

CATALOGUE DES FORMATIONS

FORMATIONS & STRATÉGIES

pour pharmaciens en mouvement

2026-2027

+ de 15 ans d'expérience



Pré-inscription en ligne www.pharmadvance.fr



👉 **Former**, c'est bien. **Transformer**, c'est mieux.

De nombreuses officines bénéficient de recommandations stratégiques pertinentes, mais peinent à les **mettre en œuvre durablement** <<<

- 📌 Donner une **direction**
- 📌 **Embarquer** les équipes
- 📌 **Transformer durablement** l'officine

+ de 15 ans
d'expérience en
pharmacie d'officine

PHARM'ADVANCE accompagne les pharmaciens qui veulent **aller au bout du cycle stratégique** <<<

Un levier de transformation durable,

Parce qu'une officine performante est avant tout une officine où les équipes **comprennent, maîtrisent** et **incarnent la stratégie**

📍 Intervention **au national**

Formats : **Présentiel & Distance**

Des formations **conçues pour agir**, pas seulement apprendre.
Les formations PHARM'ADVANCE® ont pour objectif de transformer les recommandations stratégiques en **compétences opérationnelles immédiatement applicables.**

Les INTERVENANTES



Lydie **TORNARE**
Fondatrice
d'**Oxygen Pharma**



Julie **LARCHER**
Fondatrice de
Pharma2M


CONTACT

Adresse e-mail : contact@pharmadvance.fr
N° de téléphone : **07.81.18.15.47** | **06.12.49.10.02**

PRÉ-INSCRIPTIONS SUR LE SITE INTERNET
>>> www.pharmadvance.fr

[CLIQUEZ ICI <<<](#)

Qualiopi
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre de la ou des catégories d'actions suivantes :

Actions de formation

Indicateurs de satisfaction
en cours de calcul

Certificat Qualiopi [ici](#)

2026-2027



Organisme de formation créée par
Lydie TORNARE & Julie LARCHER

Deux parcours > **Une vision commune.**
PHARM'ADVANCE est née de la rencontre
de deux professionnelles passionnées par
l'officine <<<

Nous partageons la conviction que la
performance durable repose sur l'alliance
entre **stratégie, terrain** et **équipes**
engagées.

NOS FORMATIONS

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES <<<

- Apports théoriques & exercices pratiques (études de cas / QCM ...)
- Fourniture d'une fiche pédagogique

>>> MÉTHODES D'ÉVALUATION

- Tours de table, QCM ...
- Questionnaire d'évaluation en fin de formation

ACCESSIBILITÉ <<<

Pour les participants en situation de handicap merci de nous contacter

Contact référence **HANDICAP**

>>> **Lydie TORNARE**

contact@pharmadvance.fr



Contactez-nous pour connaître les tarifs

contact@pharmadvance.fr



PHARM'
ADVANCE

FORMATIONS & STRATÉGIES
pour pharmaciens en mouvement

Les

PROGRAMMES DE FORMATION

>>> **Contactez-nous**

contact@pharmadvance.fr

07.89.32.32.00

L'ART DE VALORISER L'OFFICINE PAR LE MERCHANDISING

VI 18/05/2026



Durée : 7h

Horaires : 9h - 17h

Public visé : Pharmacien, préparateur, dermoconseiller, rayonniste (*être salarié de l'officine commanditaire*)

Minimum de participants : Dès 10 inscrits en présentiel et 4 en distanciel

Tarif : 290€

CADRE DE LA FORMATION

- Tour de table - Règles du jeu - Organisation de la journée
- Questionnaire de positionnement / auto-évaluation
- Objectifs de la formation

INTRODUCTION - CONTEXTE & MARCHÉ

- 1.1 Les chiffres clefs 2025
- 1.2 Le contexte officinal
- 1.3 Le marché
- 1.4 Le comportement d'achat – Le profil des acheteurs (12 typologies)

1 LE MERCHANDISING : QUÉZAKO <<<

1. Définition et origines du merchandising
2. Les objectifs du merchandising en officine
3. Les niveaux du merchandising : gestion, organisation, séduction
4. La théâtralisation et le merchandising de séduction
5. Les acteurs autour du merchandising : groupements, laboratoires, sociétés indépendantes

