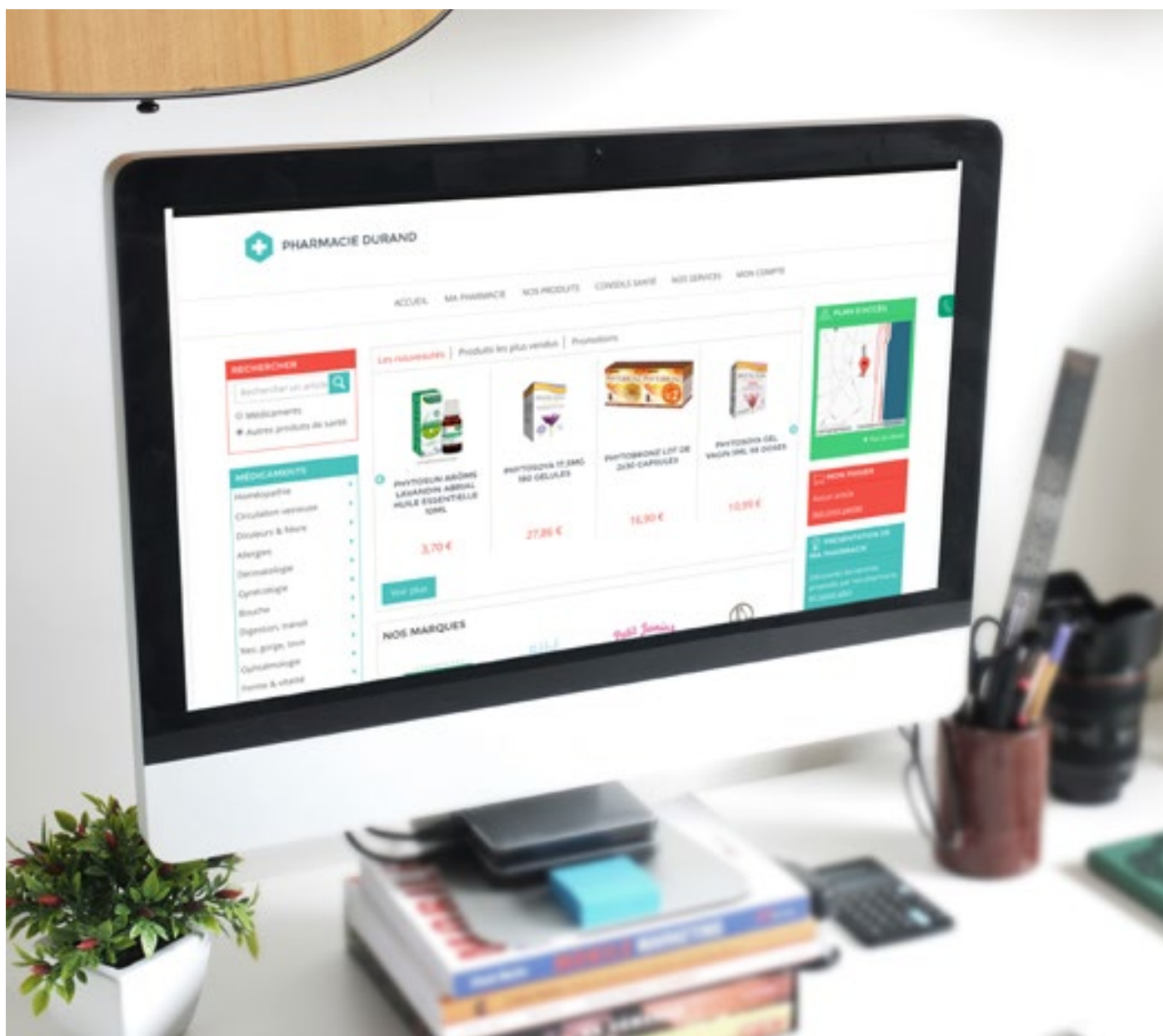


LIVRE BLANC

Le site Internet de ma pharmacie, pour quoi faire ?



