



Les outils digitaux utilisés par LS TRADE pour augmenter les ventes en pharmacie

Auteur : Caroline MATTEI, Pôle digitalisation LS TRADE

Contexte :

- Informer de l'investissement de la société sur les réseaux pour les pharmacies ;
- Présenter notre politique de digitalisation et le schéma web to store ;
- Expliquer les attentes que nous avons auprès de nos partenaires.

Problématique :

- **Quels outils digitaux ont été mis en place pour permettre de mieux exposer les pharmacies et ainsi augmenter les ventes ?**
- **Quels positionnements doivent prendre les pharmacies pour optimiser les actions mises en place par LS TRADE ?**
- **Pourquoi est-il nécessaire de commander l'ensemble de la gamme de produits naturels LS TRADE ?**

Sommaire :

1. Introduction

- Pourquoi développer notre présence sur les réseaux sociaux ?
- Le positionnement choisi

2. Notre politique de digitalisation dans le cadre de la pharmacie

- A. Quelques exemples de contenus publiés sur les réseaux
- B. Booster notre communication via des publicités ciblées
- C. Notre évolution sur les réseaux
- D. Le retour des internautes

3. Mise en avant des pharmacies sur les réseaux ou politique web to store

- A. Comment mieux répondre à la demande client ?
- B. Nous invitons le personnel des officines à partager nos contenus
- C. Les animations en pharmacie

4. Conclusion



1. Introduction

Depuis avril 2020, LS TRADE a mis en place une politique de digitalisation de sa gamme comprenant la refonte de son site internet, la rédaction régulière d'articles et le développement de ses réseaux sociaux. Cet investissement a pour objectif final de **rediriger l'internaute vers les pharmacies** et d'**augmenter ainsi les ventes**. Cet article à destination du personnel des pharmacies a pour but de présenter notre politique de digitalisation afin de **consolider avec nos partenaires le schéma web to store** et d'inviter les officines à **commander l'ensemble de la gamme** de produits naturels LS TRADE pour ne pas perdre de vente lors de la venue des internautes en pharmacie.

➤ Pourquoi chercher à développer notre présence sur les réseaux sociaux ?

LS TRADE a souhaité développer sa présence sur les réseaux sociaux (notamment sur Facebook et Instagram) pour plusieurs raisons :

- Faire connaître la gamme de produits naturels à de nouveaux segments **grâce à de la publicité ciblée sur les réseaux sociaux** ;
- Informer sur les nouveautés de la marque ;
- Communiquer sur les actualités et la vie de l'entreprise ;
- Interagir directement avec les utilisateurs de la marque via les commentaires et la messagerie privé pour leur fournir des recommandations et des conseils personnalisés et ainsi se positionner en référent du secteur des produits naturels aux Antilles ;
- Identifier les attentes et les besoins de sa clientèle ;
- Offrir aux utilisateurs de la marque un cadre pour s'exprimer : questions diverses, retours et avis clients sur les produits, témoignages d'utilisation, etc. ;
- Diriger les internautes en pharmacie dans le cadre de notre politique web to store ;
- Renforcer le lien et la communication avec les pharmacies (partage de contenus, communication sur les animations en pharmacie ...) ;
- Développer, animer et fidéliser la communauté LS TRADE adepte de produits naturels.

➤ Le positionnement choisi

Notre communication digitale s'inscrit dans les valeurs profondes de l'entreprise. Nous avons souhaité offrir à notre communauté **des contenus validés scientifiquement** que ce soit via les articles publiés sur le site ou les recommandations que nous prodiguons aux internautes et qui sont validées en amont par des professionnels de santé. Les thématiques abordées sont orientées majoritairement vers **la santé et le bien-être**. Dans le soucis de promouvoir les bienfaits des produits naturels, nous valorisons également la pharmacopée créole et la « TradiSanté = traditionnel + santé ».



2. Notre politique de digitalisation dans le cadre de la pharmacie

A. Quelques exemples de contenus publiés sur les réseaux

Chaque semaine nous proposons à notre communauté différents types de publications pouvant répondre à leurs besoins et pouvant leur apporter ainsi un contenu qualitatif concernant l'utilisation des produits naturels. L'objectif étant de pouvoir les intéresser et **les rediriger en pharmacie**.

