

Une nouvelle enseigne Wellpharma, une réponse au risque d'ubérisation

04.02.2016

Désireux de coller au plus près aux attentes des patients consommateurs, Objectif pharma a lancé l'enseigne Wellpharma. Un concept de crowdpharma qui s'appuie à la fois sur un réseau de pharmaciens, le Web et un club de consommateurs.

Le monde des enseignes officinales compte un nouveau membre : Wellpharma. Issue du groupement de pharmaciens Objectif Pharma, cette enseigne qui fédère aujourd'hui 72 officines représentant quelque 40 000 patients consommateurs répartis sur l'ensemble du territoire national, se veut « une alternative à la pharmacie low cost et à la pharmacie de service », explique le président du groupement, Jean-Pierre Dosdat. Une réponse à l'ubérisation potentielle qui planerait au-dessus de l'officine, avec le risque de contournement du point de vente et l'émergence d'autres canaux de distribution des produits.

Une solution quasi communautaire, puisque Wellpharma se présente comme le premier concept de « crowdpharma ». « Nous avons pour ambition de permettre aux consommateurs de s'allier avec leurs pharmaciens d'officine afin de mieux vivre leur bien-être et leur santé », précise le président de Wellpharma, Jean-Paul Jullière. Une approche innovante, puisque le pharmacien délaisserait son statut d'expert pour endosser le rôle de partenaire de santé désireux de donner envie à son client de créer avec lui une relation privilégiée.

Trois axes

Comment ? « En incitant les clients-patients à avoir des comportements vertueux et à participer à l'évolution de l'offre de services afin de mieux vivre leur bien-être et leur santé via les outils digitaux et la relation humaine sur le point de vente », ajoute la directrice générale, Régine Martin. Une évolution logique puisqu'Objectif pharma est adossé à la coopérative libérale de santé Welcoop, qui regroupe un millier d'actionnaires et 3 600 sociétaires, et est actionnaire de l'éditeur de logiciel Pharmagest.

Fondé sur trois axes prioritaires – la notoriété, la fidélisation et une relation différente avec les clients - Wellpharma entend donc permettre aux consommateurs d'être acteurs de leur santé « à partir d'un label de standards supérieurs de services reconnus et perceptibles ». En adhérant gratuitement à un club, les clients bénéficient d'un coaching personnalisé et sont accompagnés avant, pendant et après leur venue dans l'officine.

Ils sont ainsi invités à des comportements vertueux que traduisent une bonne observance, l'ouverture d'un dossier pharmaceutique ou encore la participation à des entretiens personnalisés. Proactifs dans la gestion de leur santé, ils peuvent également participer à des enquêtes sur le bien-être et la santé ou encore donner leur avis sur des services et des produits. Des études qui permettront à la fois de mieux connaître l'évolution des comportements des clients patients et de développer de nouveaux outils ou services en lien avec leurs attentes.

Deux cibles

Ces objectifs nécessitent toutefois un engagement total des équipes officinales. « Ce concept s'adresse donc à des pharmaciens entrepreneurs ayant une vision novatrice de leur métier », explique Régine Martin. À charge donc aux volontaires d'impliquer leur équipe dans un véritable projet d'entreprise à même à la fois de fidéliser les clients et d'en séduire de nouveaux. En particulier sur les deux cibles prioritaires de l'enseigne : les jeunes parents et les jeunes seniors.

Outre des journées de cohésion pour les équipes, des formations de deux jours sur le management, l'organisation et l'évolution des modes de consommation sont programmées. Et afin de permettre à cette communauté d'évoluer avec son temps, l'enseigne a mis en place un réseau de conseillers à mêmes de former in situ les équipes et un autre d'animateurs pour visiter mensuellement les officines membres. Reste à savoir si ces initiatives suffiront à convaincre la centaine d'officines que Wellpharma entend séduire d'ici à la fin 2017.

SLM

Source : [Le Quotidien du Pharmacien n°3237](#)

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies pour vous proposer des services ou des offres adaptés à vos centres d'intérêts | [Poursuivre](#) - [En savoir plus](#)