

7 actions pour dynamiser votre rayon diététique en pharmacie

Après les fêtes, tout un chacun cherche à se remettre de ses excès et retrouver sa vitalité. Système immunitaire fragilisé, maux de ventre, l'organisme tire la sonnette d'alarme ! Quoi de mieux que de se rendre chez son pharmacien pour prendre conseil ? Afin de remédier à l'inconfort, perdre du poids et éliminer les toxines, les compléments alimentaires ont la côte. Pourtant, beaucoup de patients sont perdus parmi tous les produits. Découvrez dans cet article des solutions concrètes pour renforcer votre rôle de conseil et développer votre rayon diététique.

Le marché de la nutrition-santé a le vent en poupe en France. En effet, les compléments alimentaires affichent une croissance à deux chiffres (+ 25% entre 2015 et 2020) et poursuit son essor en 2022. C'est une opportunité pour vous, pharmacien, de développer votre activité. On vous embarque sur le sujet ?

Conseil diététique : rôle du pharmacien dans l'accompagnement du patient

D'après un sondage Opinion Way réalisé en 2022 pour le Moniteur des pharmacies, **deux Français sur trois croient aux bienfaits des compléments alimentaires.**⁽¹⁾

- 67% des sondés les jugent utiles pour « lutter contre une alimentation déséquilibrée » ;
- 64% les utilisent pour « certaines périodes de l'année »

seulement ;

- 50% estiment qu'ils permettent de «prévenir ou ralentir certains problèmes de santé».

Pourtant, les pharmaciens ont du pain sur la planche car, pour beaucoup d'entre eux, **l'utilité des compléments alimentaires reste à prouver**. En tout cas, elle mérite d'être clarifiée aux yeux de la patientèle :

- 65% des Français s'estiment peu ou pas du tout informés ;
- 73% d'entre eux sont demandeurs d'informations.

Comment remédier aux interrogations des patients sceptiques ?

Bien plus que la réponse à son besoin (être rassuré, être orienté), « le bon conseil » consiste à lui proposer « le bon produit » (adapté aux symptômes du patient) au « bon moment ». Voici plusieurs pistes à envisager pour mieux les accompagner au quotidien.

Action n°1 : identifier un référent-conseil diététique

Désignez un(e) référent(e) au sein de votre officine, spécialisé(e) en diététique. Ainsi, vous serez d'emblée **plus disponible pour répondre aux questions** d'une personne en surpoids qui cherche un conseil diététique en rapport avec ses habitudes alimentaires. **Une cure détox ou un régime protéiné** implique par exemple de suivre des règles diététiques strictes et une bonne hygiène de vie :⁽²⁾

- En premier lieu, vous lui apporterez des informations nutritionnelles sur les risques liés à une prise de poids.
- Ensuite, vous devrez déterminer les besoins nutritionnels du patient en fonction de son profil (taille, poids, sexe, activité physique...).
- Enfin, vous devez aussi connaître le protocole minceur

du régime concerné avec ses différentes phases...



Conseiller des produits pour encadrer l'alimentation des patients

Action n°2 : organiser des temps forts et/ou des entretiens

Quelques kilos en trop veulent parfois dire diabète de type 2, apnée du sommeil, hypertension... De par sa formation, le pharmacien est bien placé pour délivrer des conseils nutrition à condition de bien cerner les problématiques spécifiques. Afin d'assurer un conseil de qualité vous pourriez mettre à la disposition de vos patients des services à forte valeur ajoutée :

- **Inviter une diététicienne en pharmacie** pour répondre à leurs questions concernant l'alimentation⁽³⁾ ;
- **Organiser des entretiens** associés à un suivi personnalisé du référent-conseil diététique.



Proposer la dégustation d'une infusion dans un espace dédié.

Action n°3 : renforcer vos compétences en diététique

Trop souvent, les patients se plaignent de conseils inappropriés ou insuffisants par manque de personnel qualifié. Nous insistons sur la **nécessité de se former** pour répondre à cette demande croissante, d'autant plus que les connaissances en matière de compléments alimentaires sont en perpétuelle évolution.