Nous avons développé plusieurs « rubriques », comme :

- La rubrique « **Points de vente en pharmacie** » où nous valorisons les différents points de vente en pharmacie par zone d'activité ;
- La rubrique « **Conseils et Astuces** » proposant une recette à faire soi-même à la maison (DIY Di It Yourself) à l'aide de produits LS TRADE et d'autres produits d'usage courant ;
- La rubrique « **Témoignages** » permettant de mettre en avant un commentaire ou un message d'un internaute en particulier ;
- La rubrique « **Un problème ? Une solution LS TRADE !** » proposant une solution naturelle LS TRADE à un problème de santé particulier (crampes, douleurs articulaires, etc.) ;
- Des visuels sur **les propriétés et les bienfaits** des produits naturels ;
- Des posts concernant **l'actualité et la vie de l'entreprise**, ses valeurs, son histoire ... ;
- Le partage des informations de nos **partenaires** : Traditur de Guadeloupe, participation de l'entreprise au webinaire « Industrie et Innovation en Guadeloupe », etc.;
- Le partage des **articles du site** (2 articles sont rédigés par semaine), l'un portant sur une recette de cuisine afin de promouvoir notre gamme d'alimentation et l'autre apportant un contenu de vulgarisation scientifique ;
- Des **jeux-concours** pour faire remporter un lot à un internaute et faire ainsi connaître la marque à de nouveaux prospects ;
- Mais également : des vidéos promotionnelles, du contenu photographique (shooting photo), le partage d'actualités locales, des quizz, des stories permettant aux internautes de répondre directement à une question et d'interagir en direct avec la marque, etc.

The image displays four social media posts from LS TRADE, each with a distinct theme and engagement metrics:

- Post 1:** A recipe for avocado salad, shrimp, and pampelousse. It features a vibrant photo of the dish. Metrics: 23,084 people reached, 1,438 interactions, score of diffusion. Boosted on Nov 16, 2019.
- Post 2:** A beauty tip about eliminating dark spots with natural products. It includes a photo of a woman with a face mask. Metrics: 9,749 people reached, 759 interactions, score of diffusion +2.5x higher. Boosted on Nov 4, 2019.
- Post 3:** A product shot of a 'Dudu Orun' soap. It features a close-up of the soap bar. Metrics: 10,752 people reached, 512 interactions, score of diffusion +2.1x higher. Boosted on Nov 12, 2019.
- Post 4:** A contest announcement for 'ACCUEIL - LS TRADE'. It shows a photo of a person at a counter. Metrics: 25,383 people reached, 3,688 interactions. Boosted on Aug 2, 2019.



B. Booster notre communication via des publicités ciblées

Les pharmacies ne pouvant faire de publicités, nous faisons pour vous, la promotion de contenus sur les réseaux sociaux à hauteur de **600€ par mois**. Cet investissement permet une diffusion plus large de nos contenus afin de toucher de nouveaux prospects, mais également de fidéliser notre communauté. Cet investissement est dédié à la mise en place du schéma web to store **en redirigeant automatiquement les internautes en pharmacie**. C'est pourquoi il est nécessaire pour les officines de **commander l'ensemble de la gamme** afin de pouvoir bénéficier pleinement de la venue de cette nouvelle clientèle. Le client ayant vu le produit sur les réseaux va effectuer par la suite le geste d'achat en pharmacie.

Les publicités touchent **entre 150 000 et 250 000 personnes chaque mois**.



C. Notre évolution sur les réseaux

- Notre d'abonnés Facebook / Instagram

Sur Facebook, la communauté Facebook en avril 2020 était de **1130 fans**, elle est aujourd'hui de **8269 fans**. Sur Instagram, la communauté en avril 2020 était de **644 abonnés**, elle est aujourd'hui de **7011 abonnés**.

