

5 pièges à éviter pour réaliser une vitrine de pharmacie attractive

Votre **vitrine de pharmacie** est un support de communication essentiel. C'est votre premier contact avec la clientèle. L'objectif est triple : se faire remarquer, séduire et mettre en confiance le visiteur. La vitrine valorise votre image et impacte le chiffre d'affaires de votre officine grâce à la mise en avant de vos produits, de vos spécialités et de vos services. Si vous voulez faire mouche, ne laissez rien au hasard ! Pour rendre votre vitrine attractive, les leviers sont multiples. Découvrez les pièges à éviter et profitez de nos conseils pour réaliser une belle vitrine.

Piège n°1 : le manque de visibilité de la vitrine de pharmacie

La [croix de pharmacie](#), porte-drapeau de votre officine, permet de vous identifier de loin mais, pas toujours de près ! De surcroît, certaines officines manquent de visibilité du fait des contraintes liées à leur environnement : rue piétonne, quartier historique ou proximité d'un parking ou d'une voie de circulation, centre commercial... Voici deux idées efficaces pour maximiser votre visibilité :

Nos conseils

- Placer une [croix lumineuse](#) en vitrine améliore votre visibilité de loin et assure l'identification immédiate de votre commerce dans la rue, y compris la nuit. Un vrai bénéfice !
- Optez pour la transparence grâce à un [habillage vitrine pharmacie](#) partiel (appelé aussi vitrophanie). Ce dernier

permet de deviner l'intérieur depuis l'extérieur : le comptoir pour une pharmacie orientée service, les têtes de gondole pour évoquer le type d'offre...

Piège n°2 : une vitrine de pharmacie digne de la caverne d'Alibaba

Stop aux vitrines de pharmacie qui superposent les pubs de laboratoire ! Entre publicités, bibelots en tout genre et promotions, le consommateur s'y perd. Les visiteurs ne restent que quelques secondes devant une vitrine ou ne font que passer. Gardez à l'esprit que votre vitrine définit votre image et votre positionnement. Pour créer l'impact visuel et donner envie, votre vitrine doit être le résultat d'un travail soigné et créatif.

Nos conseils

- Pensez séduction et cohérence. Notre mot d'ordre : évitez le mélange des styles ! **La tendance est au design épuré en pharmacie⁽¹⁾**. Ainsi, vous pourriez vous orienter vers un style de vitrine sobre au décor minimaliste. Mais rien n'empêche d'opter pour des couleurs plus pimpantes. La règle de trois fonctionne bien pour l'agencement d'une vitrine : 3 couleurs, 3 hauteurs, 3 produits...
- Au premier coup d'œil, les clients doivent identifier votre offre, vos spécialités, vos points forts. Sélectionnez les produits à mettre en avant : un choix à faire en cohérence avec les attentes de vos clients. Mais, là encore, il s'agit d'éviter de surcharger votre devanture.



