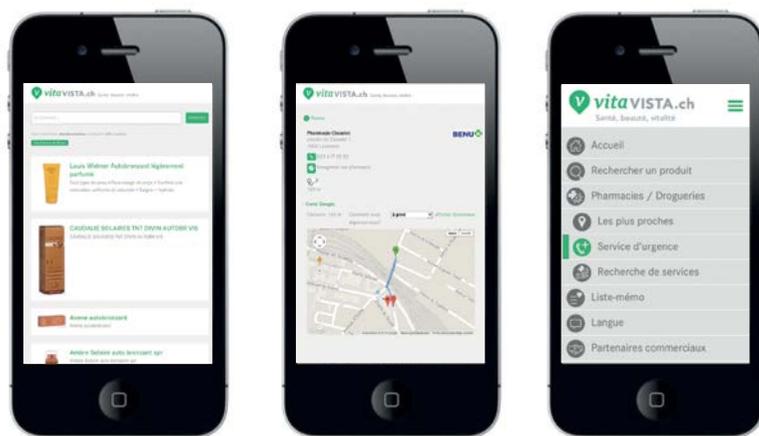
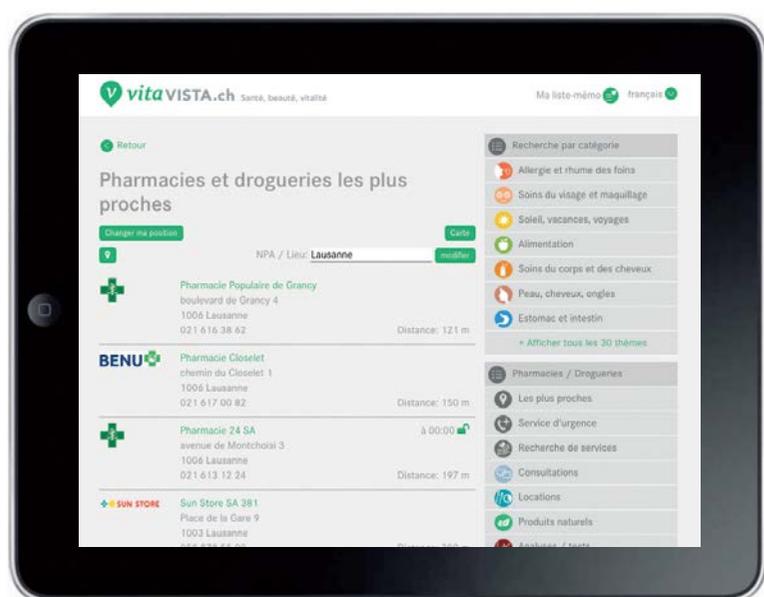


VISIBILITÉ ACCRUE AVEC VITAVISTA.CH

vitaVISTA.ch sera lancée en août. L'application incitera les clients sur Internet à venir à la pharmacie ou à la droguerie, et sera une vitrine, une plate-forme publicitaire intéressante pour les fabricants et les commerces spécialisés.



vitaVISTA.ch présente les profils des pharmacies et drogueries existantes. Une fonction de recherche permet de trouver les produits. Les données du commerce spécialisé peuvent être complétées gratuitement avec les horaires d'ouverture et les prestations. vitaVISTA.ch a été optimisée pour les ordinateurs fixes et smartphones. Elle peut s'utiliser avec tous les systèmes d'exploitation.

«Des données de base et des informations produits actuelles sont extrêmement importantes pour le succès d'une application client comme vitaVISTA», a expliqué Markus Gnägi, responsable Business Development, pour ouvrir la réunion du 19 mai à Lausanne. «e-mediat est à même d'en assurer la diffusion en partenariat avec les fabricants et le commerce spécialisé. vitaVISTA constitue une réponse commune aux souhaits des consommateurs qui recherchent une information simple et mobile.»

Je suis une vitrine

«La nouvelle plate-forme grand public vitaVISTA établit un lien entre les clients et les fabricants, les pharmacies et les drogueries», a expliqué Denis Troton, Commercial HCI Solutions. «Mais c'est également une vitrine. En effet, les produits saisis dans la banque de données INDEX sont, avec vitaVISTA, automatiquement présents comme données de base sur Internet. A l'inverse, les données qui seront saisies pour vitaVISTA.ch seront aussi intégrées dans les données d'INDEX.» «vitaVISTA est un nouveau canal à l'échelle nationale pour le marché de la santé. Il assure un accès à plus de 160 000 produits», a précisé

Nicolas Krattinger, responsable référencement, e-mediat. vitaVISTA permet aussi de rechercher le point de vente le plus proche, les horaires d'ouverture et les prestations de services du commerce spécialisé. Cette application peut même être utilisée comme une nouvelle plate-forme publicitaire. On y accède via Google ou www.vitaVISTA.ch. Selon N. Krattinger, les produits peuvent être trouvés par recherche texte libre ou thématique, puis placés dans une liste-mémo et éventuellement réservés. Autres fonctions: informations sur les pharmacies de garde et renseignements pour les partenaires commerciaux.