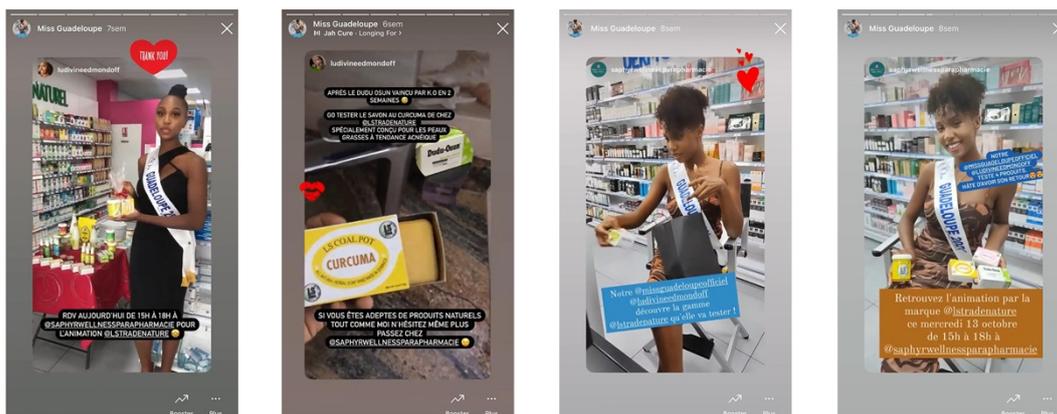


Total des mentions J'aime la Page : 8 269

Créer une publication

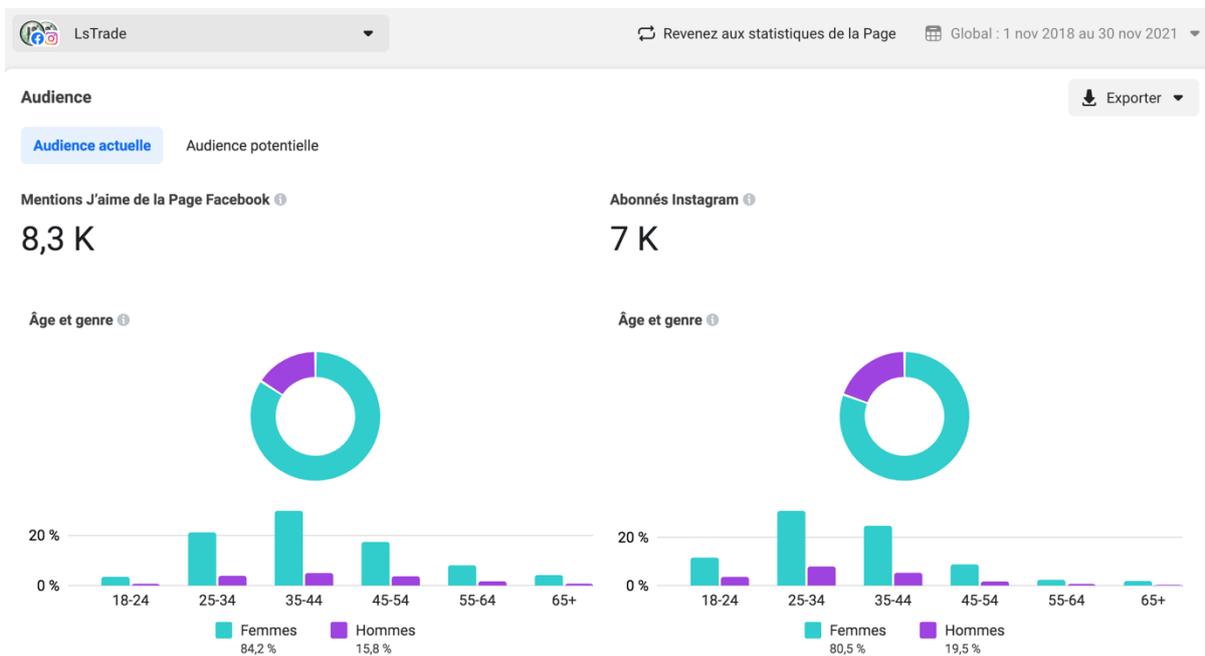


Cette dynamisation des réseaux a permis à la marque de s'inscrire dans les habitudes digitales de sa communauté. Ainsi, nous avons eu la chance d'être dernièrement suivi sur les réseaux par **Mme Prisca Morjon** du blog « Ma cuisine Créole » ou encore par **Ludivine Edmond, Miss Guadeloupe 2021** qui a partagé nos produits sur son compte Instagram.



