

LIVRE BLANC

Pharmacien(ne), comment développer vos ventes grâce à votre site Internet ?



04 Introduction

05 Réglementation

06 Comment vendre des produits pharmaceutiques en ligne ?

Création et exploitation d'un site Internet de pharmacie
Autorisation de l'ARS
Produits et quantités autorisés

Créez du trafic vers votre site web

Un référencement optimal de votre pharmacie
Spécialités et avantages concurrentiels
Visibilité des produits
Suivez les performances de votre site web

Facilitez l'acte d'achat

Descriptifs produits
Site responsive
Réservation d'ordonnance en ligne

Rassurez le client

Protégez votre site contre la fraude
Le risque de la contrefaçon
Les garanties de livraison
Présentation de l'équipe officinale

12 Quelles opérations marketing ?

Promotions et offres couponing

Proposez des promotions
Colis et supports de communication
Créer des exclusivités Internet
Mettre en avant les nouveautés

Communiquez avec vos patients en officine

Créez vos supports de communication
Communiquez sur les réseaux sociaux
Formulaire d'inscription
Informez les patients sur les événements en pharmacie
Comptoir retrait rapide Click and Collect

15 Conclusion



Introduction

Le marché de la e-santé est en pleine progression. Estimé à 2,4 milliards € en 2012, il devrait augmenter de 4 % à 7% en moyenne par an d'ici 2017¹.

Face à l'avènement de la e-santé, la présence des pharmacies sur Internet est incontournable et devient une formidable opportunité de croissance pour l'officine. Il est aujourd'hui primordial de posséder un site Internet pour générer des ventes additionnelles, et ce grâce à l'élargissement de la zone de chalandise et de la couverture géographique.

¹ Etude Xerfi-Precepta, 2013 : http://www.xerfi.com/communication/espace_presse/E_Sante2013.pdf

La création d'un site e-commerce entraîne un réel impact au sein de l'officine. Au niveau back-office, l'équipe officinale doit apprendre à animer le site, à communiquer, et à en utiliser toutes les fonctionnalités pour développer au mieux les ventes.

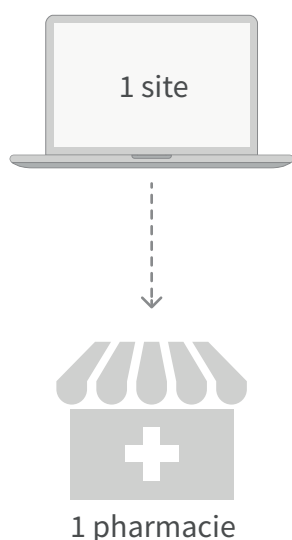
Le Livre Blanc de Pharminfo.fr a été rédigé pour livrer aux pharmaciens d'officine les outils nécessaires à la bonne gestion d'un site e-commerce. Vous obtiendrez des informations quant à la réglementation en vigueur ainsi que des conseils pour tirer le meilleur parti de votre site Internet. Outil d'accompagnement incontournable, ce Livre Blanc va vous permettre d'utiliser votre site Internet comme un véritable levier de croissance.

Kozea avec sa marque Pharminfo.fr est le leader de la création de sites Internet pour les 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 professionnels de santé tout en respectant les contraintes réglementaires et les évolutions technologiques d'aujourd'hui. Nos solutions respectent les cadres juridiques et déontologiques. Vous trouverez plus d'informations sur www.pharminfo.fr.

01

Réglementation

² <http://www.sante.gouv.fr/dispensation-des-medicaments-par-internet-questions-reponses.html>



Création et exploitation d'un site Internet de pharmacie.

D'après le Code de la Santé Publique (articles L. 5125-33 et suivants, et R. 5125-70 et suivants du CSP) les pharmaciens établis en France, titulaires d'une pharmacie d'officine ou gérants d'une pharmacie mutualiste ou d'une pharmacie de secours minière, sont autorisés à vendre des médicaments sur Internet. D'après l'article L5125-35 du Code de la Santé Publique, la création d'un site e-commerce doit obligatoirement être subordonnée à l'existence d'une officine physique ouverte au public.

Autorisation de l'ARS

Depuis le 2 Janvier 2013, les pharmacien(ne)s peuvent avoir une activité de commerce électronique, à condition d'obtenir préalablement l'autorisation de l'Autorité Régionale de Santé (ARS) dont ils dépendent. Cette activité ne peut être réalisée qu'à partir du site Internet de l'officine.