« Nous pensons que la diététique, les médecines alternatives et la nutrition peuvent faire partie de l'arsenal thérapeutique du pharmacien. » souligne Lucien Bennatan, Président de Team Pharma.

Depuis dix ans, des diététiciennes sont missionnées par Team Pharma pour intervenir auprès de 260 officines partenaires. **Profitez de leurs conseils avisés** : en moyenne, « une diététicienne mène entre 8 à 12 consultations confidentielles

de 45 minutes par jour avec les patients. C'est un moyen efficace de gagner en compétence et mieux accompagner vos patients chroniques dans ce domaine »⁽⁴⁾.



Le conseil nutrition peut compléter votre arsenal thérapeutique

Comment booster votre rayon diététique et répondre aux besoins des patients

Pour développer le trafic vers votre **rayon diététique en pharmacie**, vous devez le promouvoir et activer l'intégralité des points de contact afin de faire connaître votre savoir-faire en la matière et donnez envie de faire appel à vos services.

Action n°4 : exploiter votre vitrine comme outil d'avant-vente

D'entrée de jeu, [la vitrine est un support de communication essentiel](#). Trop souvent négligée, la vitrine reste pourtant un puissant levier d'activité pour votre pharmacie. « Comment trouver une pharmacie spécialisée en diététique à proximité ? » est une recherche très fréquente sur Google. En trois points, voici la combinaison gagnante que vous pourriez mettre en œuvre pour stimuler vos ventes :

- Optez pour [un habillage de vitrine personnalisé](#) : il permet de créer un impact visuel fort – visible dès le premier coup d'œil – et de mettre en avant votre démarche de conseil ;
- Utilisez [l'affichage dynamique en pharmacie](#) (en vitrine et/ou à l'intérieur): c'est le media le plus efficace pour doper le trafic naturel et capter de nouveaux clients.
- Créez **une fiche de votre pharmacie sur Google My Business** vous permettra d'augmenter votre visibilité grâce aux informations renseignées.



