

LA VENTE CONSEIL ACTIVE

Objectifs de la formation

- Acquérir une méthode pour aborder les clients devenus des consommateurs
- Détecter les attentes inexprimées par un questionnaire adapté
- Améliorer l'approche du conseil officinal afin d'obtenir une meilleure observance thérapeutique

Objectifs pédagogiques

- Valider la réponse acquise en libre service par le client-consommateur
- Construire un conseil personnalisé et adapté en valorisant l'acte de conseil officinal
- Développer une démarche active en garantissant le rôle d'éducateur de santé

Intervenants

Christine Caminade Docteur en Pharmacie - Paris V Option Officine 1987
Formation de formateurs - CNOF Paris La défense 1990

Karine Génin Docteur en Pharmacie - Paris V 1996
Master en Droit, Economie et Marketing des Industries de Santé

Contenu pédagogique (1 jour)

Le rôle du pharmacien et de son équipe officinale

Médicaments et accès en libre service
Cadre législatif et regard sur l'Europe
Rôles et responsabilités de l'équipe officinale
Atouts du Dossier Pharmaceutique
Limites de l'acte pharmaceutique

Les préalables à la vente

Significations de « acheter » et « conseiller »
Différentes ventes : vente visuelle, demande spontanée, libre service OTC...
Analyse des motivations du client : les motifs primaires ou S.O.N.C.A.S
Profil psychologique des différents comportements
Freins psychologiques : mieux se connaître et apprendre à réussir

Les étapes de la démarche active de validation de l'achat

Accueil et découverte du client
Prise en compte de son choix et de ses attentes
Attitude adaptée du professionnel de santé : l'empathie
Questionnement adapté et indispensable
Validation de la réponse thérapeutique
Présentation des avantages : les mots « plus » et les mots « moins »
Explications indispensables à la délivrance du médicament
Réponse aux objections possibles
Création de fiches conseils à remettre au client
Proposition et adhésion au conseil associé
Conclusion et suivi de l'entretien