04

Introduction

05

S'adapter aux nouveaux modes de consommation

08

E-santé et e-patient

11

Digitaliser sa pharmacie

17

Conclusion

Évolution du e-commerce

Évolution du consommateur

Utilisation de smartphones et tablettes

Qu'en est-il des réseaux sociaux ?

La recherche à propos d'une maladie, d'un symptôme ou d'un médicament

La recherche d'un professionnel de santé en ligne

La consultation d'avis sur un produit ou service

La recherche de confidentialité

Digitaliser par le service grâce à la réservation d'ordonnance

La réservation d'ordonnance, qu'est-ce que c'est ?

Pourquoi l'adopter ?

Digitaliser par le e-commerce

Rassurer vos clients face au phénomène de contrefaçon de médicaments

Simplifier l'acte d'achat de vos clients

Mettre en oeuvre des opérations promotionnelles

Communiquer avec votre patientèle

Enrichir vos données clients

Élargir votre zone de chalandise

Augmenter votre chiffre d'affaires

Digitaliser dans l'officine

Installer des bornes digitales

Adapter la logistique de l'officine

Former l'équipe officinale



Introduction

Le marché de la e-santé a été estimé à 2,4 milliards d'euros en 2013 et devrait progresser de 4 à 7% par an d'ici 2017¹.

Face à cette évolution, la présence des pharmacies sur Internet devient indispensable.

La création d'un site web est une vraie opportunité de croissance pour votre officine. Grâce à celui-ci, adaptez-vous aux nouvelles demandes des patients connectés, générez des ventes additionnelles et élargissez votre zone de chalandise !

Le livre blanc "Le site Internet de ma pharmacie, pour quoi faire ?" de Pharminfo.fr a été rédigé pour guider les pharmaciens d'officine dans leur démarche de digitalisation.

Vous obtiendrez des informations relatives au développement du e-commerce et de la e-santé en France. Vous mesurerez les nouvelles attentes de vos patients à l'ère du digital et trouverez des solutions pour vous y adapter.

Kozea, avec sa marque Pharminfo.fr, est le leader de la création de sites Internet destinés aux pharmaciens d'officine. Plus de 2300 clients pharmaciens lui font confiance. L'expérience et les compétences acquises auprès des pharmaciens lui permettent de se développer sur d'autres cibles de professionnels de santé. L'essentiel de l'activité de Kozea porte sur la proposition de services innovants et différenciants pour les acteurs de santé tout en respectant les contraintes réglementaires et les évolutions technologiques d'aujourd'hui. Les solutions respectent les cadres juridiques et déontologiques. Vous trouverez plus d'informations sur www.pharminfo.fr

¹Etude Xerfi Percepta 2013 Le marché de l'esanté à l'horizon 2020

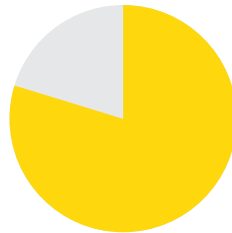
01

S'adapter aux nouveaux modes de consommation

Internet est entré dans le quotidien de tous. Les modes de consommation évoluent : les achats et la recherche d'informations en ligne sont désormais des habitudes de consommation. Pratique, rapide et accessible 24h/24, les avantages sont nombreux !

Évolution du e-commerce

79%
des internautes
français achètent
sur Internet.¹



+16%
d'augmentation
des ventes de
e-commerce en
2015.²



2 achats en
moyenne/mois et
par internaute. La
transaction est de
76€ en moyenne.²

nombre d'acheteurs stable en
2015 mais augmentation du
nombre de transactions (+21%).²



