

# COMMENT RECRUTER ET FIDÉLISER ?

## Mettez-vous dans la peau de vos patients !

*Il n'y a rien de plus efficace, de plus révélateur que de se mettre à la place de ses patients. Pourquoi ? Parce qu'il ne faut pas vivre l'officine comme un titulaire, un adjoint ou un préparateur, mais comme un patient. Une analyse très instructive, proposée par **Vanessa Pezzotta-Bulan et Marie Jacq** aux 12<sup>es</sup> Rencontres de l'officine.*



Vanessa Pezzotta-Bulan

**R**appelons que « l'expérience patient » est l'ensemble des émotions et sentiments ressentis avant, pendant et après la délivrance d'une ordonnance ou d'un conseil. L'objectif est d'améliorer en tout point cette expérience.

### COMMENT RECRUTER ?

**Le recrutement peut être compliqué surtout dans le contexte si particulier de la pharmacie.** Avec peu de possibilités de communiquer et surtout dans le respect du

**En général dans le commerce,**

1 client  
très satisfait  
en parle à  
3 personnes

1 client  
mécontent  
en parle à  
12

1 client  
très mécontent  
en parle à  
20

**Pensez-vous que ce soit  
différent en pharmacie ?**

code de déontologie, capter de nouveaux patients peut se révéler complexe. Il est donc primordial de fidéliser ses patients plutôt que de dépenser toute son énergie à en conquérir de nouveaux !

Les pharmacies ont tout à y gagner, car les patients satisfaits seront leurs meilleurs ambassadeurs. Un recrutement naturel se fera *via* le bouche à oreille, il faut donc miser sur la recommandation. Mais pas seulement ! Il faut aussi concentrer ses efforts sur la présence de sa pharmacie sur internet. Aujourd'hui, tout le monde est connecté, même les seniors ! Selon un sondage Ifop, 80 % des Français utilisent internet pour obtenir des informations sur une maladie ou des symptômes. Ils l'utilisent donc aussi pour trouver une pharmacie en tapant sur un moteur de recherche « Pharmacie + le nom d'une ville ». Avoir un site vitrine est devenu indispensable. Il doit être attractif, moderne et surtout à l'image de l'officine. Il doit répondre aux questions que peuvent se poser les internautes. Quel type de pharmacie êtes-vous ? Où est-elle située ? Quels sont les horaires d'ouverture ? Que proposez-vous et quels services ?

**Il est également essentiel d'optimiser sa présence sur les Pages jaunes ou Google MyBusiness** en fournissant un maximum d'informations et en y apportant le même soin qu'à son site. Les réseaux sociaux ne sont pas à négliger non plus. Les seniors passent environ 15 heures par semaine sur Internet et leur taux d'utilisation des réseaux sociaux est de 71 % quand il est de 97 % pour les jeunes\*. Un contenu éthique et de qualité permettra de garder le contact avec ses patients et de leur transmettre de l'information fiable. Travailler tous ces éléments permet d'améliorer son référencement et sa visibilité sur la Toile.

## COMMENT FIDÉLISER ?

Un des points essentiels pour fidéliser est de valoriser la relation humaine. Il faut supprimer cette barrière entre l'équipe officinale et le patient. L'équipe doit être présente au maximum sur l'espace de vente. Il faut comprendre que plus le digital est présent dans nos vies plus le besoin de contact proche

est important. Les consommateurs veulent alors parler à des personnes, se rencontrer, ils ont besoin d'échanges vrais. D'ailleurs, l'un des principaux critères évoqués pour choisir sa pharmacie est l'accueil\*\*. Il est donc primordial de le soigner, d'être souriant, d'orienter, d'informer, de prendre en charge avec une bienveillance toute particulière. Le patient n'est pas conquis seulement lorsqu'on répond à son besoin. Il est acquis quand on parvient à créer une relation de confiance, le lien de proximité est essentiel.

Les pharmacies ont déjà un contact privilégié avec leurs patients. Il faut simplement l'optimiser, mettre en avant la vocation d'aide, de prévention, d'information. Cela passe également par un conseil expert et sur mesure, en toute confidentialité, sans oublier d'expliquer, d'indiquer. Les petites attentions telles que des étiquettes de posologie collées sur les médicaments, des conseils compréhensibles, une démonstration sont très appréciées. Considérer vos patients comme des VIP : **Very Important Patient**.

Il est nécessaire d'anticiper le moment où l'on ne viendra plus à la pharmacie par nécessité, quand tout sera accessible sur internet ou *via* un distributeur !

Les consommateurs ont également besoin qu'on leur facilite la vie. Une étude réalisée auprès de 4 043 patients révèle qu'ils seraient intéressés par des services leur facilitant le quotidien. Deux tiers des patients interrogés répondent qu'ils souhaiteraient pouvoir envoyer leurs ordonnances par internet et les récupérer sans faire la queue. Un patient sur deux apprécierait la livraison de médicaments et d'autres produits à domicile\*\*\*. C'est donc aussi autour des services qu'il est possible de se démarquer pour fidéliser.

Mais pour que les patients aient envie de revenir, il faut s'intéresser à ce qu'ils vivent, à leurs besoins. Il faut leur donner la parole, les interroger en réalisant des enquêtes de satisfaction par exemple. Comment ? **Via** une tablette ou une borne interactive qui permet de poser quelques courtes questions ou *via* le TPE pour en poser une seule au moment de l'encaissement.

Connaître les frustrations et les attentes des patients permet de développer des solutions pour y remédier et pour se différencier. Placer le patient au cœur de sa stratégie, miser sur l'échange, le partage d'informations et les services se montrera UNE STRATÉGIE GAGNANTE pour fidéliser et recruter ! ●



\*source nouvelle tendance de consommation - KPMG

\*\*source étude : les Français et leur relation aux opticiens et pharmaciens, réalisée par l'Asnav

\*\*\*étude Satispharma/OpinionWay, 2016