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- + En présentiel ou hybride
- + Apports théoriques et exercices pratiques (études de cas / QCM ...)
- + Fourniture d'une fiche pédagogique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Tours de table, QCM, etc
- + Questionnaire d'évaluation en fin de formation

ACCESSIBILITÉ

- + Pour les participants en situation de handicap merci de nous contacter

CONTACT RÉFÉRENT HANDICAP

- + Lydie TORNARE

N° de tél :

PRÉREQUIS

- Être salarié de l'officine commanditaire

INFOS & INSCRIPTIONS

- + www.pharmadvance.fr
- contact@pharmadvance.fr

Lydie TORNARE
N° de tél :

Julie LARCHER
N° de tél :

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

- + 2 jours avant la formation

Inscriptions sur le site internet : www.pharmadvance.fr

VI 01/04/2026

2 LE PARCOURS CLIENT ET LES UNIVERS DE CONSOMMATION <<<

- 2.1 Définition et enjeux du parcours client
- 2.2 Les 3 types d'achats et les 3 types de zones
- 2.3 Cas pratique : Déterminer le parcours client sur un plan donné
- 2.4 Cas pratique : Déterminer les 3 zones d'achat sur un plan donné

3 LES 5 B : LE BON PRODUIT AU BON ENDROIT... <<<

- 3.1 La règle des 5 (6) B : bon produit, bon endroit, bon moment, bon prix, bonne quantité, bonne information, bon client
- 3.2 Le bon produit : définir un assortiment adapté
- 3.3 Réduction des doublons - leader, challenger, prix ! Le développement des MDD
- 3.4 Le bon endroit : Zoom chiffré sur les univers clés – Optimisation de l'espace
- 3.5 Audit de rentabilité : solution pour appliquer la règle des 5(6) B

4 LES RÈGLES MERCHANDISING <<<

- 4.1 Construction d'un linéaire
- 4.2 Types d'implantation : horizontale, verticale, mixte
- 4.3 En bonne quantité
- 4.4 Cas pratique : implantation d'un rayon

5 GÉRER VOTRE ESPACE DE VENTE : VITRINE, PLV, MISES EN AVANT, SIGNALÉTIQUE, PRÉSENTOIRS <<<

- 5.1 Au bon prix : choisir son positionnement prix
- 5.2 Harmonisation de la communication prix
- 5.3 Les promotions des ventes : Mises en avant possibles, les règles et les objectifs
- 5.4 Les mises en avant : préparation et suivi
- 5.5 Cas pratique : les erreurs à ne pas faire !
- 5.6 Les opérations de déstockages : où, quoi, quand, comment ?
- 5.7 Les PLV : savoir établir une procédure type pour être efficace
- 5.8 Les vitrines : types possibles et objectifs
- 5.9 La signalétique : types possibles et objectifs
- 5.10 Les présentoirs : types possibles et objectifs

6 LES BONNES PRATIQUES <<<

- 6.1 Travailler son image de professionnel et de qualité
- 6.2 Élasticité linéaire : intégrer de nouvelles références
- 6.3 Méthodologie : construire un linéaire
- 6.4 Cas pratique : construire un rayon pour les produits véinotoniques

CONCLUSION <<<

- >>> Récapitulatif des apprentissages
- >>> Évaluation finale

PRÉ-INSCRIPTIONS SUR LE SITE INTERNET
>>> www.pharmadvance.fr

CLIQUEZ ICI <<<



PHARM'
ADVANCE

L'ANIMATION & LA DYNAMISATION DU POINT DE VENTE

VI 18/05/2026



Durée : 4h

Horaires : 10h - 14h

Public visé : Pharmacien, préparateur, dermoconseiller, rayonniste (*être salarié de l'officine commanditaire*)

Minimum de participants : Dès 10 inscrits en présentiel et 4 en distanciel

Tarif : 250€

CADRE DE LA FORMATION

- Tour de table - Règles du jeu - Organisation de la journée
- Questionnaire de positionnement / auto-évaluation
- Objectifs de la formation

INTRODUCTION - CONTEXTE & MARCHÉ

- 1.1 Les 4P appliqués à l'officine
- 1.2 Définition de la promotion
- 1.3 Stratégies push et pull
- 1.4 Les objectifs de l'animation commerciale
- 1.5 Le trade marketing

1 LE VOCABULAIRE DU MERCHANDISING <<<

- Quiz interactif Kahoot
- Merchandising & implantation · Promotion & mécanique · PLV & communication

