usage fréquent, des produits de soin pour le corps...

L'organisation du rayon, quant à elle, doit être claire et segmentée par type de besoin (rasage, déodorants, hydratation...). En effet, il faut présenter une offre simple, visible et facile d'accès afin que le client masculin la situe immédiatement dans l'espace de vente et se repère rapidement dans le linéaire. L'homme doit pouvoir trouver ce qu'il cherche facilement. Mettez en avant les nouveautés en les accompagnant d'un balisage spécifique et d'une fiche technique. Pour finir, situez le rayon pour hommes à proximité d'offres à connotation masculine, chute des cheveux, préservatifs, diététique du sportif...

Et en termes d'animation ?

D'un point de vue promotionnel, il peut être intéressant de coupler des produits complémentaires comme un gel de rasage et un baume après-rasage ou un soin bonne mine et un gommage. À l'occasion des lancements de produits, utilisez la vitrine car c'est un moyen de communication important pour l'officine et n'oubliez pas le rappel du produit en linéaire. Hormis l'animation que créent les nouveautés, les fêtes de fin d'année ou la fête des pères sont des moments privilégiés pour mettre le rayon en avant. Pour la jeune génération, les soins pour hommes sont des cadeaux tout à fait appréciés !

Enfin, comment aborder le sujet des soins pour homme au comptoir ?

Il existe différentes clés d'entrée en fonction du profil de clientèle : face à un jeune, l'amorce se fera par le biais de l'acné et des problèmes de peaux grasses. Proposez des produits de rasage adaptés. D'une façon générale, le rasage est la clé d'entrée à utiliser pour interpeller la population masculine sur l'existence des soins pour homme. Présentez-lui un soin associé. C'est aussi la proposition que vous ferez à une femme qui se présente pour acheter une mousse à raser. Soyez généreux en terme d'échantillons, n'hésitez pas à les offrir car c'est un excellent moyen de faire connaître un soin et, dans le cas des hommes, de les voir revenir (deux fois plus qu'une femme) et de les fidéliser.

> PROPOS RECUEILLIS PAR A.-S. P.

Le Quotidien du Pharmacien du : 03/09/2009