Produits et quantités autorisés

D'après l'article L5125-34 du Code de la Santé Publique, seuls les médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire peuvent être vendus sur le site de la pharmacie. Les médicaments OTC représentent plus de 3300 références auxquelles s'ajoutent les produits de parapharmacie.

Il n'y a pas de quantité minimale ou maximale d'achat : Le patient doit avoir la possibilité de commander uniquement une boîte de médicament. À l'inverse, le pharmacien se réserve le droit de refuser la délivrance de médicaments s'il estime que leur quantité peut présenter des dangers pour le patient. Il est recommandé que la quantité maximale délivrée par le pharmacien soit conforme à la durée du traitement indiquée dans le résumé des caractéristiques du produit².

02

Comment vendre des produits pharmaceutiques en ligne ?

Créez du trafic vers votre site web

Un référencement optimal de votre pharmacie

Un site web attractif est un site web visible. Pour augmenter la visibilité de votre site e-commerce, vous devez avoir un bon référencement afin d'apparaître sur les premières pages des moteurs de recherches.

Le référencement naturel est influencé par la qualité du code de votre site Internet. Le site doit être bien structuré au niveau du HTML. Veillez à ce que le nom du site corresponde au nom de votre pharmacie. L'optimisation du référencement passe également par le partage du lien de votre site. Postez le sur différents sites comme par exemple sur les réseaux sociaux, dans des annuaires, des blogs ou encore des forums spécialisés.

Optimisez le référencement de votre site grâce à son contenu. Il faut que le site web soit rempli par des articles et des news. Tenez à jour votre site et ajoutez du contenu régulièrement.

Spécialités et avantages concurrentiels

Pour vous différencier de vos concurrents, indiquez sur votre site Internet vos points forts en distribution officinale (faites vous du matériel médical ? de la phytothérapie ? avez-vous des marques spécifiques ? etc). Pensez à présenter les différents produits associés à vos spécialités.

Visibilité des produits

Lorsque vous mettez en ligne un nouveau produit, il est important de renseigner le nom de la marque dans son titre. Plus il y a de précision dans le titre du produit et dans sa description, plus il sera visible sur le module de présentation des marques. Cette page regroupe l'ensemble des marques distribuées sur votre site Internet. Il faut que tous les produits soient rattachés à une marque pour y figurer. Si vos clients recherchent une marque

en particulier, ils auront un accès direct à toutes les gammes de produits de cette marque en cliquant sur son logo sur cette page.

Pour référencer au mieux vos produits, inscrivez-vous sur un comparateur de prix. Vos produits les plus compétitifs ressortiront dans les recherches des internautes.

Attention: vous ne pouvez pas payer pour référencer des médicaments sur les comparateurs de prix.

Suivez les performances de votre site web

Pour suivre les performances de votre site Internet, créez un compte sur Google Analytics. Google Analytics est un outil d'analyses statistiques des données de votre site Internet. Il vous permet d'identifier des informations essentielles sur le trafic du site. Vous obtiendrez des indications sur :

- **les données démographiques** (la provenance des visiteurs, les navigateurs utilisés, la part de nouveaux visiteurs, etc.)
- **le contenu de votre site** (les pages les plus visitées, etc.)
- **le trafic** (comment les internautes sont-ils arrivés, depuis quel site, le temps qu'ils ont passé sur les pages, etc.).

Connaître les pages les plus visitées de votre site, le type de visiteurs et leurs attentes vous permettra d'anticiper les besoins de vos clients et d'adapter le contenu de votre site Internet. Vous pourrez analyser la corrélation entre les pages les plus vues et les produits les plus vendus.

Si les pages les plus visitées correspondent aux meilleures ventes, deux possibilités s'offrent à vous :

- **améliorer le référencement** de vos produits pour développer davantage ces ventes.
- **réorienter les internautes** sur d'autres produits de la même gamme ou de la même catégorie pour augmenter la diversité du panier de vos clients.

