

Les 5 clés pour fidéliser vos clients grâce à l'objet publicitaire

Doté d'un excellent capital sympathie et d'un fort taux de mémorisation (75%) ¹, l'objet publicitaire est essentiel pour fidéliser votre clientèle. Une enquête récente vante son efficacité et révèle les dernières tendances. On vous donne les clés pour toucher votre clientèle avec des objets qualitatifs, écologiques et utiles au quotidien.

Comment utiliser les objets publicitaires à bon escient ? Cet article vous aide à cultiver la proximité avec votre clientèle et concevoir un programme de fidélisation par la gratification qui concilie transactionnel et relationnel.

« Avec 75% de taux de mémorisation, l'objet publicitaire fait aussi bien que le cinéma ! ¹ »

Privilégier la qualité, l'utilité et la durabilité pour vos objets médias

Un cadeau améliore le lien entre la marque (ou l'enseigne) et l'individu, que ce soit dans le seul but de faire plaisir, de stimuler les ventes ou de remercier un client fidèle. L'enquête *TSM Research* réalisée en 2020 le prouve et va plus loin ².

Voici ce qu'elle nous révèle :

« Si l'objet publicitaire est toujours très attendu et désiré par les Français, une tendance forte se dessine : ils préfèrent en recevoir moins, mais de meilleure qualité, plus

personnalisés et certaines catégories de clients sont très attachées à la durabilité et la dimension écologique des objets. »

Par ailleurs, la qualité du cadeau et le prix perçu reflète la qualité de la relation entre la personne qui l'offre et le patient. De ce fait, la clientèle de votre pharmacie préférera en recevoir moins mais de meilleure qualité et plus ciblé.

Illustrer votre engagement écologique avec des cadeaux « verts »

L'enquête *TSM Research* souligne que la dimension RSE* de l'objet éco-responsable a un impact fort sur la perception de la clientèle. Au-delà du **sac de pharmacie écologique**, la demande va principalement vers un cadeau durable qui remplace les objets jetables du quotidien, conçu en matière recyclée, recyclable ou biodégradable et naturelle (bambou, bois, lin, coton). Cet objet devra être fabriqué en France, ou issu d'une filière de production locale.

L'objet écologique aura plus d'impact auprès de la patientèle soucieuse de l'environnement. Nous avons dégotté pour vous des idées d'objets utiles, écologiques et éthiques ³ :

- un [sac en toile](#) ou « **tote bag** » en coton
- un mug en bioplastique
- un crayon en bois
- un sachet de graines en papier kraft
- une brosse à dent en bambou
- un bracelet anti-moustique écologique

Soigner votre communication avec des objets de santé utiles et qualitatifs

Quelles que soient les cibles visées, joignez l'utile à l'agréable ! Pensez à lier l'objet à votre activité de santé et privilégiez les objets malins et pratiques qui facilitent la vie quotidienne. Perçus comme des cadeaux utiles, ils seront conservés plus longtemps.

- Le [pilulier](#), le [porte carte Vitale](#), le [garde-ordonnance](#) sont très appréciés de la patientèle sénior ;
- La [trousse de soin](#) pour les jeunes mamans, la [veilleuse](#) ou un [jouet](#) en bois pour bébé.



Et en cette fin d'année marquée par l'épidémie de Covid-19, l'accessoire essentiel au quotidien de l'ensemble de la patientèle est **la pochette à masques**.

Notre conseil

Mieux vaut remettre votre cadeau en main propre et l'offrir de vive voix. C'est un geste qui favorise la proximité avec vos clients.

Personnaliser vos objets publicitaires en pharmacie à votre image !

« Avec 75% de taux de mémorisation, l'objet publicitaire fait aussi bien que le cinéma ! ¹ »

La mémorisation de votre nom a un impact positif sur votre image, favorise le bouche-à-oreille ou les intentions d'achat envers votre officine ⁽¹⁾. Si vous voulez que vos clients se souviennent de vous, mieux vaut personnaliser vos cadeaux à votre image. Il existe bien des façons d'attirer l'attention de vos clients afin qu'ils se souviennent de vous !



8 IDÉES EFFICACES POUR BOOSTER L'ANIMATION DE VOTRE OFFICINE

[LIRE](#)

Marquer les temps forts de l'année

pour récompenser vos clients

Les temps forts de l'année (halloween, Noël, la fête des mères, etc.) sont autant d'occasions de gâter votre clientèle pour mieux la fidéliser. Rythmez votre communication avec des cadeaux variés est un moyen efficace de stimuler vos ventes et de fidéliser vos clients.



Noël est la période idéale pour gâter vos clients, mais pas seulement !

A chaque saison ses petits plaisirs

Imaginez des cadeaux originaux et adaptés aux aspirations et au profil de votre patientèle pour mieux la toucher :

- en hiver, on a envie de rester au chaud : une boule anti-stress, un plaid douceur, un masque de repos, une bougie de Noël, une crème pour les mains au karité ;
- au printemps, on remet le bien-être à l'honneur avec un accessoire de massage pour les jambes ou les pieds, une gourde filtrante, une huile de bien-être à l'arnica ;
- en été, on garde le soleil en point de mire : offrez un brumisateuse pour tout produit solaire acheté ou une

- paire de lunette à partir d'un certain montant dépensé ;
- à l'automne, pour les enfants, proposez un kit de brossage dentaire ou un peigne anti-poux efficace, et pour les vacances, une trousse premier secours.

Booster vos ventes avec les cadeaux publicitaires les plus appréciés

Quand l'utile rejoint l'indémorable... les calendriers annuels ont toujours un grand succès en pharmacie. Et, malgré les nouvelles tendances du marché, les objets classiques continuent d'avoir la cote. Parmi les plus demandés : l'incontournable stylo, le mug, **le sac en toile** (« tote bag »)

4.

Bon à savoir

L'étude *TSM Research* menée par Florian Escoubes indique dans l'ordre 4 catégories d'objets reçus les plus appréciées des Français en général :

30,6% [instruments d'écritures](#) (stylo, crayon, feutre...)

18,7% de [goodies](#) (porte-clés, magnet, porte-monnaie...)

17,6% de papeterie (post-it, [calendrier](#), agenda...)

12,5% de bagagerie (sac de voyage, sacoche, trousse de toilette...)

Pour aller plus loin

Certains clients sont friands de services digitaux. Au-delà des objets publicitaires, découvrez un autre levier de fidélisation pour votre officine. Vous pourriez mettre en place des **services en ligne sur votre site web** pour leur simplifier la vie : Scan ordonnance, Clic & Collect, un espace fidélité personnel...

* **La responsabilité sociétale des entreprises** (RSE) désigne la prise en compte par les entreprises, sur base volontaire, et parfois juridique, des enjeux, environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans leurs activités.

(1) Bewear. Le taux de mémorisation de l'objet média. Consulté sur <https://www.bewear-pro.com/actualite/media-avec-75-de-taux-d-e-memorisation-l-objet-media-fait-aussi-bien-que-le-cinema.html>

(2) TSM Research, Florian Escoubes, Principaux résultats de l'enquête objets médias 2020.

(3) Priscillia Penautille. 8 juillet, 2019. Communication éco-responsable : le TOP 10 des objets publicitaires écologiques. Consulté sur <https://www.bv-lagenceobjets.fr/communication-ecoresponsable-le-top-10-des-objets-publicitaires-ecologiques/>

(4) Besight. Le Top 5 des goodies les plus demandés. Consulté sur <https://besight.co/blog-top-5-des-goodies-les-plus-demandes/>