

CONTEXTE

Un produit de prescription (allergie) va basculer en OTC : en attendant son transfert de catégorie, le laboratoire souhaite préparer le terrain en officine en transmettant une image de marque optimale auprès des pharmaciens.



Mise en place d'un mix multicanal pour installer/préserver la connaissance de marque auprès des patients et des pharmaciens

CIBLE SÉLECTIONNÉE

4 700 pharmaciens ciblés par l'offre de services multicanale

- **Les pharmacies les moins substitutrices du produit**

Sélectionnées selon le nombre d'unités et selon le niveau de prescription du produit dans l'UGA correspondante

- **Pour chaque pharmacie, sélection d'un interlocuteur unique, le plus à même d'influencer les décisions de l'équipe officinale :**

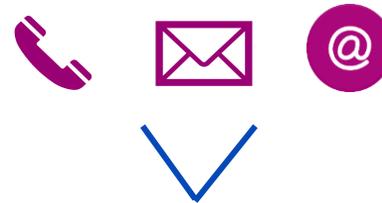
Parmi les pharmaciens titulaires : pharmacien du même nom que la pharmacie ou avec une adresse email disponible ou avec le plus de moyens de contacts disponibles



ENJEUX

- ✓ Eduquer le pharmacien dans l'accompagnement du patient allergique
- ✓ Aider le patient à développer la gestion autonome de sa pathologie

2 contacts par mois sur le(s) canal(aux) favori(s) du pharmacien



A travers une sélection d'outils choisis par le pharmacien et destinés à l'information du patient :



Prévenir les allergies grâce à la
fiche sur les pollens



Découvrir le calendrier des
plantes allergisantes

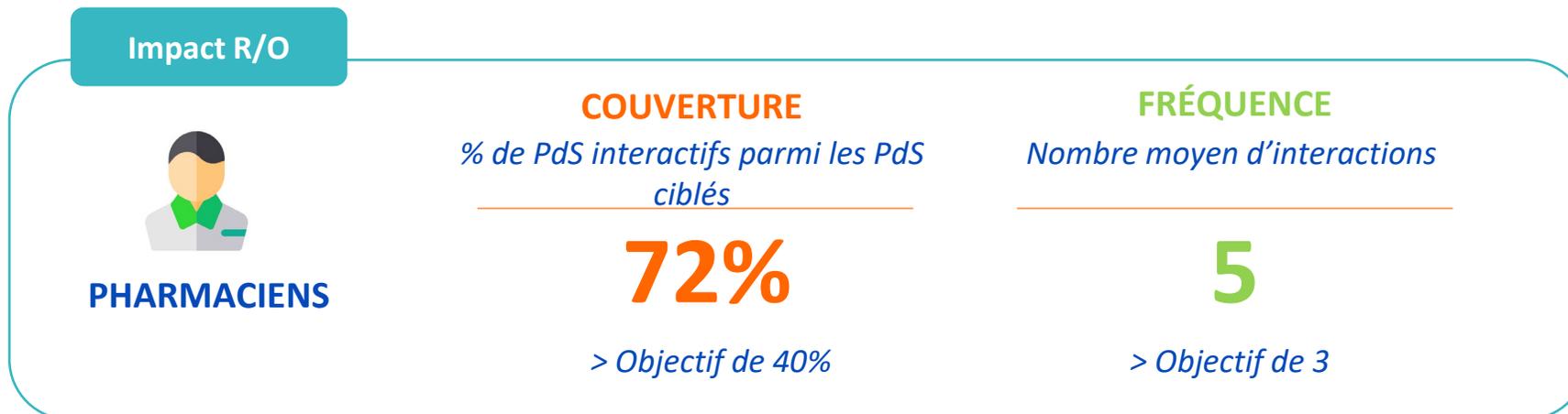


Connaître les *allergies croisées*
pollens/aliments



En savoir plus sur l'*impact*
du changement climatique
sur les graminées

✓ Des taux de R/O à 1 an qui dépassent les objectifs fixés



Indicateurs de succès des opérations

- Jusqu'à 30% des pharmaciens ouvreurs d'e-mails téléchargent l'outil patient 
- Des taux de retour par courrier doublés par rapport aux médecins 
- >85% des pharmaciens contactés par téléphone choisissent de recevoir un outil, >95% donnent leur email 



Second Stage Pharma

4 rue Saint Augustin – 75002 PARIS

01 70 61 99 77



www.secondstagepharma.com



www.linkedin.com/company/second-stage-pharma/