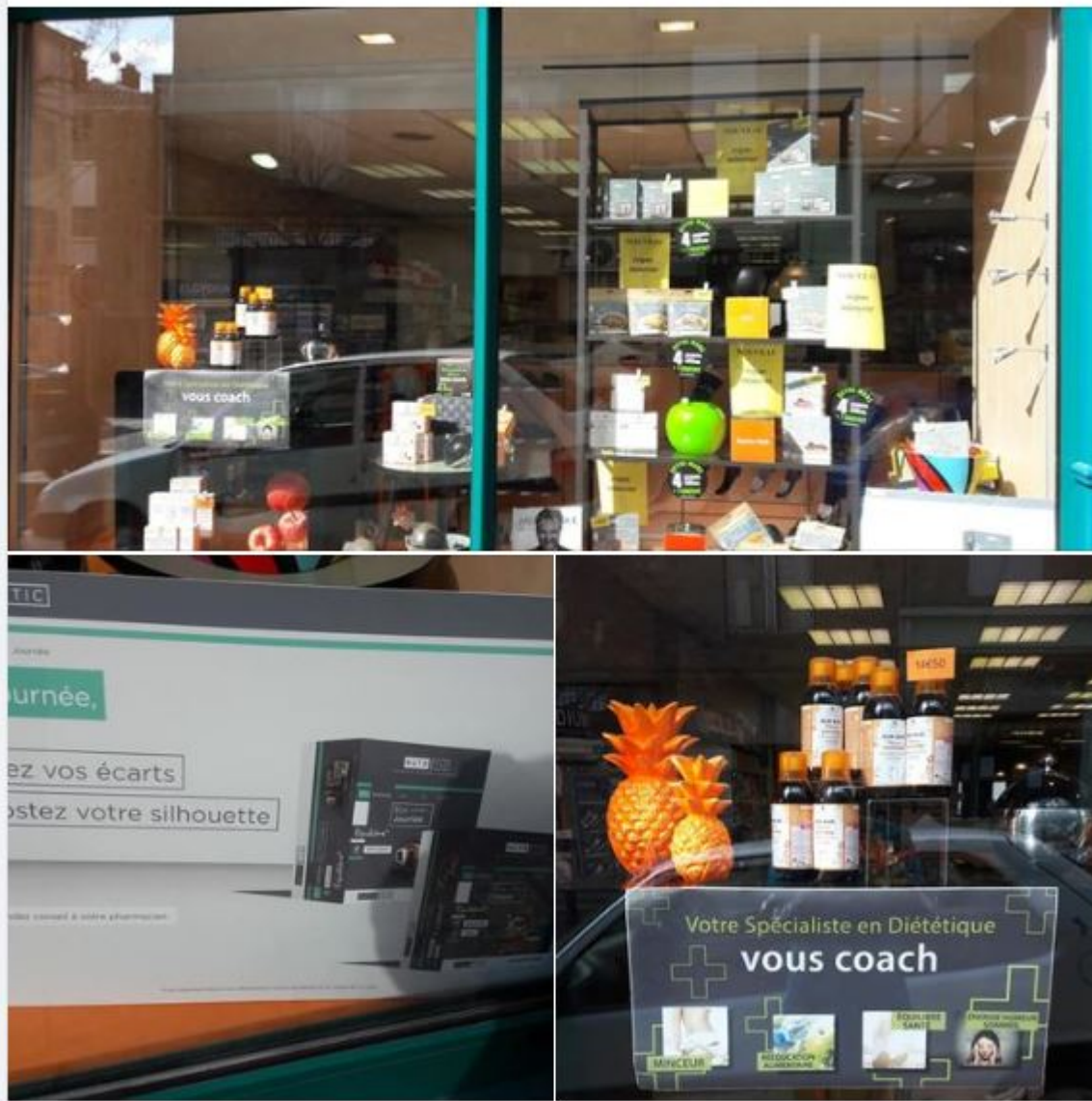
Pharmacie DU FOREZ

1 avril 2019 · 🌐

🍏🍏 Nouvelle vitrine minceur! 🍏🍏

Venez demander conseils à nos trois spécialistes : Christelle, Coralie et Virginie sauront adapter votre alimentation en fonction de vos besoins...

Pharmacie du Forez, conseils diététiques.



*Vitrine et conseils diététiques mis en avant sur Facebook.
Pharmacie du Forez.*

Action n°5 : adopter une segmentation par usage réveille le rayon

Gardons à l'esprit que le patient-consommateur a de plus en plus **besoin de conseils écrits**. Au-delà de son apparence (style/mobilié/éclairage), le rayon diététique doit donc être

pédagogique pour inspirer confiance. **Une signalisation astucieuse** permet de l'orienter vers les produits adaptés à son besoin. On doit pouvoir lire facilement les étiquettes.

En jargon marketing, on incite à « segmenter le rayon » grâce à une organisation pertinente : la plus logique étant associée aux **besoins physiologiques** adressés. Plutôt que de miser uniquement sur l'attrait de l'emballage ou de la marque, chaque « case » du rayon balise un certain nombre de « réponses-produits ». **L'atout de cette approche** : chacun de ces segments correspond à des questions simples que se pose le patient-consommateur : digestion-détox, minceur-drainage, tonus-vitalité, défense immunitaire...







Précédent

Suivant

Comment se repérer au rayon-diététique parmi les marques ?

Aller plus loin

Idéalement, vous pourriez **prévoir d'associer des fiches pédagogiques** qui expliquent la nature des actifs principaux (plantes, minéraux), ou détaillent la présentation d'une marque. Dans ce domaine, l'usage d'une tablette tactile peut améliorer l'expérience client.

Action n°6 : renforcer l'animation du rayon diététique **dope les ventes**

Inviter une diététicienne régulièrement (au moins une fois par semaine) vous démarquera de vos concurrents. Bénéfices à la clé : c'est une façon d'apporter un conseil individualisé, compétence et réassurance auprès de vos clients potentiels. De plus, cela contribuera à augmenter le panier d'achat moyen, estimé à de +50 % à +100 % du chiffre d'affaires.⁽⁵⁾

Animer le rayon passe aussi par **l'amélioration de la mise en avant de vos produits**, soit par les offres promotionnelles, soit par les présentations saisonnières, à relayer en vitrine pour vous adapter aux saisons et donc aux besoins du moment. C'est une façon classique mais efficace d'attirer l'attention de la clientèle.



