



►►► Comment vendre son projet au titulaire ?



Une demande de spécialisation, ça se prépare ! Cette phase de préparation est importante.

N'oublions pas que le titulaire est le seul décisionnaire. Il est fréquent de voir des préparateurs désabusés parce qu'ils n'ont pas su vendre leur projet.

Le demandeur doit procéder avec méthode. « Il faut d'abord bien réfléchir et savoir précisément quelle spécialité on veut faire, si la formation envisagée correspond à ses pôles d'intérêt, où l'on peut se former, quel financement, etc. », recommande Christine Caminade, consultante en pharmacie. Il faut donc un tant soit peu s'informer sur ses droits (le DIF), se renseigner auprès de l'OPCA-PL de la liste des organismes et des formations prises en charge, du caractère éventuellement diplômant du stage, des dates et lieux de formation, etc. « Plus on pourra répondre aux questionnements du titulaire, mieux c'est », précise-t-elle. Le préparateur doit faire preuve d'empathie car l'objectif est de convaincre son interlocuteur que son projet apporte une

valeur ajoutée pour lui-même, la clientèle et l'entreprise officinale et qu'il a toutes les bonnes raisons de l'accepter. « Les lacunes personnelles rejaillissent sur la clientèle, si le collaborateur n'a pas la connaissance, il ne pourra pas développer le conseil associé, ce qui crée un manque à gagner pour l'entreprise », explique Christine Caminade.

Edouard Hayaud insiste sur un point clé : « Les personnes partent en formation avec des attentes fortes qui ne sont pas forcément identiques à celles du dirigeant, or ils ne réfléchissent pas suffisamment aux différents objectifs de cette formation, les leurs comme ceux de l'entreprise, reproche-t-il. Par exemple, la formation peut s'inscrire dans le cadre d'un projet de développement personnel et professionnel pour retrouver de la motivation, avoir plus confiance en soi, satisfaire un besoin de dépassement de soi, gagner de la reconnaissance du fait que l'amélioration des compétences apporte plus de légitimité... Lors de mes interventions, je rencontre des hommes et des femmes qui attendent tout de la formation, et d'autres au contraire qui ne savent pas trop ce qu'il faut en attendre. » Pour rendre le projet séduisant, la remise d'un dossier contenant quelques pièces essentielles fera

le meilleur effet : présentation générale de la formation (thèmes abordés, organismes et intervenants, modalités de financement), exposé des motivations du demandeur et les objectifs recherchés, présentation de données simples (quelques chiffres bien choisis) mais argumentés. Par exemple, l'analyse de l'ordonnancier ou du fichier clients démontre que la pharmacie est davantage fréquentée par les jeunes mamans depuis qu'un médecin gynécologue vient d'ouvrir son cabinet à proximité et qu'elle a intérêt à développer un espace bébé, d'autant plus que les pharmacies concurrentes ne sont pas positionnées sur ce marché ni reconnues comme des spécialistes.

Les premières présentations sont rarement les bonnes, par conséquent, « le préparateur a tout intérêt à s'entraîner avec des tiers à présenter clairement et posément sa demande, de la manière la plus professionnelle qui soit », conseille Christine Caminade.

Le titulaire donne son accord sur le projet... mais le travail préparatoire n'est pas fini pour autant. « Il faut aussi songer à communiquer sur l'acquisition des nouvelles compétences du salarié, il est important que la clientèle soit avi-

sée pour stimuler le besoin et que le reste de l'équipe soit impliqué : la formation et les connaissances sont des valeurs qui se partagent ! ».

La revalorisation du salaire ne doit pas être une fin en soi

Christine Caminade demande aux préparateurs comme aux titulaires de faire preuve de patience, chaque partie attendant légitimement un retour sur investissement plus ou moins immédiat. Et de leur faire comprendre que la spécialisation s'inscrit d'abord dans une démarche de progrès et de service. « Il ne faut pas s'arrêter au temps présent mais regarder ce que cette spécialisation peut

apporter en termes de pérennité du rôle du pharmacien et rapporter plus tard. Il faut se placer dans une logique d'amélioration des pratiques professionnelles qui générera forcément à plus ou moins long terme une augmentation du chiffre d'affaires. La qualité assure l'avenir. »

De même, le préparateur qui n'entend pas se satisfaire que d'une reconnaissance intellectuelle, ne perd rien à prendre un pari sur l'avenir, à proposer un système gagnant/gagnant avec participation au résultat ou prime à la clé, à l'issue d'une période d'essai de 6 mois, par exemple.

Pour Edouard Hayaud, le délai de retour sur investissement peut être plus long, de un ou deux ans, le temps suffisant et nécessaire pour pouvoir mettre en pratique

les connaissances acquises, développer les compétences, devenir plus efficace et, in fine, faire gagner de l'argent au titulaire.

« Tout dépend du domaine de spécialisation et du besoin à l'origine de l'entreprise de gagner en performances », nuance-t-il. Et quand bien même, la récompense financière espérée ne serait pas là, la personne formée doit se dire qu'elle a maintenant une valeur ajoutée qu'elle peut faire valoir sur le marché de l'emploi, si rien ne se concrétise. Pour Jean-Marc Lozano, la rémunération n'est qu'un élément induit, venant en récompense d'un travail bien fait.



François Pouzaud



PARANIX

Plus de 4 millions de flacons vendus : faites confiance à Paranix !*



Avec Paranix, vous êtes assuré de satisfaire vos clients. Paranix est efficace contre les poux et les lentes en seulement 15 minutes grâce à sa formule unique et brevetée sans insecticide. La lotion Paranix se présente en spray de 60ml avec peigne métallique inclus et permet jusqu'à 8 applications. Paranix est également disponible dans sa nouvelle formule mousse.

www.paranix.fr



* ventes internes aux réseaux 2004 à 2007

LABORATOIRES OMEGA PHARMA FRANCE