1625€/an

un internaute dépense en moyenne 1625€ par an en ligne.³

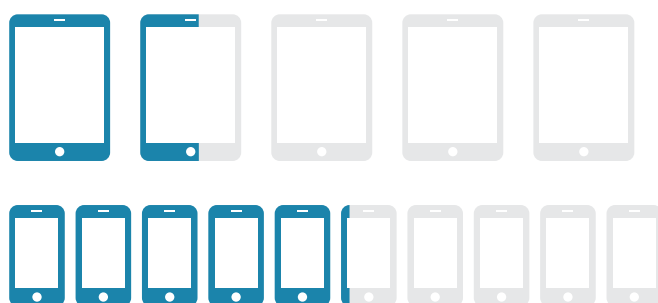
¹ http://www.fevad.com/uploads/files/Enjeux%202015/CHIFFRES_CLES_2015.pdf

² <http://www.fevad.com/espace-presse/bilan-du-e-commerce-au-1er-trimestre-un-chiffre-d-affaires-en-hausse-de-16-grace-a-la-forte-progression-du-nombre-de-transactions>

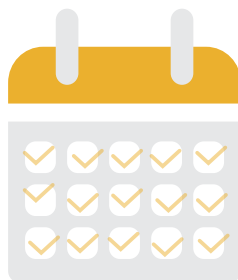
³ http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf

Évolution du consommateur

Utilisation de smartphones et tablettes



35% de la population est équipée d'une tablette et plus d'un français sur deux d'un smartphone.³



La consultation de l'information passe avant tout par Internet et 68% des français consultent Internet **tous les jours.**³

En 4 ans, les recherches réalisées depuis un smartphone ont été **multipliées par 15.**⁴

2015

2011

³http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf

⁴<http://www.leptidigital.fr/webmarketing/mobinautes-france-5660>

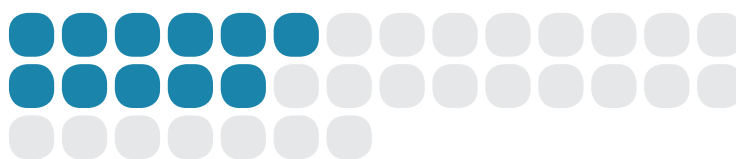
⁵<http://www.appsmiles.eu/2015/05/10-chiffres-sur-les-applications-mobiles>



21% du CA du e-commerce représente les transactions réalisées sur mobiles ou tablettes. ⁴



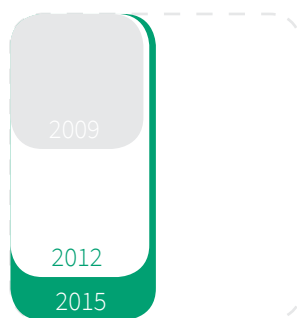
86% du temps passé sur Internet est généré par des applications. ⁵



En 2014, sur 35 applications mobiles installées en moyenne par smartphone, **11 restent utilisées toutes les semaines**. ⁵

Qu'en est-il des réseaux sociaux ?

% des français qui utilisent les réseaux sociaux :



En 2015, **52%** des français utilisent les réseaux sociaux. ³



Les français "surfer" 1h30 par jour en moyenne.

³http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf

⁴<http://www.leptidigital.fr/webmarketing/mobinautes-france-5660>

⁵<http://www.appsmiles.eu/2015/05/10-chiffres-sur-les-applications-mobiles>

02

E-santé et e-patient

L'omniprésence d'Internet a entraîné une mutation d'une partie du domaine de la santé à celui de la e-santé. Tout types d'informations de santé sont désormais consultables en ligne.

La recherche d'un symptôme, d'une maladie, d'un médicament...

- 80% des internautes français ont déjà utilisé Internet pour s'informer sur une maladie ou un symptôme et 60% pour s'informer sur la posologie d'un médicament².
- Les patients recherchent des renseignements sur Internet avant même de prendre rendez-vous chez un professionnel de santé. Ils établissent eux-même un premier diagnostic de leurs symptômes à l'aide des informations récoltées sur Internet puis le confronte à celui d'un médecin.

Le patient connecté est devenu un acteur actif de sa propre santé : on parle de e-patient.

Le + Pharminfo.fr

Il est pertinent pour une pharmacie de proposer des conseils santé sur son site Internet, par exemple concernant un virus, une épidémie. Ces informations sont perçues comme fiables, comparées à celles des forums par exemple, et renforcent le lien avec la patientèle.

