

NOUVEAU CONCEPT

SFR inaugure le « content store »

L'opérateur SFR vient d'inaugurer de son premier « content store », soit un concept de magasin où tout est fait pour pouvoir tester et expérimenter les produits et les services. Situé au 69 rue de Rennes, à Paris, ce nouvel espace design et convivial s'articule autour de trois univers gérés par des conseillers : celui du foyer (box, etc.), des mobiles et des services (souscription/relation client). De nombreux écrans interactifs habillent l'intérieur. En zone centrale, on trouve la « table d'expérience mobile » qui permet de tester les derniers Smartphones. Et pour aider les clients dans leurs choix, des étiquettes tactiles proposent des informations sur les modèles exposés. Dès l'entrée, le visiteur peut être accompagné par un conseiller vers un parcours « découverte » avec une présentation des nouveautés SFR, ou être aiguillé en zone « express » jusqu'à une caisse rapide. SFR prévoit d'ouvrir plus de 100 « content store » d'ici à fin 2017.

P.C.-C.



APPLICATIONS DE SANTÉ
AG2R s'engage

AG2R La Mondiale vient de lancer sur son site Internet* un kiosque d'applications de santé, triées sur le volet. Ces applis sont labellisées en fonction de leur qualité et de leur efficacité par la start-up Medappcare. Celle-ci a développé son propre référentiel d'évaluation, en partenariat avec des médecins, des juristes, des institutions et des associations d'usagers... Les applis présentes sur le site s'adressent à tout internaute et sont réparties en quatre catégories (Je reste en forme, Je me soigne, Je prends soin de ma famille, Je reste actif et autonome). AG2R La Mondiale veut ainsi « accompagner les Français dans leur volonté de plus en plus manifeste d'être des acteurs actifs de leur santé », explique Philippe Dabat, membre du comité exécutif. Une vingtaine d'applis sont à ce jour mises en avant sur le site : du carnet de vaccination électronique (édité par Syadem) au jeu de sensibilisation sur les bons gestes à adopter en cas de rhume (développé par Giropharm). C.D.

*<http://www.ag2rlamondiale.fr/services-en-ligne/kiosque-applications-sante>

13 % c'est le pourcentage de patients ayant déclaré avoir déjà fait la demande d'une mention « non substituable » à son médecin pour ne pas avoir à utiliser les génériques (source : ministère de la santé). Ce taux grimpe même à 19 % chez les patients souffrant de maladies chroniques.

La place majeure des conseillères



Cosmétiques

Qu'elles aient ou non un achat précis en tête, les acheteuses en parfumeries s'accordent à dire que la conseillère est utile, voire même indispensable, indique une étude Reco Beauty. Elle les rassure dans leur choix, avec toutefois des attentes spécifiques selon les produits achetés. Au rayon parfums, la cliente aime que la conseillère lui fasse découvrir et tester de nouvelles fragrances. Au rayon soins du visage et maquillage, l'attente porte sur le conseil et l'accompagnement. À noter : si une conseillère aborde une cliente un peu perdue au rayon soins du visage et lui recommande un produit, il est acheté une fois sur deux !

P.C.-C.

EN BR

Acquisition de Vidal des Japonais. Le groupe Vidal qui édite le dictionnaire des médicaments du même nom a été racheté par le groupe japonais M3 pour environ 100 millions d'euros. Ce rachat sera effectif à la fin de l'année. La société fondée en 2000 au Japon, est leader dans le secteur de l'information médicale et de nouvelles technologies au Japon, aux États-Unis et dans le monde.

La famille Wellpharma sur Facebook. Fort du succès rencontré par la page Facebook Wellpharma (plus de 75 000 membres), l'enseigne d'Objectif Pharma propose aux fans de suivre la vie d'une famille de l'équipe officielle Wellpharma qui l'accompagne au quotidien. Le mode du storytelling. Une initiative originale de découvrir les valeurs de l'éventail des conseils et services de cette enseigne.