
Mission : COORDINATEUR MERCHANDISING VITRINES MARKETING

Finalités :

- Encadrer l'équipe dans le merchandising, marketing, vitrines
- Organiser la communication de l'officine vers l'extérieur par la mise en place de vitrines à thèmes et assurer une cohérence entre la communication interne et externe
- Veiller à la mise en place d'une offre et une communication ciblées et percutantes
- Mettre en avant les valeurs, les compétences et le savoir-faire de l'officine

Pourcentage de temps imparti à cette mission :**Pré requis cognitifs :**

- Connaissance du calendrier des évènements
- Connaissance des thèmes en fonction de la saisonnalité et des offres des laboratoires

Réalisations :

- Choisir les thèmes et élaborer un planning annuel
- Prévoir le nettoyage des vitrines avant la nouvelle mise en place
- Préparer et mettre à disposition la PLV, produits factices pour la réalisation des vitrines
- Elaborer une communication claire et percutante sur les produits mis en avant
- Effectuer des vitrines en cohérence avec les actions menées dans l'espace vente, et les renouveler
- Organiser le rangement des produits dans l'espace de vente (définition des emplacements)
- Développer le merchandising (mise en valeur, présentation des produits, facing...)
- Créer des campagnes de communication (affiches, livrettes, écrans, discours au comptoir...) sur le rôle du pharmacien et les services proposées par l'officine

Contraintes :

- Respecter les contraintes juridiques liées à la pharmacie
- Connaître les plans médias des laboratoires

Marge d'autonomie :

- Travailler en collaboration avec tous les référents achats en fonction des produits mis en avant et avec le titulaire