La recherche d'un professionnel de santé

La recherche d'informations sur un professionnel de santé ou une pharmacie se fait généralement en ligne.

- Lorsqu'ils veulent se rendre à la pharmacie, les internautes inscrivent,

²<http://www.sante-digitale.fr/quelques-chiffres-sur-la-vente-en-ligne-de-medicaments/>

sur les moteurs de recherche “PHARMACIE + VILLE”. Il est donc important pour une pharmacie de disposer d’un site web visible sur lequel on peut retrouver simplement des informations de base telles que ses coordonnées, un plan d’accès et ses horaires d’ouverture.

- Les patients ont aujourd’hui la possibilité de noter les compétences des professionnels de santé qu’ils ont consulté et de publier des avis sur la qualité de leurs rendez-vous, par exemple sur des forums. Tous les internautes ont accès à ces commentaires.

Grâce à votre site Internet, anticipez les besoins des patients : fournissez-leur les informations qui les intéressent et assurez votre notoriété.



³http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf

Consultation d'avis sur un produit ou service

61% des acheteurs recherchent des avis, des commentaires d'internautes sur le web avant d'acheter un produit ou un service. Cependant, 52% des consommateurs n'ont pas confiance en ces évaluations et préfèrent consulter un professionnel³. Son avis peut être obtenu en personne mais aussi par téléphone ou sur Internet.

Le + Pharminfo.fr

Pour rassurer leurs clients, les pharmaciens peuvent renseigner sur leur site web de nombreuses informations et conseils relatifs aux médicaments et produits de parapharmacie qu'ils proposent.

La recherche de confidentialité

Le patient peut parfois être gêné en abordant certains sujets avec son pharmacien au sein de l'officine, par exemple ses problèmes intimes. Rechercher des informations et commander des articles de santé en ligne lui évitent d'être mal à l'aise comme il peut l'être au comptoir.

Le + Pharminfo.fr

En vue de la digitalisation des métiers de la santé, il est important pour les professionnels de santé de développer de nouveaux services pour leurs patients. En disposant d'un site Internet, vous répondrez à toutes les problématiques des patients connectés.

Une étude réalisée par Pharminfo.fr a révélé que 40% des patients pensent que leurs professionnels de santé ne sont pas suffisamment connectés⁴. L'officine doit voir son fonctionnement évoluer afin de s'adapter aux nouveaux modes de consommation, axés sur le digital.

⁴ Étude réalisée en 2015 sur un échantillon de 350 patients

03

Digitaliser sa pharmacie

Digitaliser par le service : la réservation d'ordonnance

La réservation d'ordonnance, qu'est-ce que c'est ?

Ce service permet aux patients d'envoyer une photo de leur ordonnance juste après leur consultation chez le médecin via votre site Internet ou l'application mobile.

Pourquoi l'adopter ?

- Ce service est un bon moyen pour gérer les flux d'ordonnances. Si vous avez des heures creuses, votre équipe peut en profiter pour préparer les commandes.
- Les patients sont prévenus automatiquement par SMS et/ou par mail lorsque leurs médicaments sont disponibles, ce qui optimise leurs déplacements et simplifie leur quotidien.
- La réservation d'ordonnance s'adresse à tous les patients. Elle est particulièrement appréciée par les personnes atteintes de maladies chroniques, les infirmières libérales et les personnes ayant des enfants en bas âge.
- Elle permet de conquérir de nouveaux clients, séduits par le service.

Digitaliser par le e-commerce

La vente en ligne peut être un nouveau service à proposer de manière complémentaire à la réservation d'ordonnance.

Ce livre blanc vous présente les nombreux avantages engendrés par la création d'un site de vente en ligne de votre pharmacie pour faire face aux nouveaux besoins des patients.

