

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.

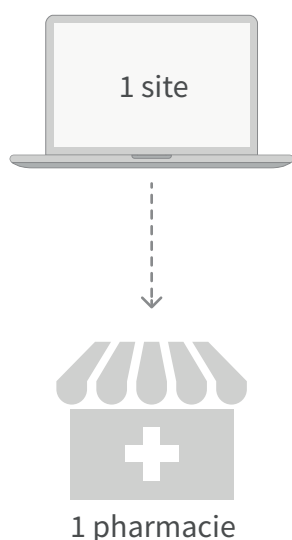
Le Livre Blanc de Pharminfo.fr a été rédigé pour livrer aux pharmaciens d'officine les outils nécessaires à la bonne gestion d'un site e-commerce. Vous obtiendrez des informations quant à la réglementation en vigueur ainsi que des conseils pour tirer le meilleur parti de votre site Internet. Outil d'accompagnement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

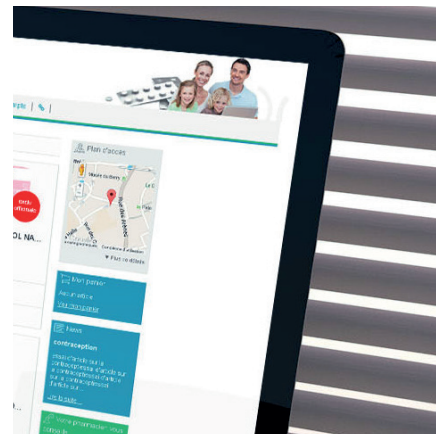
- les prix sont trop élevés
- les descriptifs produits ne sont pas suffisamment précis
- la durée de la livraison est trop longue
- le coût de la livraison est trop élevé

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/secure/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.

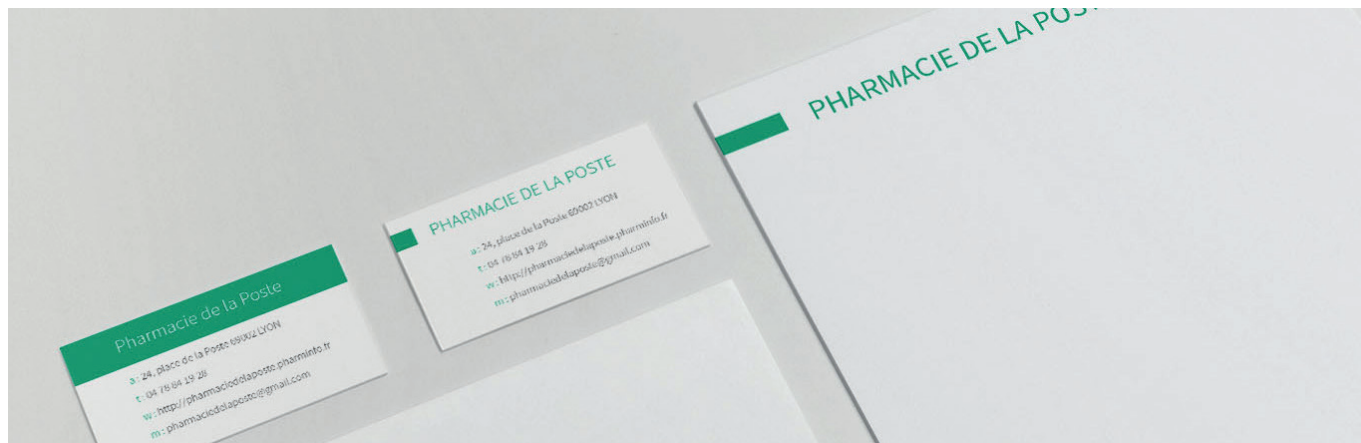
Les offres couponing vous donnent la possibilité de faire bénéficier à un ou plusieurs de vos clients d'une offre spéciale. Ces offres ciblées visent à récompenser vos clients pour leur fidélité. Choisissez ces clients dans votre base de données en fonction des critères qui vous sont propres : clients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

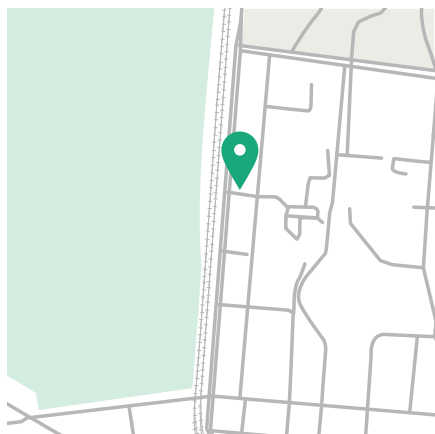
Adresse : _____

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