« Certains patients peuvent être réticents face à l'achat de médicaments sur Internet car ils redoutent l'absence de conseil. »

Si les produits situés sur les pages les plus vues ont du mal à se vendre c'est qu'il existe un ou plusieurs freins à l'achat. Vous devez identifier ces freins pour pouvoir y remédier. Voici quelques pistes d'identification :

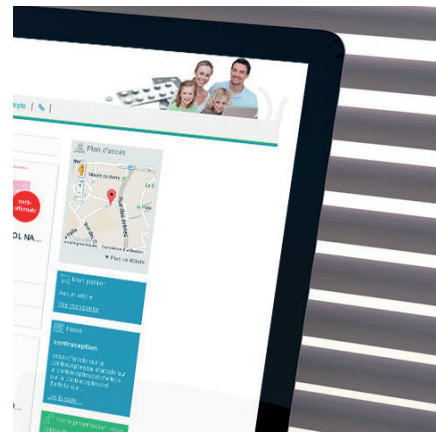
- les prix sont trop élevés
- les descriptifs produits ne sont pas suffisamment précis
- la durée de la livraison est trop longue
- le coût de la livraison est trop élevé

Facilitez l'acte d'achat

Descriptifs produits

Certains patients peuvent être réticents face à l'achat de médicaments sur Internet car ils redoutent l'absence de conseil. Pour rassurer vos clients, il est nécessaire de renseigner un maximum d'informations lors de la mise en ligne de nouveaux produits comme le descriptif (mode d'emploi, effets indésirables, contre-indication, pictogrammes). Pour une meilleure visibilité, indiquer également les catégories auxquelles ils appartiennent. Ces informations permettent à vos patients de trouver rapidement les produits qui leur conviennent. Lors de la mise en ligne d'un produit, vous devez l'intégrer dans toutes les catégories où il est susceptible d'appartenir. Par exemple, Médicament → Homéopathie → Pommades. Les produits seront facilement trouvables s'ils ont été bien répertoriés et mis dans toutes les catégories auxquels ils appartiennent.

Avant d'acheter, le consommateur a besoin de voir le produit. Pour faciliter l'acte d'achat, veillez à joindre une image aux produits que vous mettez en ligne. Pour les mettre en avant, la photo doit être cadrée, propre et avec un packaging à jour. Vous offrez ainsi à l'internaute toutes les informations nécessaires à sa prise de décision.



Site responsive

L'utilisation des Smartphones et des tablettes pour commander des produits en ligne est très répandue. Pour tirer profit de ce marché, il est recommandé d'avoir un site responsive. Le responsive web design est une technique qui permet au site web de s'adapter à tous les écrans d'appareil (ordinateur, Smartphone, tablette...). Ainsi, les internautes peuvent accéder à votre site de n'importe quel endroit à tout moment. Votre site web est parfaitement adapté à la taille de leur écran, la navigation entre les différentes pages est facilitée. L'internaute est alors dans de bonnes conditions pour parcourir l'ensemble de votre site e-commerce.

Réservation d'ordonnance en ligne

Pour ajouter de la valeur de service à votre site, intégrer la réservation d'ordonnance en ligne. Ce service permet à vos patients de vous envoyer la photo de leur ordonnance dès leur sortie de chez le médecin. Vous pouvez préparer l'ordonnance pendant vos heures creuses. Le patient est prévenu par mail lorsque sa commande est prête. Ce service est très apprécié par les infirmières et les patients chroniques qui n'ont plus besoin de faire plusieurs déplacements pour récupérer les traitements. Certains hébergeurs proposent des applications mobiles pour faciliter la réservation d'ordonnance. Les patients prennent en photo leur ordonnance avec leur Smartphone et l'envoient en un clic à leur pharmacien.

Rassurez le client

Protégez votre site contre la fraude

Afin de garantir une sécurité optimale, vérifiez que le paiement en ligne se fait via une plateforme de paiement sécurisée type Ingenico ou Paybox.

Assurez vous également que votre site web est hébergé auprès d'un hébergeur agréé données de santé. La liste des hébergeurs de données

de santé est disponible sur le site de l'ASIP (<http://esante.gouv.fr/services/referentiels/securite/hebergeurs-agrees>) .

Pour protéger les données des internautes, utiliser un site Internet de types HTTPS (HyperText Transfer Protocol Secure), littéralement « protocole de transfert hypertexte sécurisé » qui correspond à une combinaison du HTTP chiffrée. L'internaute voit grâce à l'URL HTTPS qu'il navigue sur un site protégé.

