

# Utilisez toute la palette de vos médias!

Découvrez l'offre élargie en matière de communication de l'Association suisse des droguistes et profitez des nouveaux organes médiatiques pour faire un bond en avant dans vos connaissances.

Voilà des années que l'Association suisse des droguistes (ASD) observe les différentes tendances pour informer ses membres des ultimes développements de la branche. Or, ces derniers temps, plongées au cœur d'une économie dynamique et d'une société complexe, les drogueries ont de plus en plus besoin d'être informées et orientées rapidement pour ne pas perdre le nord. Grâce à la combinaison de médias à la fois traditionnels et novateurs, l'ASD contribue très fortement à une information rapide, actuelle et approfondie. Nous présentons ces différents contenus sous forme de magazines imprimés ou de médias électroniques dans le cadre de notre communication intégrée.

A la fin de l'année, nous allons élargir notre offre médiatique. Baptisé *vitagate24.ch*, le nouveau portail dédié à la santé viendra élargir notre offre médiatique. Pour en savoir plus, ... patience! Jetez d'abord un œil sur l'ensemble de nos médias actuels. Connaissez-vous donc tous nos formats?

## d-mail

Informations actuelles hebdomadaires via une newsletter électronique\*.

Prépare à des sujets qui seront traités ultérieurement dans *d-inside* (= tout savoir, en avance).

\* Pour vous abonner à la newsletter: envoyez un courriel à [e.marti@drogistenverband.ch](mailto:e.marti@drogistenverband.ch)

## d-flash.ch

Site internet complémentaire à *d-mail* et *d-inside*.

Fournit des renseignements «frais du jour»; inclut en outre les rubriques marché de l'emploi et petites annonces liées à la droguerie.

## d-inside

Mensuel spécialisé qui publie les nouveautés, les tendances, les manifestations et les décisions politiques importantes pour la branche de la droguerie.

Permet d'améliorer ses connaissances en vue des entretiens et des conseils fournis à la clientèle.

Prépare à des sujets qui seront traités ultérieurement dans la *Tribune du droguiste* (= tout savoir, en avance).

## Planning

Conseils pratiques pour la mise en place de la campagne **kidzz!** en droguerie.

Les brochures des plannings sont conçues pour être conservées par les utilisateurs.

## Info-bulletin

Informe sur la publicité, les produits et les actions de l'ASD, de l'industrie et des partenaires.

NOUVEAU: accès électronique aux informations sur les produits avec possibilité de commander directement.

## Tribune du droguiste

Le premier magazine santé de Suisse avec un large éventail de sujets pour tous les publics.

Cadeau sympathique pour la clientèle.  
Un plus pour l'entretien avec le client.

## Suppléments

Contenu consacré à un sujet spécifique pour une clientèle plus exigeante.

Guide précieux, vaut la peine d'être conservé.  
Un plus pour l'entretien avec le client.

## NOUVEAU vitagate24.ch

Plateforme internet interactive qui complète les médias imprimés.

Correspond aux nouvelles attentes en matière d'information et de communication d'une clientèle plus jeune et plus exigeante.

Un plus pour l'entretien avec le client.

Présente à un vaste public l'ensemble des prestations des drogueries et de la branche de la droguerie

## Possibilités multimédias

Grâce à sa combinaison de publications spécialisées et tout public (print et online), l'ASD ouvre de nouvelles voies vers un conseil compétent et ciblé vis-à-vis de la clientèle. L'ASD allie connaissances scientifiques dans le magazine pour les professionnels, sensibilisation dans la revue grand public ou encore outils interactifs sur internet – tous les efforts visant trois objectifs bien précis.

- Intéresser les clients actuels et potentiels aux sujets liés à la santé et les sensibiliser à la question de leur responsabilité en la matière.
- Les informer sur les possibilités et les limites de l'automédication.
- Les fidéliser durablement à la droguerie grâce aux compétences élevées et à la crédibilité du droguiste.

Voilà comment des campagnes de communication bien conçues peuvent aider les droguistes à gagner de nouvelles catégories de clients et à les conserver.

Il ne suffit pas de faire de bonnes choses, encore faut-il le faire savoir autour de soi: l'ASD est convaincue des avantages directs apportés par ses efforts en matière de communication.