⁴ Étude réalisée en 2015 sur un échantillon de 350 patients

Rassurer vos clients face au phénomène de contrefaçon de médicaments

Les consommateurs sont enclins à acheter des produits de santé sur Internet mais redoutent l'achat de produits contrefaits. 80% des français considèrent que la vente de médicaments en ligne comporte des risques liés à la distribution de contrefaçons⁴. Acheter des médicaments sur le site de leur pharmacie de proximité et non sur des plateformes (de type "Amazon") peut les rassurer sur la qualité du produit délivré.

Simplifier l'acte d'achat de vos clients

Commander en ligne simplifie l'acte d'achat du client. Il n'est plus dépendant des horaires d'ouverture de l'officine et peut effectuer ses achats quand il le souhaite, où il le souhaite.

Mettre en oeuvre des opérations promotionnelles

- Votre site vous permet de créer des promotions sur les articles de votre choix et de proposer des exclusivités sur Internet.
- Il s'agit également d'un moyen de déstocker certaines références en stock à l'officine.
- Si vous souhaitez présenter les promotions à venir, vous pouvez ajouter des brochures promotionnelles, ainsi que des échantillons, lors de la préparation des colis. Vous générerez de la satisfaction auprès de vos clients. Un client conquis est un client qui revient ! Soignez-le !

Communiquer avec votre patientèle

- Un site Internet vous permet de garder contact avec votre patient, même en dehors des horaires d'ouverture de la pharmacie.
- Vous avez la possibilité de mettre en place diverses opérations de communication sur votre site. Vous pouvez par exemple communiquer

sur les prochains évènements organisés par votre pharmacie, tels que les animations de parapharmacie.

Enrichir vos données clients

Si vous souhaitez mieux connaître les attentes de vos clients, des outils statistiques tels que Google Analytics sont à votre disposition. Ils identifient les pages les plus consultées, les articles les plus vendus sur votre site, la géolocalisation des patients... Ces informations vous permettent :

- de connaître l'impact des opérations promotionnelles ;
- de tester les nouveautés ;
- d'adapter votre gamme de produits à votre site Internet ;
- de savoir si les produits destockés se vendent mieux en ligne qu'à l'officine.

Élargir votre zone de chalandise

- Votre site Internet vous fait gagner en visibilité et vous permet d'augmenter votre zone de chalandise.
- La mise en place d'un site de vente en ligne a également pour objectif de fidéliser votre clientèle existante, séduite par le nouveau service.
- Plus de 2,5 millions de français vivent dans des déserts médicaux. Vous pouvez leur permettre d'accéder à des informations de santé fiables, de commander leurs médicaments en ligne et d'optimiser leurs déplacements.

Le + Pharminfo.fr

Pour acquérir de nouveaux clients, nous vous conseillons de mettre en avant vos spécialités et avantages concurrentiels sur votre site.

Augmenter votre chiffre d'affaires

Votre site de e-commerce est le prolongement de votre officine. Il vous permet de réaliser des ventes additionnelles et d'augmenter votre chiffre d'affaires.

⁵ Etude réalisée en 2015 sur un échantillon de 350 répondants



Digitaliser dans l'officine

Selon une étude réalisée par Pharminfo.fr, 1 patient sur 2 aimerait trouver plus de comptoirs dédiés à des informations de santé dans son officine⁵. Digitaliser à l'intérieur de l'officine en installant des bornes tactiles serait donc un bon moyen pour créer du trafic et accroître la satisfaction des clients.

Pour que la digitalisation de l'officine vous apporte une vraie valeur ajoutée, il est important que votre équipe s'implique au maximum.

Installer des bornes digitales

Mettre à disposition des bornes tactiles dans l'officine rend les clients plus autonomes. Ces bornes permettent de vous démarquer de vos concurrents, notamment grâce à leur aspect ludique.

Fonction de catalogue

Les bornes tactiles vous permettent de présenter votre catalogue, et de mettre en avant les promotions en cours ainsi que les nouveautés. D'après notre étude, 71% des patients se disent susceptibles de demander plus d'informations à leur pharmacien s'ils voient des écrans annonçant le lancement d'un produit dans l'officine.