Le risque de la contrefaçon

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, environ 50% des médicaments vendus sur Internet seraient des faux. Les internautes sont donc de plus en plus méfiants face aux sites de vente de médicaments. Ainsi, chaque pharmacien souhaitant vendre des médicaments sur Internet se doit de rassurer les internautes quant à la provenance de ceux-ci. Assurez-vous que votre site Internet soit recensé par l'Ordre National des Pharmaciens. [www.Ordre.pharmacien.fr](http://www.ordre.pharmacien.fr) (<http://www.ordre.pharmacien.fr/>) liste tous les sites autorisés pour la vente en ligne de médicaments (<http://www.ordre.pharmacien.fr/ecommerce/search>).

Cette liste est également disponible sur le site du Ministère chargé de la Santé. Comme prévu par la loi, le site Internet officielle doit mentionner les coordonnées de l'Agence Nationale de Sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM).

Enfin, depuis le 1er Juillet 2015, tous les sites de vente en ligne de médicaments doivent faire apparaître le logo commun obligatoire élaboré par l'Union Européenne. La présence de ce logo permet aux patients de vérifier directement la fiabilité du site Internet en cliquant sur la mention placée sous le logo.



Les garanties de livraison

L'achat de médicaments et de produits de parapharmacie sur Internet doit être gage de rapidité et de confiance. Il est important de garantir à vos patients une livraison rapide de leur commande. Renseignez vous sur les modes de livraison existants et choisissez des tarifs abordables pour que le prix de la livraison ne soit pas un frein à l'achat. Vous pouvez également proposer un montant minimum d'achat pour accéder à la livraison gratuite.

Présentation de l'équipe officinale

Pour plus de proximité avec vos clients, intégrez une photo de l'équipe officinale sur votre site Internet. Indiquez également les noms des employés de votre officine ainsi que leur poste attribué. Grâce à cette démarche, les internautes sont informés et rassurés sur l'existence d'une équipe de professionnels derrière le site.



03 Quelles opérations marketing ?

Promotions et offres couponing

Proposez des promotions

Créer des promotions régulièrement et tenez à jour votre site Internet ! Par exemple, créez des promotions en fonction des saisons. En été, faites profiter à vos clients de réduction sur les crèmes solaires. En hiver, privilégiez les produits traitant les infections hivernales. Relayez les promotions que vous faites dans votre officine sur votre site web. Pensez à informer vos clients des nouvelles promotions grâce à l'envoi d'une newsletter mensuelle.

Vous pouvez également utiliser les promotions sur votre site Internet pour déstocker certaines de vos références.

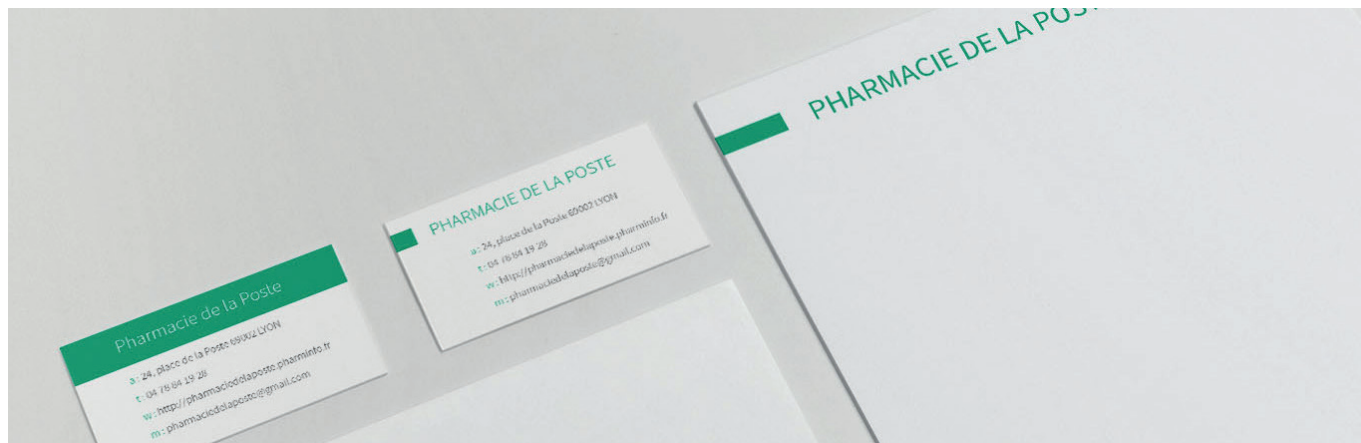
Les offres couponing vous donnent la possibilité de faire bénéficier à un ou plusieurs de vos clients d'une offre spéciale. Ces offres ciblées visent à récompenser vos clients pour leur fidélité. Choisissez ces clients dans votre base de données en fonction des critères qui vous sont propres : clients fidèles, clients avec des commandes importantes, etc.