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- + En présentiel ou hybride
- + Apports théoriques et exercices pratiques (études de cas / QCM ...)
- + Fourniture d'une fiche pédagogique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Tours de table, QCM, etc
- + Questionnaire d'évaluation en fin de formation

ACCESSIBILITÉ

- + Pour les participants en situation de handicap merci de nous contacter

CONTACT RÉFÉRENT HANDICAP

- + Lydie TORNARE
- N° de tél :

PRÉREQUIS

- Être salarié de l'officine commanditaire

INFOS & INSCRIPTIONS

- + www.pharmadvance.fr
- contact@pharmadvance.fr

Lydie TORNARE
N° de tél :

Julie LARCHER
N° de tél :

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

- + 2 jours avant la formation

Inscriptions sur le site internet : www.pharmadvance.fr

VI 01/04/2026

2 LES TYPES D'ANIMATION ET MISES EN AVANT <<<

- 2.1 Ce qu'il faut savoir avant de démarrer
- 2.2 Les 5 animations les plus standards
- 2.3 Les mises en avant qualitatives
- 2.4 Les campagnes de Santé Publique
- 2.5 Les animations originales
- 2.9 Les déstockages

3 LE CADRE RÉGLEMENTAIRE <<<

- 3.1 Les promotions prix
- 3.2 La carte de fidélité
- 3.3 Jeux, animations et cadeaux
- 3.4 Publicité et affichage

4 GAGNER EN EFFICACITÉ : ORGANISER SON PLAN D'ANIMATION <<<

- 4.1 Planifier et définir ses emplacements
- 4.2 Établir un calendrier semestriel ou annuel
- 4.3 Exécuter
- 4.4 Suivre ses actions et analyser les résultats

5 BONNES PRATIQUES, ÉTUDES DE CAS ET EXERCICES <<<

- 5.1 Remplissage du meuble
- 5.2 Utilisation de la PLV
- 5.3 L'affichage
- 5.4 La formation de l'équipe
- 5.5 Cas pratique — analyser des mises en avant en photos
- 5.6 Exercice — créer une affiche promotionnelle

CONCLUSION <<<

- >>> **Synthèse des apprentissages**
- >>> **Évaluation finale - Questionnaire de satisfaction - Émargement**

PRÉ-INSCRIPTIONS SUR LE SITE INTERNET
>>> www.pharmadvance.fr

CLIQUEZ ICI <<<

PROFESSION CONSEIL, L'EXCELLENCE AU COMPTOIR

Module 1 <<<

VI 18/05/2026



Durée : 6h **Horaires :** 10h - 16h

Public visé : Pharmacien, préparateur, dermoconseiller, rayonniste (*être salarié de l'officine commanditaire*)

Minimum de participants : Dès 10 inscrits en présentiel et 4 en distanciel

Tarif : 280€

INTRODUCTION & CADRE DE LA FORMATION

- Tour de table — Règles du jeu — Organisation
- Objectifs de la formation
- Questionnaire de positionnement
- Durée : 1h30 — Théorie + Mises en pratique

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- + En présentiel ou hybride
- + Apports théoriques et exercices pratiques (études de cas / QCM ...)
- + Fourniture d'une fiche pédagogique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- + Tours de table, QCM, etc
- + Questionnaire d'évaluation en fin de formation

ACCESSIBILITÉ

- + Pour les participants en situation de handicap merci de nous contacter

CONTACT RÉFÉRENT HANDICAP

- + Lydie TORNARE
- N° de tél :

PRÉREQUIS

- Être salarié de l'officine commanditaire

INFOS & INSCRIPTIONS

- + www.pharmadvance.fr
- contact@pharmadvance.fr

- Lydie TORNARE
- N° de tél :

- Julie LARCHER
- N° de tél :

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

- + 2 jours avant la formation

1 LA COMMUNICATION EN OFFICINE <<<

- 1.1 Qu'est-ce que la communication ?
- 1.2 Les différents moyens de communication en officine
- 1.3 Comment communiquer efficacement ? (verbal, non verbal, écrit)
- 1.4 Les clés d'une communication positive et efficace

2 LES ATOUTS D'UN BON VENDEUR <<<

- 2.1 Aimer son métier
- 2.2 Connaître son métier
- 2.3 Valoriser son métier
- 2.4 L'effet miroir

