



Pharm'A2M

Conseil en Achat, Marketing et
Merchandising en officine

Le constat



Vous gérez une entreprise, pas seulement une pharmacie.

Politique d'achat, assortiment, rentabilité linéaire, espace de vente, négociations fournisseurs, projets de travaux, animation commerciale...

Tout cela, en plus du comptoir.

Et si vous étiez accompagné par un expert qui connaît vos problématiques, exactement quand vous avez besoin ?



Julie Larcher



15 ans dans l'industrie pharmaceutique
Déléguée pharmaceutique, formatrice, merchandiser
Fondatrice de Pharm'A2M en 2023



Maîtrise en Biochimie
Master en marketing pharmaceutique (IMIS)

Une expertise construite au coeur de l'officine -
aux côtés des pharmaciens depuis 2007



Indépendante et neutre vis-à-vis de tous vos
fournisseurs

L'audit de rentabilité : le point de départ de tout accompagnement

TOUTE DÉCISION STRATÉGIQUE REPOSE SUR DES DONNÉES FIABLES



Mon propre outil d'analyse

Rentabilité linéaire, assortiment, trésorerie, politique d'achat.

Une vision complète de votre officine.



L'étude géomarketing

Démographie, concurrence, armature médicale, potentiel de consommation.

Vous savez exactement dans quel environnement vous évoluez.



Smart 360 + SogNow Track

Les données de vente de votre officine replacées dans leur marché : benchmark national, tendances par catégorie, évolutions.

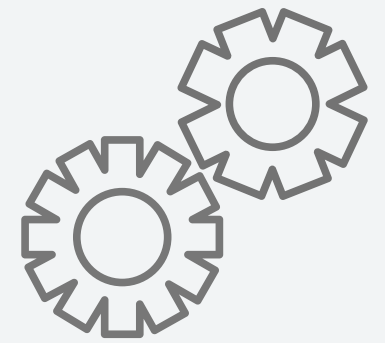
Pour savoir où vous sur- ou sous-performez.



Trois sources.

Une lecture objective.

Un plan d'action ancré dans la réalité de votre marché.



Les étapes de l'audit

1



Découverte de l'officine et son environnement
(1/2 journée)

2



Analyse

3



Restitution (1/2 journée)

Plan d'action détaillé : assortiment, stocks, merchandising, opportunités de marché.

4



Mise en oeuvre

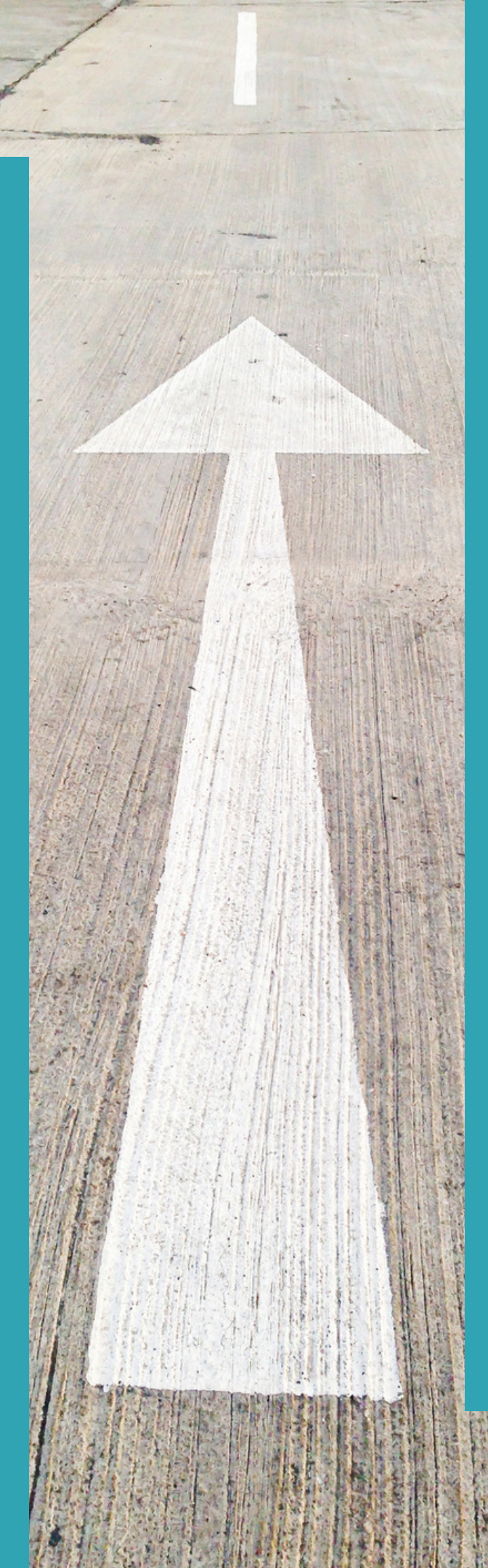
- Intervention merchandising immédiate — résultats visibles dès la première semaine
- Coaching de votre équipe sur les achats, stocks et négociations — suivi via les données GERS
- Délégation complète — je pilote, vous vous concentrez sur le comptoir