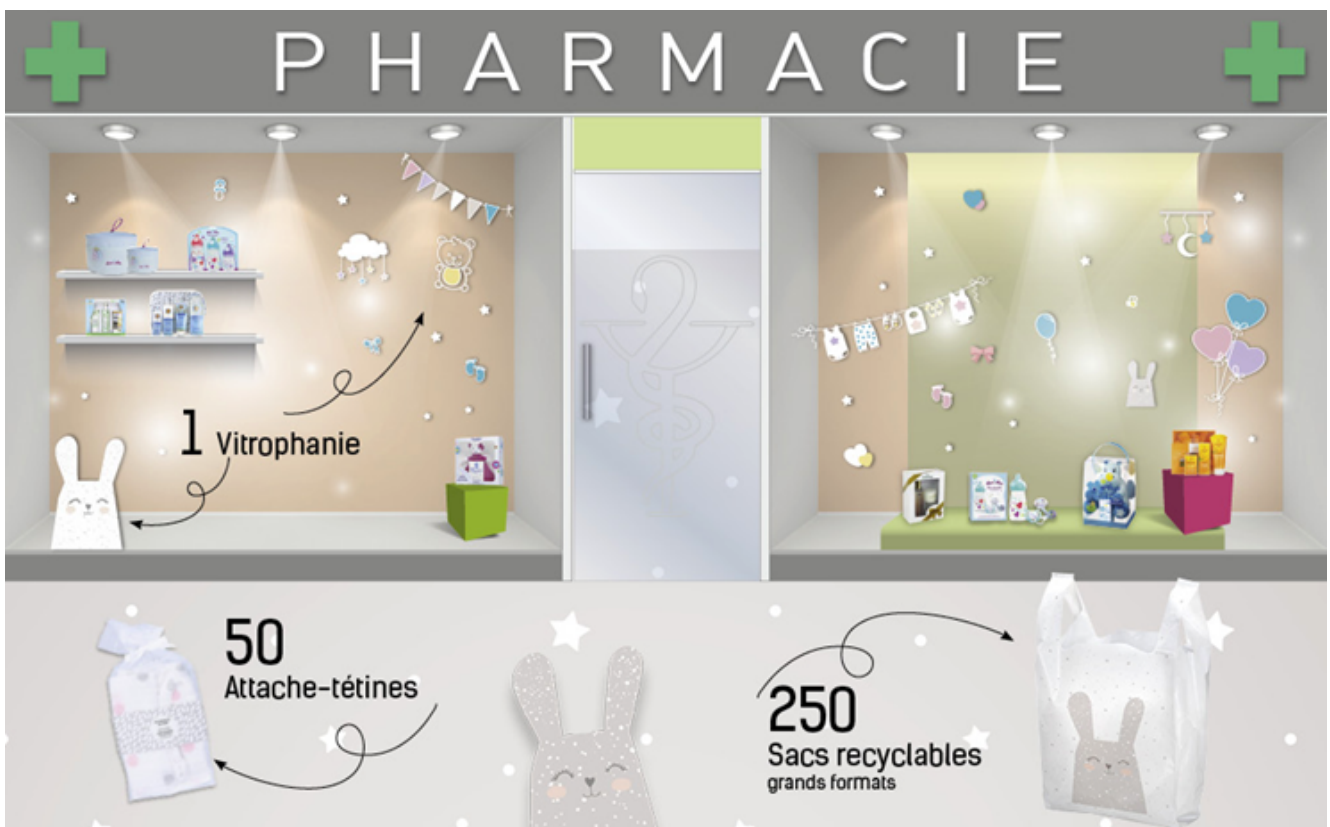
Un habillage vitrine tout en simplicité, dans l'esprit du quartier (Pharmacie Canclaux, à Nantes)⁽²⁾

Piège n°3 : une vitrine impersonnelle n'attire pas les regards

La vitrine, c'est l'âme de votre pharmacie, son identité, ses valeurs... Une vitrine dépersonnalisée, trop « corporate », risque de décourager l'envie du faire du lèche-vitrine, même au sens figuré ! Quel gâchis quand on sait que **la devanture d'un commerce est stratégique pour attirer le regard** des passants et déclencher le coup de cœur... Votre proposition de valeur était-elle clairement affichée ? Il est peut-être temps de donner à votre pharmacie la personnalité et la touche singulière dont elle a besoin.

Nos conseils

- **Jouez la personnalisation.** C'est un véritable atout pour vous différencier de la concurrence ! Ce qui importe avant tout, c'est de renforcer votre position de spécialiste. Voici comment : vous pourriez mettre en avant vos compétences particulières (les vôtres et celles de votre équipe officinale), votre démarche de conseil, par exemple, [la vente de matériel médical](#)...
- « Dis-moi qui tu fréquentes, je te dirais qui tu es ? » dit le proverbe. Afficher les bons produits, les services ad-oc, les promotions espérées... C'est essentiel si vous voulez booster votre chiffre d'affaires. Tenez bien compte de votre clientèle : quel est le profil de vos clients ? Quelle tranche d'âge ? Quelle sociologie ?



Le kit de communication « rayon bébé » dynamise la vitrine de votre pharmacie.