Inscriptions sur le site internet : www.pharmadvance.fr

VI 01/04/2026

3 LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA VENTE <<<

- 3.1 Accueil & prise de contact
- 3.2 Questionnement
- 3.3 Reformulation
- 3.4 Présentation du produit & argumentation
- 3.5 Réponse aux objections
- 3.6 Vente complémentaire
- 3.7 Conclusion & fidélisation du client

4 MISE EN PRATIQUE — JEUX DE RÔLE <<<

- 6 cas concrets issus de situations réelles d'officine

CONCLUSION <<<

- >>> Récapitulatif des points clés
- >>> Auto-évaluation & questionnaire de satisfaction
- >>> Annonce du programme du prochain module

PRÉ-INSCRIPTIONS SUR LE SITE INTERNET
>>> www.pharmadvance.fr

CLIQUEZ ICI <<<



PROFESSION CONSEIL, L'EXCELLENCE AU COMPTOIR

Module 2 <<<

VI 18/05/2026



Durée : 6h **Horaires :** 10h - 16h

Public visé : Pharmacien, préparateur, dermoconseiller, rayonniste (*être salarié de l'officine commanditaire*)

Minimum de participants : Dès 10 inscrits en présentiel et 4 en distanciel

Tarif : 280€

INTRODUCTION & CADRE DE LA FORMATION

- Tour de table — Rappels du Module 1 — Attentes
- Règles du jeu et organisation (1h30 — Théorie + Mise en pratique)
- Questionnaire de positionnement / auto-évaluation
- Objectifs de la formation

1 INTRODUCTION : LE CONTEXTE OFFICINAL <<<

- 1.1 Pression économique et maîtrise des coûts de santé
- 1.2 Conséquences pour l'officine : marges, charges, fragilisation
- 1.3 La réponse : conseiller plus, mieux et autrement
- 1.4 Se positionner comme acteur de santé et développer une approche pédagogique

2 RAPPEL SUR LES PREMIÈRES ÉTAPES DE LA VENTE CONSEIL <<<

- 2.1 Les freins au conseil : psychologiques et techniques
- 2.2 Jeu des 7 erreurs : identifier les bonnes et mauvaises pratiques
- 2.3 L'accueil : 20 secondes pour faire bonne impression
- 2.4 La découverte des besoins : questions ouvertes, fermées, alternatives
- 2.5 L'arbre de découverte : 6 étapes clés
- 2.6 La reformulation des besoins

Inscriptions sur le site internet : www.pharmadvance.fr

VI 01/04/2026

3 LE CONSEIL ASSOCIÉ <<<

- 3.1 Définition et enjeux du conseil associé
- 3.2 Construire le conseil associé en 2 phases
- 3.3 Méthodologie en 5 étapes
- 3.4 Les fiches conseil par pathologie (bouton labial, rhume...)
- 3.5 Annoncer le conseil avant d'aller chercher les produits
- 3.6 Exemple d'annonce : cas de la gorge irritée
- 3.7 Résolution de cas pratiques

4 CRÉER UN ARGUMENTAIRE & SAVOIR CONCLURE <<<

- 4.1 Construire un argument : caractéristique produit + bénéfice client
- 4.2 Les critères d'un bon argument
- 4.3 Exercice : fiche argumentation produit
- 4.4 Savoir conclure

SYNTHÈSE - L'ENTRETIEN STRUCTURÉ COMPLET <<<

- Accueil
- Découverte des besoins
- Reformulation
- Préparation (fiches conseil)
- Conseil associé & annonce
- Argumentation
- Conclusion

CONCLUSION <<<

- Le conseil associé : une nouvelle démarche qui demande empathie, motivation et courage pour gagner du temps
- Récapitulatif des points clés
- Auto-évaluation & questionnaire de satisfaction

PRÉ-INSCRIPTIONS SUR LE SITE INTERNET
>>> www.pharmadvance.fr

CLIQUEZ ICI <<<



PHARM'
ADVANCE

FORMATIONS & STRATÉGIES
pour pharmaciens en mouvement

À BIENTÔT !

>>> **Contactez-nous**

contact@pharmadvance.fr

07.89.32.32.00

06.12.49.10.02

Lydie TORNARE & Julie LARCHER <<<