Fonction de diagnostic

Vous pouvez créer des arbres décisionnels afin d'établir des diagnostics et d'orienter le patient vers un choix de produits. Évidemment, ces appareils ne substituent pas vos recommandations. Vous restez disponible pour renseigner votre patientèle et vous concentrer sur vos différentes missions.

Au-delà de ces fonctions de catalogue et de diagnostic, les bornes tactiles peuvent proposer d'autres services en fonction de vos besoins.

Adapter la logistique de l'officine

Pour s'adapter aux nouveaux services mis en place suite à la création de votre site Internet, il est recommandé de repenser la logistique de l'officine. Nous vous conseillons de mettre en place un comptoir spécifique "commande en ligne". Un espace doit aussi être disponible pour préparer et stocker les colis.

Le "click & collect" : de quoi s'agit-il ?

- L'option "click & collect" permet au client de payer en ligne ses articles commandés sur votre site de e-commerce et de les récupérer gratuitement au sein de votre officine.
- Dans une étude réalisée en 2015 par Pharminfo.fr sur 365 patients, 31% des répondants déclarent déjà avoir quitté l'officine car l'attente était trop longue. Proposer un comptoir de retrait rapide des commandes et de réservation d'ordonnance permet de réduire les files d'attentes dans votre officine et d'améliorer le service rendu.

Former l'équipe officinale

Pour assurer une bonne intégration du digital au sein de votre officine, votre équipe doit s'impliquer au quotidien.

- Votre équipe officinale doit renforcer ses compétences afin de gérer le site de la pharmacie. Il est important qu'elle sache utiliser le site Internet, suivre les commandes et s'organiser en conséquence.
- Vous pouvez déléguer les missions aux membres de votre équipe les plus motivés et les plus à l'aise avec l'utilisation d'Internet. Un membre de l'équipe peut être en charge de l'envoi de newsletters, de la mise en ligne de nouveaux produits et de promotions sur votre site tandis qu'un autre peut gérer vos réseaux sociaux. En leur assignant ces missions, vous allez leur permettre de développer de nouvelles compétences.
- Il est important que votre équipe communique sur les services digitaux de la pharmacie, par exemple en distribuant des brochures aux clients.

Conclusion

Votre site Internet vous permet de simplifier le quotidien de vos patients grâce aux services de vente en ligne et de réservation d'ordonnance. En digitalisant votre officine, vos nouvelles prestations activeront plusieurs leviers :

- du bouche à oreille positif
- une distinction significative par rapport à vos concurrents
- l'acquisition de nouveaux clients
- l'augmentation de votre chiffre d'affaires.

Pharminfo.fr vous accompagne dans votre démarche de digitalisation. Nous créons des sites Internet sécurisés respectant la charte de l'Ordre des Pharmaciens. Nos sites sont facilement personnalisables et s'adaptent à vos besoins.

Pour obtenir d'avantages d'informations sur nos offres, n'hésitez pas à nous contacter au 04 27 11 83 96.

Intéressé(e) par nos services ?

Complétez ce formulaire d'inscription, nous vous contacterons dans les plus brefs délais :

Nom :

Prénom :

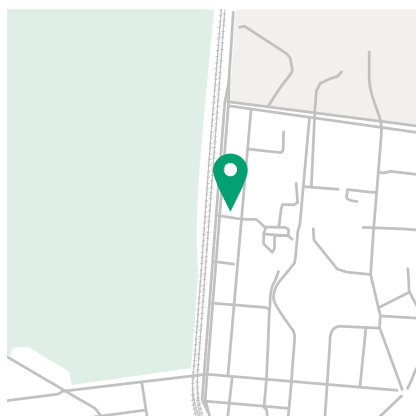
Adresse :

Ville :

Code postal :

Téléphone :

Mail :



Pour plus d'informations, contactez-nous par mail :
contact@pharminfo.fr

www.pharminfo.fr

04 78 84 19 28

107 Boulevard de Stalingrad

69100 Villeurbanne