Colis et supports de communication

Lorsque vous envoyez les colis à vos patients, insérer des supports de communication (affiches promotionnelles, flyers, dépliants...) à l'intérieur pour informer vos clients des promotions prochainement disponibles sur votre site web ou autre.

Créez des exclusivités Internet

Lors de l'ajout d'un produit vous avez le choix de marquer ce produit comme étant une exclusivité Internet. La création de telles exclusivités incitera vos clients à se rendre régulièrement sur votre site web pour être informé des nouvelles exclusivités produits. Attention : il est interdit de créer des exclusivités sur les médicaments. Chaque médicament vendu sur Internet doit être disponible dans votre officine.



Mettre en avant les nouveautés

Informez vos clients de l'arrivée de nouveaux produits sur votre site Internet. Lorsque vous intégrez de nouveaux produits, mettez les en avant grâce à un encart "NOUVEAUTÉ". Faites apparaître ces produits en première page de votre site web et présentez-les dans votre newsletter.

Communiquez avec vos patients en officine

Créez vos supports de communication

Pour informer vos patients de l'existence de votre site Internet, vous devez communiquer au sein de votre officine. Indiquez le nom et le lien de votre site Internet sur tous vos supports de communication (flyers, vitrauphanies, sac en plastique, cartes de visite...).

Pour un maximum de visibilité, vous pouvez donner à chacun de vos patients des flyers lors de leur passage au comptoir en leur parlant brièvement de votre site Internet. Proposez leur également des cartes de visite aux couleurs de votre site web. Le lien du site doit figurer sur celles-ci.

Pour plus de commodités, ajouter des flashcodes sur ces différents supports. Les flashcodes permettent à vos patients d'être dirigé directement vers votre site web en scannant le code avec leur Smartphone.

Communiquez sur les réseaux sociaux

Pour vous assurer une meilleure visibilité, votre pharmacie doit être présente sur les différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...). Les réseaux sociaux sont un relais d'information essentiel à votre officine. Vous pourrez ainsi communiquer sur les promotions disponibles sur votre site web, sur les animations au sein de votre pharmacie ou encore informer les internautes de l'arrivée de nouvelles gammes de produits. C'est le reflet de la vie de votre pharmacie que vous affichez. Il est important de communiquer quotidiennement pour diffuser le plus largement vos différentes actions.

Formulaire d'inscription

Avec l'expérience, nous avons constaté que beaucoup de pharmaciens font la promotion de leur site Internet auprès de leurs patients lors de leur passage en officine. Or, même si les patients montrent un certain intérêt pour ce nouveau service, beaucoup oublient de se rendre sur ledit site. Pour pallier à cet oubli, vous pouvez créer le compte des patients intéressés directement au comptoir. Le patient recevra un email de confirmation et pourra se rendre sur votre site dès son arrivée chez lui. Si vous ne souhaitez ou ne pouvez pas prendre ce temps pour créer les comptes de vos patients, proposez leur un formulaire à remplir au comptoir. Une fois les formulaires remplis, vous pourrez créer leurs comptes pendant vos heures creuses.

Informez les patients sur les évènements en pharmacie

Utilisez votre site web pour informer vos patients des évènements prévus dans votre pharmacie (animations, promotions...). Pour ce faire, envoyez leur une newsletter mensuelle via la base de données de votre site.

Comptoir Click & Collect (retrait rapide)

Pour inciter vos clients à commander leurs produits sur votre site Internet vous pouvez mettre en place au sein de votre officine un comptoir Click & collect.

Le principe est simple : vos patients commandent en ligne (avec paiement ou non) ou réservent leurs ordonnances et vont chercher leurs produits directement à la pharmacie. Dans ce cas, il n'y a pas de frais de port et le client peut être livré dans la journée même.

Ce comptoir de retraits rapide évite à vos patients d'attendre trop longtemps dans votre pharmacie. Les patients gagneront du temps en passant par ce comptoir et pourront vous présenter directement les justificatifs nécessaires au retrait de la commande ou de l'ordonnance. Comme tout service en ligne, le client exigera que le retrait de sa commande soit efficace et rapide.

Conclusion

Avec la digitalisation de la santé et de la pharmacie, votre présence sur la toile est devenue indispensable.

