



« 5 erreurs fréquentes des groupements de pharmacies »

Ressource gratuite produite par PharmaStudio

Erreur 1

Ne pas se démarquer des autres groupements

Description

Vous avez l'ambition de recruter de nouvelles pharmacies et de fidéliser vos adhérents actuels, mais votre discours reste flou, parfois trop général, et ne reflète pas vraiment l'ADN de votre groupement. Résultat : difficile de créer une proposition de valeur face à vos concurrents.

Le conseil PharmaStudio



Racontez **votre histoire**, partagez vos valeurs, affirmez clairement votre positionnement et créez une identité propre à votre groupement.

N'oubliez pas que **vos adhérents sont les premiers ambassadeurs** de votre marque.

Erreur 2

Réduire l'adhésion aux seules conditions commerciales

Description

On peut penser que les titulaires rejoignent un groupement uniquement pour ses conditions commerciales. En réalité, ils adhèrent à une vision, un projet commun et à la valeur ajoutée que vous portez.

Le conseil PharmaStudio



Ne sous-estimez pas l'impact de l'ADN de votre groupement. Vous avez **une histoire, des valeurs et une ambition propres** : il est essentiel de les communiquer pour fidéliser vos adhérents et en attirer de nouveaux.

Erreur 3

Ne pas faire vivre l'identité de votre groupement

Description

Une identité de marque ne se résume pas à un univers créé à un instant T. Elle doit rayonner et évoluer au fil du temps. Une identité figée perd vite de sa force et n'anime plus la communauté des adhérents.

Le conseil PharmaStudio



Faites vivre votre identité : organisez des **événements** réguliers, créez des **campagnes de communication** récurrentes, **proposez des supports chartés utiles** au quotidien de vos adhérents.

Erreur 4

Négliger les supports commerciaux

Description

Nous avons trop souvent vu des groupements ambitieux déployer de l'énergie commerciale sans disposer d'outils adaptés. Le discours est là, mais il manque les supports convaincants pour séduire, marquer les esprits.

Le conseil PharmaStudio



Prenez le temps de construire un discours clair et différenciant, puis mettez-le en valeur grâce à une identité visuelle cohérente. **Déployez des supports commerciaux vivants et variés :** présentations, plaquettes, flyers, site vitrine, événements...

Erreur 5

Ne pas valoriser ses partenaires auprès des adhérents

Description

Certains groupements multiplient les partenariats et prestataires, au point que les adhérents ne savent plus ce qui leur est réellement proposé. Résultat : le catalogue existe, mais ils sont peu visibles, et les titulaires passent à côté d'outils qui pourraient faire la différence pour leur officine.

Le conseil PharmaStudio



Mieux vaut privilégier la qualité à la quantité. Identifiez les partenariats les plus stratégiques pour vos adhérents, et **donnez-leur de la visibilité**. C'est ainsi que vos services prendront tout leur sens et renforceront votre attractivité.

**Une cohérence et une
harmonie de marque peuvent
augmenter les revenus d'une
entreprise de **33%****



Un duo expert



Etienne Pharmacien

Etienne connaît parfaitement l'environnement de la pharmacie pour avoir travaillé en officine, et en agence de communication santé pendant 10 ans.

Il a développé des dizaines de projets de communication pour les plus grands laboratoires pharmaceutiques



Soraya Directrice artistique

Diplômée de design et d'arts appliqués, Soraya accompagne depuis plus de 10 ans les professionnels de santé dans leur besoins en communication.

Elle saura proposer une identité visuelle moderne, personnelle et déclinable



Nos partenariats



PHARMA*studio*
studio créatif pour pharmacies modernes

PHARMAstudio

Contact



Etienne PUYDEBOIS
Pharmacien



06 68 23 21 76



contact@pharmastudio.fr