Pour aller plus loin

Vous souhaitez vous rendre visible auprès des jeunes mamans ?

Pour animer votre vitrine, découvrez le [kit de communication spécial maternité](#). La vitrine est l'endroit idéal pour donner un aperçu d'un rayon bébé bien achalandé, avant de déployer vos talents auprès de cette clientèle exigeante, en quête de bons conseils en santé, nutrition, bien-être... Question maternité, [la nouvelle génération carbure au bio](#)...

Piège n°4 : une vitrine de musée, figée toute l'année

Certaines vitrines restent inanimées, hiver comme été. Qu'il pleuve, qu'il vente ou qu'il neige, c'est toujours la même musique... Faire vivre l'actualité en pharmacie, c'est un excellent moyen de dynamiser vos ventes. Quelle décoration choisir pour [célébrer les temps forts de l'année](#) ?



Les belles vitrines de Pâques d'Anna Kropiowska, peintre à

Nos conseils

- Mettez sur la saisonnalité et **théâtralisez votre vitrine de pharmacie** pour marquer les temps forts de l'année. C'est l'occasion rêvée d'attirer de nouveaux clients potentiels en créant un décor attrayant : [une vitrine pharmacie estivale](#) est un outil efficace en avant-vente des produits solaires par exemple.
- Jouez aussi sur la lumière (spot design, ou ampoule décorative à filament), les éléments de décors, de mobilier (niches, stèle, podium), les codes graphiques (logo, typographie, couleur, pictogrammes...), l'identification des promotions. L'offre doit être compréhensible au premier coup d'œil.



*Une vitrine de rentrée inspirante pour une pharmacie (Turpin
bureautique, Alençon)⁽⁴⁾*

Piège n°5 : la file d'attente dissuasive à l'arrivée en pharmacie

La gestion de la file d'attente en pharmacie, c'est parfois tout un poème ! La crise sanitaire étant passée par là, des mesures et les bonnes habitudes sont prises. Pourtant, dès la vitrine, révéler d'emblée l'affluence en pharmacie, n'incite pas à rentrer. Comment faire passer le temps intelligemment à vos patients au point qu'ils en oublient les désagréments causés par la file d'attente ?

Notre conseil

Selon une étude récente conduite par OTX et SeeSaw Network, 63% des personnes interrogées considèrent que l'affichage dynamique attire plus leur attention. Installez dans la vitrine [un écran digital](#) bien en évidence dans votre vitrine de pharmacie, de quoi diffuser de beaux visuels animés en permanence. C'est le media le plus efficace pour booster votre trafic naturel, valoriser un contenu informatif et capter de nouveaux clients en pharmacie.

Pour aller plus loin

Des idées de contenus pour vos écrans ? Tout en restant fidèle à votre style (identité graphique), affichez vos conseils en matière de prévention, [vos coffrets cadeaux pour les fêtes](#), vos promotions, vos temps forts du moment, vos services... Sans oublier la météo locale, la date du jour, l'éphéméride, l'indice de pollution, vos horaires d'ouverture et de fermeture car ils suscitent toujours l'intérêt des passants ! Vous pourriez charger une régie publicitaire de programmer des campagnes dont l'objectif est de mettre en avant votre image de marque et des publicités ciblées...



En mai, les coffrets cadeaux ont la cote pour la fête des mères. Blog « je fais un break ».

Lire aussi :

- [Solaire en pharmacie : 5 clés indispensables d'un été réussi](#)
- [7 idées efficaces pour booster l'animation de votre officine](#)
- [Dynamisez votre pharmacie grâce à l'affichage digital !](#)

- (1) Inside Pharmacy. [Pharmacies modernes, 6 tendances de design.](#)
- (2) Le quotidien du Pharmacien. 18 juin 2021. [Vers des vitrines plus épurées.](#)
- (3) Le Télégramme. 16 mars 2021. [Les belles vitrines de Pâques d'Anna Kropiowska.](#)
- (4) Reflets décoration. [Réalisation de vitrines diverses.](#)