Un site Internet est un excellent outil de communication. Il permet de diffuser de l'information fiable, de renforcer la relation client et de fidéliser la patientèle. Il permet également de développer la notoriété de la pharmacie en apportant de la visibilité et de conquérir de nouveaux clients.

La gestion d'un site de e-commerce prend du temps et nécessite l'implication de toute l'équipe officinale. Mais la vente en ligne représente un réel levier de croissance pour votre pharmacie.

Nous vous conseillons de nommer une ou plusieurs personnes attitrées qui géreront le site Internet dans sa globalité ainsi que la communication à l'officine et sur les réseaux sociaux

Pharminfo.fr vous accompagne dans la gestion de votre e-commerce. Nous créons et hébergeons des sites Internet en total respect de la réglementation et de la déontologie. Nos sites sont personnalisés et répondent à vos besoins.

Si vous souhaitez avoir plus d'informations sur la gestion d'un site Internet de pharmacie ou si vous êtes intéressé(e) par nos solutions web, n'hésitez pas à nous contacter.

Intéressé(e) par nos services ?

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

Nom : _____

Prénom : _____

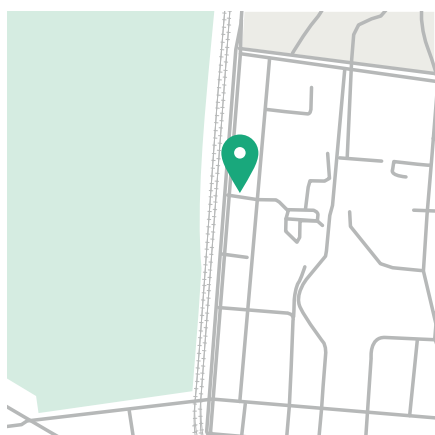
Adresse : _____

Ville : _____

Code postal : _____

Téléphone : _____

Mail : _____



Pour plus d'informations, contactez-nous par mail :