➤ Notre audience sur les réseaux

Sur Facebook, notre audience est composée majoritairement de **femmes entre 25 et 54 ans** alors que sur Instagram, notre audience féminine est plus jeune (**entre 25 et 44 ans**).



➤ Visite du site web

Nous recevons entre **3000 et 5000 visites mensuelles** sur le site internet LS TRADE. Le site web est utilisé aujourd'hui comme support à notre communication. On y retrouve **le détail des points de vente en Martinique, en Guadeloupe et à Saint-Martin**, des pages de présentation de l'entreprise, certaines dédiées à la présentation des produits naturels, des articles grand public, les prochaines dates d'animation en pharmacie

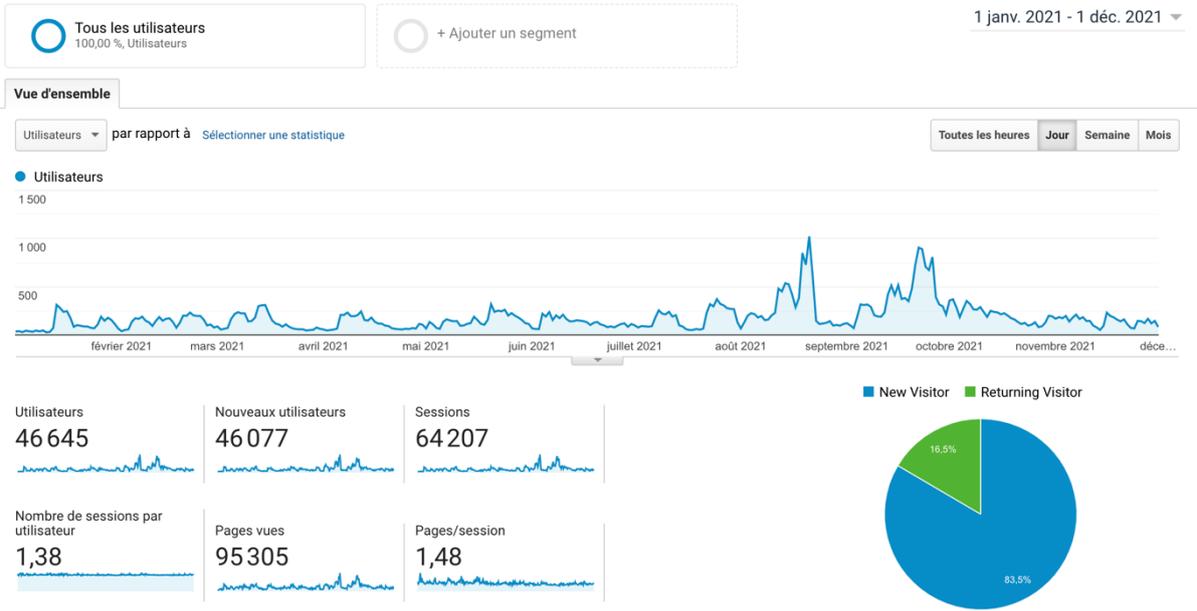
Mais également, des contenus spécifiques dédiés uniquement aux pharmacies : la [base de données LS TRADE](#) regroupant les articles scientifiques dédiés uniquement aux pharmacies, les outils de commercialisation accessibles depuis la newsletter et [un formulaire de commande disponible en ligne](#).

En 2021, nous avons reçu **46 645** utilisateurs uniques sur le site.



Présentation de l'audience

ENREGISTRER EXPORTER PARTAGER INSIGHTS



D. Les retours des internautes

Nous recevons entre **40 et 100 messages par mois** de notre communauté, que ce soit en commentaires publics ou messageries privées. Ces messages concernent généralement : une recommandation sur l'utilisation d'un produit de la gamme, une demande de conseil personnalisé, la liste des points de vente ou encore la recherche de la gamme en France hexagonale. **Nous recevons également des messages d'internautes qui ne trouvent pas l'ensemble de la gamme dans leur pharmacie habituelle.** Dans ce dernier cas, nous leur recommandons d'appeler directement les pharmacies pour connaître l'état de leur stock.