Option Mandant

Nicolas Krattinger a aussi expliqué au public qu'avec l'option «Mandant», les chaînes et les groupements peuvent intégrer vitaVISTA à leur page d'accueil en conservant leur identité visuelle, et d'autre part afficher uniquement leurs propres filiales et leurs préférences en matière d'assortiment. Denis Troton a développé que les photos de référence du studio photo d'e-mediat paraîtraient à divers endroits: dans vitaVISTA.ch, pharmaVISTA.ch, les banques de données

d'INDEX, le compendium.ch et Identia. «Les photos et les indications correspondantes telles que la taille, le coloris du contenu et des conditionnements, etc. peuvent avoir de nombreuses utilisations: moyens auxiliaires pour des recherches, soutien lors d'un conseil au client, aide pour la délivrance de médicaments dans les maisons de retraite et établissements de soins, mais aussi pour le Category Management. «Toutefois, d'après D. Troton, il est souhaité que les partenaires industriels fournissent leurs propres photos en cas de produits surdimensionnés ou ayant des formes spéciales, et en cas de sujets particuliers.»

Lancement en août 2015

«Comme nous l'avons déjà dit, vitaVISTA est une vitrine», a exposé D. Troton. «Nous avons donc créé une possibilité d'insérer des annonces sur la page d'accueil, par le biais de bannières: il est possible de renseigner sur de nouvelles préparations, d'apporter des informations produits, ou encore d'attirer l'attention sur une chaîne, un groupement ou certaines actions. vitaVISTA sera à disposition du public en août», dévoile D. Troton. «Mais on trouve déjà des informations de base



- 1 «vitaVISTA n'est que la pointe émergée de l'iceberg»: Denis Troton, commercial, explique le réseau e-média et la manière dont les entreprises peuvent en profiter. 2 Heinrich Gasser, responsable médias et communication ASD et directeur vitagate sa, soutient une collaboration sur Internet. 3 «En réalité, je préférerais que seules nos pharmacies soient présentes dans vitaVISTA, mais j'apprécie de bonnes photos et les informations produits des fabricants», déclare Ramin Mohadjeri, directeur général Sun Store. 4 Markus Gnägi, responsable Business Development, présente la manifestation à Lausanne. 5 Ulrich Schaefer, directeur HCI Solutions, répond aux questions du public intéressé par le développement de vitaVISTA.

sur www.vitaVISTA.ch. Il appartient aux fabricants, pharmaciens et droguistes de compléter au mieux les informations mises à disposition, par des annonces et de la publicité.»

Réseau win-win: vitaVISTA.ch et vitagate.ch

L'Association suisse des droguistes (ASD) a déjà fait usage de la possibilité de mise en réseau de sa propre plate-forme en ligne avec vitaVISTA. «Pour sa santé, l'utilisateur recherche soit directement un produit, soit des informations de qualité, ou même souvent les deux», a expliqué Heinrich Gasser, responsable médias et communication ASD et directeur vitagate sa. «C'est une partie du potentiel de synergie entre vitaVISTA.ch et vitagate.ch. Il est important que, grâce à vitaVISTA.ch, nous atteignons un public jeune pour le convaincre des prestations et des compétences des drogueries. Si l'on sait de quoi on souffre et ce qu'il nous faut, il faut savoir où le trouver.» Que l'on puisse trouver la droguerie la plus proche aussi via vitaVISTA.ch contribue à la situation win-win. «Quelle que soit l'application sur laquelle la recherche a lieu, les informations proviennent toujours de notre

banque de données des profils de droguerie et chaque droguerie assure elle-même le suivi des informations fournies via interface Web. C'est le meilleur moyen de garantir leur actualité.»

Enrichir les données de base et y ajouter des éléments émotionnels

Christophe Crausaz, responsable adjoint Développement, a illustré l'importance de la coopération rédactionnelle entre e-média et les partenaires: «La rédaction professionnelle d'e-média met à disposition des données de base structurées: produits, groupes d'articles, assortiments, photos d'articles, etc. Ces données sont scientifiques, sans aucune émotion. Les fabricants peuvent les compléter par des méta-informations telles que des descriptions, des arguments de vente, des mots-clés, d'autres photos, des propriétés, des catégories supplémentaires et des liens tirés du contexte dans lequel ils veulent créer des émotions.» Deux applications ont été développées pour permettre une saisie structurée des informations: myPRODUCTS pour l'industrie et myPARTNER pour le commerce spécialisé. «Les collaborateurs des partenaires industriels ayant déjà un contrat avec e-média

peuvent s'inscrire comme vitaVISTA-Editor auprès de hotline@e-mediat.net au moyen d'un swiss-rx-login. Les pharmacies et drogueries peuvent également s'enregistrer au moyen d'un swiss-rx-login pour compléter gratuitement leur profil commercial.»

Participez et profitez

«Toute société peut participer et profiter», explique Markus Gnägi, responsable Business Development, HCI Solutions. Pour sa promotion, la nouvelle plate-forme utilisera divers canaux médiatiques, en collaboration avec les partenaires. M. Gnägi: «Pour 2015 et 2016, nous avons prévu à cet effet des mesures d'une valeur brute d'un million de francs.» //

Plus d'informations

e-mediat SA
Untermattweg 8, 3027 Berne
Tél. 058 851 26 00
hotline@e-mediat.ch, www.e-mediat.ch
www.vitavista.ch/partner

