

# Négociation des Achats en Pharmacie

## Gestion de l'Entreprise Officinale

### Descriptif

L'environnement économique de la pharmacie Française est soumis actuellement à de nombreuses contraintes. Les modifications de comportements d'achat des clients, la baisse des prix des médicaments, sont autant d'indicateurs qui nécessitent désormais une expertise de la part des collaborateurs en officine sur la thématique des achats. Le but de cette formation sera de préparer l'équipe officinale à ces nouvelles contraintes et de professionnaliser ses relations avec les prestataires en vente de médicaments.

### Programme

*9h : début de la formation*

#### La situation économique des officines (45min)

Tour de table, évaluation pré formation

Contexte économique actuel

#### Déterminer sa stratégie d'achat (30min)

Les 12 points clés

Etablir les protocoles de commandes

Exercices pratiques sur des outils support

#### Préparer son entrevue commerciale (30min)

Le suivi des commandes

La fiche Qualité

L'organisation du suivi des rayons

Choix de la date et de l'interlocuteur interne

*10h45 : pause*

#### Le déroulement de l'entrevue commerciale (1h30)

Les étapes à respecter

Mises en situation & débriefing (contenu, attitude)

#### Acheter en prévision de sa politique de prix (30min)

Définition d'une politique de prix

Optimisation du stock

Rendement au mètre linéaire

Optimisation de la marge par les logiciels métier

#### Centrales d'achats et short liner (15min)

Principes de fonctionnement et avantages

*13h : pause*

#### Les référencements à forte valeur ajoutée (15min)

Les marques propres

Les gammes à forte marge

#### Les achats de produits à mémoire (30min)

Définition

Intérêts et limites

#### Les achats des médicaments génériques (1h15min)

Outils pour optimiser ses achats en génériques

Jeux de rôles & débriefing (contenu, attitude)

*16h : pause*

#### Les nouvelles pistes à explorer (30min)

L'optique

L'audition

#### Conclusion et évaluation post formation (15min)

### Objectifs

Professionnaliser ses relations avec les prestataires achats

Connaître les différents canaux

d'approvisionnement et effectuer des choix

Mettre en place une stratégie d'achat avec une politique de prix

Adapter son comportement et sa communication auprès des commerciaux

Rationaliser ses achats et développer de nouvelles niches

### Pédagogie

Remise d'un livret de stage Caducée.

Présentation de la formation avec support vidéoprojecteur.

Alternance d'apports théoriques et pratiques.

Etude de cas concrets et mise en situation par sous-groupes de stagiaires.

Evaluations pré et post formation et attestation de validation de la formation.

### Public

Pharmaciens adjoints et préparateurs

### Formateur

M. LAMOTHE Frédéric

Master Marketing, communication & stratégies commerciales

Formateurs au sein de l'école de formation Caducée vecteur de performance

### Modalités Pratiques

1 journée de formation de 7 heures.

Coût de la formation : 250€ HT de frais

pédagogiques & 50€ HT de frais de présence

Prise en charge OGDPC ou FIF PL pour les titulaires

Devis à soumettre à l'OPCA-PL pour prise en charge des pharmaciens adjoints et des préparateurs