A la pharmacie de goyave ya pas grand chose c'est dommage, vos produit son super

Bonjour il faut mettre à jour les pharmacies pour la Guadeloupe la pharmacie du fort et celle de dunoyer n'ont pas les produits LS Trade.

Bonjour, Un particulier peut-il commander en ligne ou est-ce réservé aux pharmacies ? Je ne trouve pas toujours mon bonheur dans les pharmacies autour de chez moi. Merci, bonne soirée

Bonjour Je ne trouve pas en martinique les savons à l'avocat et menthe poivrée Merci à vous pour plus d'informations

bonsoir, je n'ai toujours pas trouvé en pharmacie l'huile de Roucou/Karite

bonsoir, ya pas le produit a goyave, ou je peu en trouvé svp



Merci beaucoup pour vos différentes réponses je vais adopter et faire adopter vos produits ...bien cordialement et quel plaisir de vous lire ...enfin une réponse personnalisée qui ne ressemble pas à un robot...la réponse est à la hauteur du bienfait de votre offre. 😊

Effectivement je connais bien et j'en achète
J'ai le petit dépliant dont on peut avoir toutes les explications
Merci beaucoup

Bonjour merci de votre réponse. J habite à Ste Marie donc j'irai voir dans les autres pharmacies de la commune si je trouve le nature. Bonne journée

Bonsoir !
Quels sont vos points de ventes pour la Guadeloupe ?

Bonjour,
Faites vous des envoies pour le france métropolitaine ?
je vous remercie d'avance

Bonsoir dans quel pharmacie de Guadeloupe et sur pointe à Pitre peut-on trouver l'huile de bois d'Inde

3. Mise en avant des pharmacies sur les réseaux ou politique web to store

A. Comment mieux répondre à la demande client ?

Dans cette dynamique d'envoi des internautes en pharmacie, **nous invitons les pharmacies à commander l'ensemble de la gamme LS TRADE** afin de **profiter pleinement de la publicité que nous mettons en place sur les réseaux** et pouvoir ainsi répondre aux besoins de cette patientèle adepte de produits naturels.

B. Nous invitons le personnel des officines à partager nos contenus

Pour accompagner l'internaute et le rediriger plus facilement en pharmacie nous partageons également sur nos réseaux les publications digitales des pharmacies. Afin de renforcer ce schéma, nous invitons les officines à prendre part à notre communication **en invitant le personnel des pharmacies à s'abonner à nos réseaux et à partager avec leur communauté les contenus LS TRADE**. Ainsi, nous poursuivons la digitalisation de la marque en augmentant notre communauté et donc le potentiel client LS TRADE de la pharmacie.

C. Les animations en pharmacie



Depuis un an, nous avons développé **les animations LS TRADE en pharmacie**. Ces animations permettent aux pharmacies de recevoir en officine un représentant de la marque afin de fournir des conseils personnalisés à la clientèle de la pharmacie.

La mise en place de ces animations a été très bien accueillie par la communauté LS TRADE, nous avons en effet régulièrement des demandes de prochaines dates d'animation en commune. La promotion de ces animations sur les réseaux (teaser en amont de l'animation, communication de jour J, partage de photos/vidéos, affichage des résultats de la tombola ...) permet de ramener l'internaute en pharmacie et de consolider ainsi le schéma web to store.



Conclusion :

LS TRADE investit chaque mois un budget publicitaire dans l'exposition de la marque afin d'**augmenter les ventes en pharmacie**. Afin de consolider cette dynamique, nous invitons le personnel des pharmacies à **commander l'ensemble de la gamme des produits naturels** afin de bénéficier au mieux de l'exposition générée par les réseaux LS TRADE et à prendre part activement à cette communication **en partageant et en diffusant à leur tour les publications de la marque**.