5



Suivi mensuel ou trimestriel

Pour mesurer les résultats, ajuster et se donner de nouveaux axes de travail.



Ce que l'audit produit concrètement

De la trésorerie retrouvée

En moyenne 30 à 40 000 €
d'immobilisations de stocks
inutiles identifiées.

Un assortiment qui travaille pour vous

Les gammes qui coûtent plus qu'elles ne
rapportent, identifiées et remplacées par des
opportunités de marché réelles.

Un espace de vente qui vend

Chaque univers repositionné selon
sa rentabilité, son potentiel et le
parcours de vos clients.

Une politique d'achat maîtrisée

Négociations préparées,
remises vérifiées,
canaux d'achat optimisés.

Une lecture objective de votre marché

Benchmark national
pour identifier où progresser.

Un plan d'action, pas un rapport

Des recommandations concrètes, priorisées,
actionnables dès la restitution.



Accompagnement aux projets de travaux

VOUS INVESTISSEZ DES DIZAINES DE MILLIERS D'EUROS DANS VOS TRAVAUX.
NE PAS ACCOMPAGNER CET INVESTISSEMENT D'UNE RÉFLEXION COMMERCIALE,
C'EST PRENDRE LE RISQUE DE NE PAS EN MAXIMISER LE RETOUR.

En amont

- Audit de rentabilité
- Etude géomarketing
- Etude de faisabilité et accompagnement ARS en option (La Longue Vue)

Pendant

- Collaboration avec votre agenceur :
 - Plan et parcours client
 - Signalétique
- Plan d'implantation des univers
- Préconisation d'assortiment

Après

- Merchandising opérationnel
- Formation équipe
- Suivi mensuel ou trimestriel

Les missions à la carte



Achat

- Préparation et gestion des RDV fournisseurs
- Suivi et optimisation des remises grossistes et génériques
- Vérification et suivi des accords labo / RFA
- Commandes de réassort, gestion des périmés, surstocks et invendus
- Politique de prix



Animation marketing

- Construction du plan annuel – cadre stratégique → le pharmacien négocie les offres avec le fournisseurs
- Définition des emplacements et mises en avant prioritaires
- Gestion du plan trade et suivi des opérations avec les laboratoires (via Apotik)
- Production et diffusion des supports d'affichage (via PNR Op-Pharma)



Merchandising

- Implantation et réorganisation linéaire
- Merchandising saisonnier
- Animation libre accès OTC
- Animation des zones stratégiques

Et si on en parlait ?



Un échange de 30 minutes, sans engagement, pour faire le point sur vos enjeux et voir si je peux vous aider.



Julie Larcher

Consultante en Achat, Marketing et Merchandising en officine

06 12 49 10 02

julielarcher@pharma2m.fr

<https://pharma2m.fr/>