contact@pharminfo.fr

www.pharminfo.fr

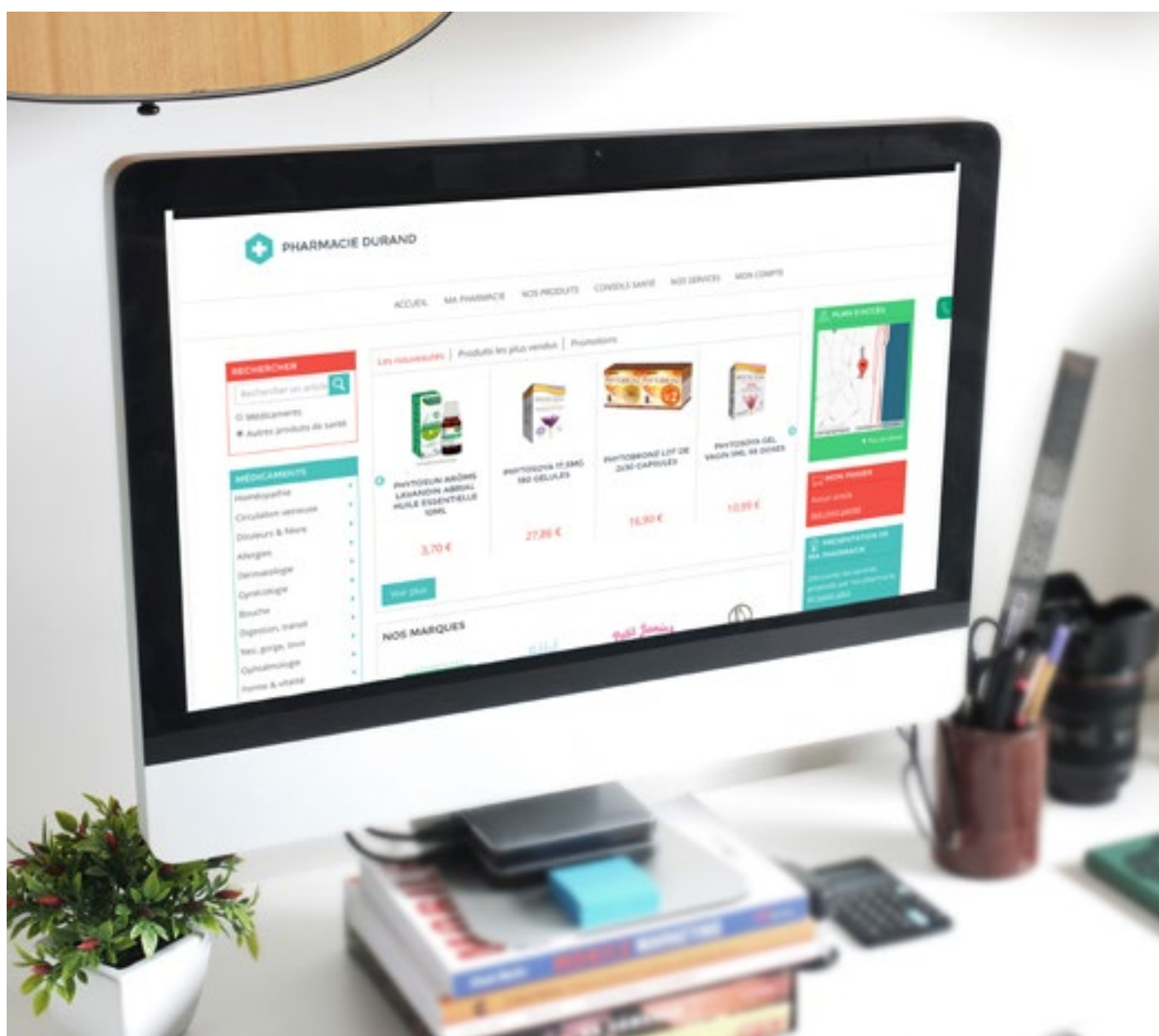
04 78 84 19 28

107 Boulevard de Stalingrad

69100 Villeurbanne

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

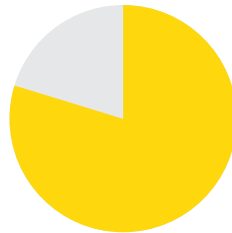
01

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



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>

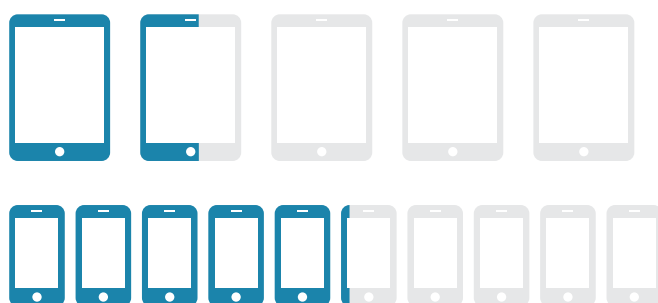
³ http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf

1625€/an

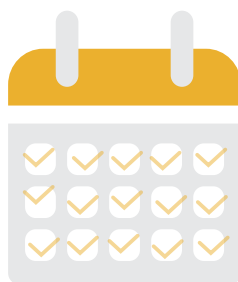
un internaute dépense en moyenne 1625€ par an en ligne.³

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>

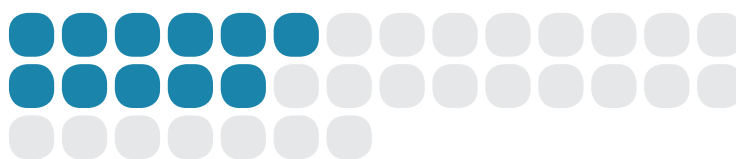
⁵<http://www.appsmiles.eu/2015/05/10-chiffres-sur-les-applications-mobiles>



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



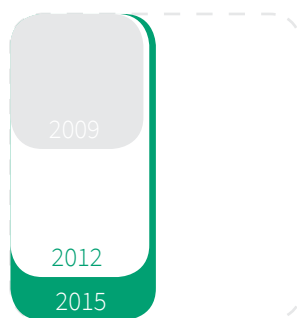
86% du temps passé sur Internet est généré par des applications. ⁵



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 :

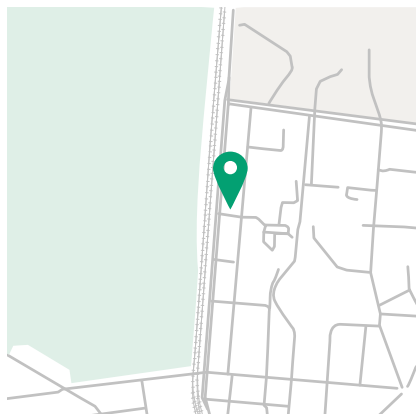
Adresse :

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