

ECOPHARMA et ECOPASSION s'adressent aux Chaux-de-Fonniers

Voilà trois ans que Philippe Nussbaumer, Dr en pharmacie, mène avec succès la communication multimédia formatée pour son réseau d'officines ECOPHARMA, doublé d'un partenariat avec des commerçants du lieu, ECOPASSION. L'exemple d'une utilisation judicieuse du potentiel de PharmaTV.

L'outil PharmaTV a fait ses preuves depuis trois ans dans le réseau de pharmacies dirigé par Philippe Nussbaumer. « Bien conçu à la base, ce média a peu changé » remarque-t-il. L'expérience acquise durant cette période a permis de consolider et varier la promotion des produits ainsi que des outils, tels que la carte de fidélité ECOPASS valable dans l'ensemble des enseignes partenaires de la démarche.

Dans le réseau d'officines ECOPHARMA, trois collaborateurs se sont formés à travailler avec PharmaTV. Ils accèdent à des contenus qu'ils éditent tout en se répartissant les thématiques de la manière suivante:

- une collaboratrice traite les questions de beauté, cosmétiques et parfums
- une deuxième collaboratrice gère les infos liées à la santé et aux campagnes de prévention
- une troisième personne se charge des prestations proposées sur les écrans. Elle se charge par exemple de la promotion d'un service destiné aux voyageurs : ECOPHARMA propose de constituer leur dossier santé avant le jour J du départ en vacances ou en vue d'un séjour à l'étranger.

Tandis que CanaleCO diffuse des informations sur les écrans de ses pharmacies et des commerces partenaires, Philippe Nussbaumer s'apparente au rédacteur en chef, supervisant la ligne rédactionnelle, la variété et l'attractivité des contenus. Il se charge également des contacts avec les partenaires d'Ecopassion, soit 7 commerces de la place. « Il s'agit d'un partenariat fort, relève-t-il, où chaque maillon doit travailler ». D'ailleurs il n'hésite pas à se montrer sélectif dans l'accueil de nouveaux partenaires, car ajoute-t-il « il y a une sorte d'émulation entre nous pour accroître l'intérêt des infos et des actions visibles sur les écrans ». CanaleCO se sert sur une base de données pour nourrir les flux multimédia des annonces sur les écrans TV. Philippe Nussbaumer a également mis à profit un partenariat avec la presse quotidienne et la plateforme multimédia ArcInfo. Appartenant au groupe Hersant, celle-ci réunit les infos de l'Express et de l'Impartial. « Grâce à des contacts locaux, nous pouvons compléter sans problèmes nos contenus diffusés sur notre réseau ». La notoriété de CanaleCO est largement établie, « c'est convivial et ça fonctionne bien » entend dire le Dr en pharmacie. Il se réjouit aussi de passer à une nouvelle dimension avec PharmaKiosk, dont il attend beaucoup. « Nous voulons aller vers des solutions encore plus interactives avec la clientèle, grâce à un véritable outil cross média ». À la Chaux-de-Fonds, on aime innover.