### **vitagate24: le nouveau portail santé**

L'ASD lancera probablement à la fin de l'année vitagate24, la base unificatrice de toutes ses publications, en collaboration avec mediaswiss, société qui exploite les portails internet gate24 et scout24. L'interview ci-dessous vous révélera quelles sont les réflexions qui ont motivé le lancement de ce portail internet, quelles opportunités vitagate24 offre aux drogueries et quels profits vous pouvez en tirer.

**d-inside: Pourquoi l'ASD aurait-elle besoin d'un portail santé sur internet? Les drogueries ne s'en sont-elles pas sorties sans cela jusqu'à présent?**

**Heinrich Gasser:** «Je ne trouve pas très stimulant de simplement <s'en sortir>. Et, c'est la réalité, à quelques exceptions près, les drogueries ne sont pas très bien représentées sur la toile. Concrètement, c'est une opportunité qu'elles laissent filer.»

**Quelles opportunités vitagate24 offre-t-il aux drogueries?**

«La possibilité de se profiler auprès d'un public plus jeune. Et la chance de présenter sous une nouvelle forme les forces de toute la branche de la droguerie.»

**Internet n'est pas vraiment une nouveauté. Et beaucoup de projets sur la toile ont connu des échecs cuisants...**

«C'est exact, mais le responsable n'est pas internet, en tant que média. Ces échecs sont plutôt dus à des modèles commerciaux trop confus. Il est donc certain qu'il faut à la fois disposer d'une planification très précise et avoir les reins solides – ce qui est le cas tant de l'ASD que de son partenaire mediaswiss.»

**Qu'est-ce qui différenciera vitagate24 des autres sites consacrés à la santé, sites qui sont déjà légion sur la toile?**

«Premièrement, vitagate24 présente les thèmes de la santé, de la beauté et du bien-être non seulement sous forme écrite mais aussi sous forme audio. Deuxièmement, vitagate24 offre aux internautes de nombreuses options interactives qui vont bien au-delà des tests superficiels que l'on trouve maintenant dans pratiquement tous les magazines féminins.

Troisièmement, le contenu de vitagate24 ne provient pas de nulle part. Au contraire, il correspond au contenu de la Tribune du droguiste, laquelle jouit d'un important lectorat – un avantage inestimable pour ce nouveau portail.»

**Quels sont les avantages pour les publicitaires?**

«vitagate24 représentera un outil essentiel grâce auquel les partenaires des drogueries et d'autres protagonistes du secteur de la santé pourront mener leurs campagnes avec des médias ciblés: avec les médias spécialisés de l'ASD, ils pourront cibler les professionnels; avec la Tribune du droguiste et vitagate24, le grand public. Car il faut que toutes les touches du clavier fonctionnent pour que la musique soit harmonieuse.»

**Quels sont les avantages concrets que vitagate24 apporte aux drogueries?**

«Le lien étroit qui unit vitagate24 aux drogueries sera constamment perceptible: dans le choix des thèmes et celui des intervenants, dans les conseils prodigués et les éléments interactifs. Et surtout, dans la possibilité offerte aux internautes de contacter des professionnels qualifiés – il ne sera jamais aussi facile de trouver les drogueries et leurs prestations spécifiques que sur vitagate24.»

**Vous êtes euphorique, mais honnêtement: vous ne considérez pas que l'entreprise comporte certains risques?**

«Evidemment, il n'y a pas de garantie concernant la réussite de vitagate24. Sur internet, l'échec n'est jamais bien loin: si les utilisateurs n'aiment pas un site, n'ont qu'à cliquer passer à autre chose. Ceci dit, nous bénéficions de bonnes conditions initiales: deux solides partenaires qui ont de l'endurance, une grande réserve de contenus compétents et énormément d'expérience journalistique dans le domaine de la santé, des formes de publication innovatrices, une combinaison de médias rentables... Et finalement les drogueries ont déjà souvent démontré qu'elles réussissent parfaitement à mettre en pratique les idées commerciales.»

Heinrich Gasser, directeur de la communication et membre de la direction de l'Association suisse des droguistes, dirige le projet vitagate24 sur mandat conjoint de l'ASD et de mediaswiss.

Nadja Mühlemann/trad: dg