

Cinq idées clés à retenir sur la communication et la psychologie à l'officine

- **L'équipe officinale a besoin de compétences relationnelles et psychologiques**

Savoir, savoir-faire et savoir être : trois facettes à conjuguer pour une performance optimale. L'essentiel n'est pas ce que je dis mais ce que l'autre comprend. D'où l'importance du sourire, du regard, des signes, des gestes, de l'empathie.

- **Il y a toujours une déperdition dans la communication**

Une personne retient 20 % de ce qu'elle entend, 30 % de ce qu'elle voit, 70 % de ce qu'elle touche, 90 % de ce qu'elle fait. D'où l'importance de l'acte et de la mise en situation du client.

- **Poser des questions ouvertes**

On en revient toujours à la fameuse méthode du QQQQCPC (Quoi ? Qui ? Où ? Quand ? Combien ? Pourquoi ? Comment ?). La meilleure technique pour trouver une solution adaptée.

- **Attention aux mots et tournures interdits !**

Il est important d'éviter l'usage des tournures réductrices ou dépréciatives : petit(e), problème, pas cher, moins cher, ça coûte, peut-être... On préférera par exemple : « Soyez rassuré » à « Ne vous inquiétez pas », « Le prix est de... » à « Cela coûte... », « médicament générique » à « copie », « traitement » à « produits ».
Bien entendu la reformulation reste d'actualité : « Comme vous me l'avez dit... » plutôt que « Si j'ai bien compris... ».

- **Bien conclure**

Inciter le client à revenir, c'est assurer le service après-vente : recommander à la personne de bien effectuer son traitement en respectant les conseils donnés et éviter de dire « Si dans 5 jours vous n'avez pas d'amélioration, consultez votre médecin », ce qui induit un doute quant à l'efficacité du traitement !

F.B.

Rendez-vous Formation « *Communication et psychologie appliquées à l'officine* », animé par Christine Caminade, pharmacienne, CCConseils



Christine Caminade