Pharmacie de la Licorne Lyon Mermoz est à Pharmacie de la Licorne Lyon Mermoz. ...

14 janvier 2021 · Lyon · 🌐

[🍋 Détox après les fêtes 🍋]

Après l'enchaînement de menus festifs et caloriques, notre corps a besoin de faire une pause. Pour bien commencer cette nouvelle année, faites une cure détox d'après fêtes.

🥬 Légumes et fruits à volonté après les fêtes 🥬

👉 Consommez beaucoup de légumes, cuits ou crus. Détox par excellence, ils contiennent tous les nutriments indispensables pour éliminer, des fibres, des antioxydants. On en consomme à chaque repas, en privilégiant les formes cuites, plus digestes.

👉 Evitez les matières grasses, remplacez le beurre et la crème par des huiles végétales, cuisinez à la vapeur ou au four. Privilégiez les légumes les plus drainants, comme le chou, le brocoli, ou encore le poireau, le fenouil et les oignons si vous n'aimez pas les choux.

👉 Chaque matin, prenez un demi-verre de jus de citron si vous ne souffrez pas d'acidité gastrique.

Pour nettoyer en profondeur votre organisme et plus particulièrement votre foie, des compléments alimentaires à base de plantes ou d'huiles essentielles existent. Nous vous conseillerons le bon produit en fonction de vos traitements et de vos besoins.

[#pharmaciedelalicornelyonmermoz](#)

[#prendresoindesoiaivecmutualpharmacies](#)

[#Lyon8](#)

[#detox](#)

[#bienêtre](#)

[#aprèslesfêtes](#)

[#minciretsepurifier](#)



Mise en avant produits, relayée sur Facebook. Pharmacie de la Licorne.

Action n°7 : référencer les marques innovantes suscite la curiosité

Comment choisir au mieux les marques à référencer ? Tout est question de dosage. S'il faut commencer par intégrer un choix restreint, **privilégiez les marques à forte notoriété** – une ou deux marques référentes ou historiques – tout en laissant leur chance à celles qui font le « buzz », dont la performance sera à analyser sur une période courte de vente d'environ 3 mois.

La croissance du secteur a ouvert l'appétit **de multiples jeunes pousses native d'Internet**, plus ou moins qualitatives. Les Miraculeux, Epycure ou Cuure... Toutes cherchent à dépoussiérer le marché pour attirer une nouvelle cible, plus jeune, d'où le succès des *gummies*. «Sommeil», «beauté», «énergie» retrouvée, ces petites gommes miraculeuses assurent de contenir les mêmes actifs que les gélules traditionnelles.⁽⁶⁾



Les miraculeux : un concept révolutionnaire. Made in France, vegan et naturel.

Pour garder une longueur d'avance (et vous aider à vous y retrouver), Darwin-nutrition, media spécialisé en alimentation, éditeur du podcast Révolutions alimentaires, a élaboré en 2022 [un comparatif des marques de compléments alimentaires](#) selon une liste de critères judicieux : la transparence de la marque, l'origine des matières premières et leur fabrication française, la pureté des produits, l'expertise de la marque, son potentiel d'innovation...

Lire aussi :

- [8 idées efficaces pour booster l'animation de votre officine](#)
- [Médecine par les plantes : quel avenir règles pour la pharmacie naturelle ?](#)
- [Le sac jute en officine : un atout face au besoin de naturalité des patients](#)

⁽¹⁾ Campus Astera. février 2020. [Les compléments alimentaires : un levier de croissance pour l'officine.](#)

⁽²⁾ Blog Protifast. [Conseil diététique en pharmacie.](#)

⁽³⁾ La pharmacie du Pont Michelet. [Diététicienne en pharmacie.](#)

⁽⁴⁾ Le Quotidien du pharmacien. 25 janvier 2022. [Le conseil diététique s'invite à la pharmacie.](#)

⁽⁵⁾ Bio Linéaires. 21 mars 2016. [De la bonne gestion du rayon des compléments alimentaires.](#)

⁽⁶⁾ Les Echos. 27 janvier 2022. Ces start-up réinventent les compléments alimentaires.