

« La magie doit opérer jusqu'au comptoir »

Pour Shérazade Martin, consultante merchandising, la période de Noël doit être l'occasion de « chouchouter ses clients ». Voici ses conseils pour booster votre chiffre d'affaires avec des produits spécialement conçus pour les fêtes !

Propos recueillis par Diane Cacciarella



Quels cadeaux incontournables proposer en pharmacie pour Noël ?

Historiquement, l'univers dermo-cosmétique a toujours été dédié aux cadeaux. La tendance a démarré sur ces catégories de produits dans les circuits spécialisés, comme la parfumerie. Beaucoup de marques proposent ainsi des coffrets pour tous les budgets et tous les goûts. Généralement très travaillés au niveau de l'esthétisme, ils constituent de magnifiques têtes de gondoles durant les fêtes et les ventes de coffrets cosmétiques, de parfums et de soins sont clairement boostés sur la période de Noël.

Quels autres univers développent des offres spéciales Noël ?

Quasiment tous les univers se sont mis aux couleurs de Noël. En phytothérapie, vous trouverez des offres de thés et d'infusions en coffrets, avec une bougie ou une tasse par

exemple. Plus largement, tous les produits liés au bien-être peuvent aussi être travaillés pour ces fêtes : associations et diffuseurs d'huiles essentielles, mélanges de plantes, etc. On trouve aussi de nouvelles tendances comme les marques bio et nature qui se sont également mises aux offres cadeaux, de même que certaines gammes « *do it yourself* » (DIY). Enfin, les cadeaux plus « pratico-pratiques » sont également appréciés, comme les coffrets pour enfants avec brosse à dents à l'effigie de personnages de fictions.

Comment et quand faut-il préparer Noël en officine ?

Dans d'autres secteurs, les jouets sont déjà mis en avant depuis octobre ! S'organiser tôt, c'est aussi donner un avant-goût de Noël et capter des clients qui anticipent leurs achats de Noël. Pour les attirer, il convient de mettre en scène les cadeaux de fin d'année en vitrine, en soignant la décoration : colorée, éclairée et visible de loin. À l'intérieur, il s'agit de créer une

ambiance en balisant le circuit emprunté par les clients sans le surcharger. La magie doit opérer jusqu'au comptoir.

En ce qui concerne l'offre de produits, il est essentiel de bien estimer le stock pour avoir suffisamment d'exemplaires mais sans traîner les reliquats toute l'année suivante. Pour cela, réfléchir à l'offre en fonction de la clientèle de l'officine et ne choisir que quelques marques partenaires que l'on travaillera correctement sont des étapes importantes.

Comment valoriser tous ces produits ?

Théâtralisez ! Les mises en avant doivent être massives pour développer le chiffre d'affaires. Noël est aussi le bon moment pour chouchouter les clients fidèles et leur proposer des échantillons, des goodies ou des accessoires. Ils se sentiront ainsi privilégiés. Enfin, vous pouvez aussi relayer vos offres et animations de Noël sur tous vos supports de communication, comme votre site ou vos réseaux sociaux.

Faut-il mettre en place des animations spéciales ?

Oui, lorsque la place le permet. On peut par exemple proposer une dégustation de thés de Noël, un atelier DIY pour créer ses soins visage, etc. C'est aussi le moment de créer des lots virtuels : un soin visage acheté = une trousse de maquillage offerte, par exemple. Un client pharmacien lyonnais propose aussi une offre exclusive composée de coffrets soins beauté entièrement faits maison, avec un prix rond impactant. Et les clients savent qu'ils ne trouveront pas la même chose ailleurs. Les cannes de marche esthétiques, c'est tout à fait pertinent pour certaines cibles de clientèle.

Ces produits de Noël se vendent-ils vraiment ?

Oui, et la pharmacie est parfaitement légitime à proposer des idées de cadeaux pour Noël. L'offre s'est étoffée et a su combiner les produits d'officine dans un contenant festif, que l'on prend plaisir à offrir. ■