

# CONTENU DU STAGE

DURÉE DU STAGE 1 JOUR  
SOIT 7 HEURES

## Négociation et Politique des achats

### Objectifs

La formation « Négociation et politique des achats en pharmacie » est menée dans un double objectif. Inscrire l'officine dans une politique d'achat en phase avec son marché, et accompagner le changement du business model de la pharmacie d'officine, imposé par les mutations économiques et législatives du secteur.

### Programme détaillé

#### Tour de table

Présentation de chaque stagiaire, le but de son inscription et les souhaits particuliers à aborder  
Contexte économique et législatif actuel

#### Définir les éléments qui influencent la politique d'achats

#### Déterminer sa stratégie d'achat au regard des données clients

Analyse des meilleures ventes pour orienter les achats  
Etablir les protocoles de commandes  
Exercices pratiques sur des outils support

#### Préparer son entrevue commerciale

Les données clés : volume de vente, rotation des stocks, marge théorique et réelle

#### Les produits qui

font entrer les clients  
génèrent de la marge  
positionnent le prix

#### Analyse et suivi du rayon

#### Arbitrer les produits entre marge et stocks

#### Impliquer son équipe dans la politique d'achats

#### Le déroulement de l'entrevue commerciale

Les étapes à respecter

#### Mises en situation & débriefing (contenu attitude)

#### Les référencements à forte valeur ajoutée

#### Les marques propres

#### Les gammes à forte marge

#### Les achats de produits à mémoire

#### Les achats de médicaments génériques

#### Outils pour optimiser ses achats en génériques

#### Appliquer la politique du groupement

#### Conclusion et évaluation post formation

#### Bilan

#### Perspectives



*Pour accompagner les évolutions du marché officinal, il est nécessaire de mettre en place un modèle économique de l'officine en phase avec son marché et son potentiel de développement. La stratégie achats ne se limite plus à négocier de la remise mais doit découler d'une véritable stratégie. La gestion, le marketing, la connaissance client, la capacité à anticiper les secteurs de croissance, la stratégie de prix, la rentabilité du linéaire et la veille concurrentielles sont des éléments qui sont déterminants.*



AFC Formations  
Tél. 01 47 88 11 29  
06 59 91 53 05

Association déclarée loi de 1901  
AFC 3 Square ARAGO  
78330 Fontenay le Fleury  
SIRET : 331 705 244 00019 - APE 853K -  
N° Formateur : 117 800 927