

Cédric Charlas

# **Le Guide de l'officine de pharmacie**

**Publibook**

# Introduction

J'ai voulu écrire le livre que j'aurais aimé avoir pour savoir tout de suite comment réagir efficacement en officine de pharmacie.

Force est de constater l'inexistence de référentiel qui pourrait décrire l'officine de pharmacie dans sa globalité. C'est donc grâce à ma propre expérience, celle de commercial en prestation de service, que j'ai rédigé ce livre. Le premier du genre. Premier véritable guide de l'officine. Il se veut à la fois concret pour répondre aux attentes de ceux qui veulent se lancer dans une officine. Et technique pour les professionnels déjà établis.

Je ne veux pas faire de cet ouvrage un livre de leçons. Les pharmaciens n'ont plus besoin depuis longtemps de recevoir des cours. Surtout de la part de quelqu'un qui ne fait pas partie de leur monde...

Quoi qu'il en soit, je pense m'être forgé une expérience professionnelle assez enrichissante pour pouvoir répondre à la façon de Philippe Lucas : « Je n'ai pas besoin d'être champion olympique pour que Laure Manaudou gagne ! »

Autrement dit, pour un travail de vendeur, il n'y a pas besoin d'être pharmacien. Réflexion provocatrice ou réaliste ? Elle suscite en tout cas, bien d'autres questions.

L'officine de pharmacie est un commerce réglementé, le pharmacien est-il un commerçant comme les autres ?

Si oui, ne vaut-il pas mieux gérer une officine de pharmacie comme un commerce classique, type Grande et Moyenne Surface (GMS) ?

La tendance à l'automédication est de plus en plus forte. Les clients surfent de plus en plus sur Internet à la recherche de blogs plus ou moins sérieux (et en terme médical, le moins sérieux peut très vite se révéler dangereux). Par conséquent, le pharmacien joue de moins en moins son rôle de conseiller. Et sa profession se résume enfin à encaisser des boîtes d'aspirine.

Pour endiguer cette fuite en avant, fatale sur le plan médical et professionnel, je ne propose pas de solutions clé en main. Ce livre dénonce une vérité. Et il amène à une réflexion. Une prise de conscience sur son officine pour mieux se préparer à un avenir incertain.

Pour vendre une prestation de service, il faut pouvoir comprendre la notion même de « service ».

Si on ouvre le Larousse ou le Robert, une activité de « service » se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle.

Pour dispenser une prestation de service, il faut donc deux éléments obligatoires et indissociables : un support physique et, évidemment, un client. Une offre et une demande. La base de tout commerce en quelque sorte.

« Le client roi », autre notion commerciale voire économique, doit être au centre de toutes les attentions : de sa satisfaction dépendent la fidélité et donc les rentrées financières.

Cette définition ce rapproche fortement de ce que peut être la prestation de service que peut dispenser le pharmacien. Une définition très commerciale en définitive et qui démontre bien combien le métier est en constante évolu-

tion. On est loin de l'apothicaire, véritable institution à l'angle des rues au même titre que les banques...

En effet, le fait de dispenser un conseil, est une activité de prestation de service. Néanmoins, aujourd'hui, le pharmacien n'est pas rémunéré sur cette prestation, il met donc à disposition du client/patient une capacité intellectuelle de conseil. Le pharmacien se rémunère sur la marge de la vente des produits. Il doit également engendrer de la satisfaction sur ses conseils pour générer de la fidélité.

Seule différence avec un commerçant : pour un pharmacien, la capacité de dispenser un conseil est conditionnée par son savoir. Voilà la clé du métier qui tend à disparaître à cause de la dynamique du marché et du lobbying des laboratoires.

Les pharmaciens exécutent habituellement des actes de commerce et sont donc des commerçants inscrits au registre du commerce et des sociétés. En revanche, autre dichotomie du métier, ils bénéficient du régime de protection sociale des professions libérales car ils sont eux-mêmes organisés comme les professions libérales.

On touche là la conscience éthique du pharmacien. Chaque professionnel étant responsable de sa délivrance et du conseil qu'il apporte.