



# FOURNI-LABO

L'Annuaire des Fournisseurs des Laboratoires Pharmaceutiques et Alimentaires

DOSSIER DE PRESSE

Contact : Sandrine Jean-Elie [sandrine.je@alphamedian.fr](mailto:sandrine.je@alphamedian.fr) T 01 47 28 70 70 Fx 01 47 28 73 83

1	PRESENTATION .....	3
1.1	Alphamédian & Johanet.....	3
1.2	L'annuaire FOURNI-LABO .....	4
2	L'ANNUAIRE WEB.....	6
2.1	La consultation en ligne .....	6
2.2	Les produits web.....	7
3	L'ANNUAIRE PAPIER .....	10
3.1	L'ouvrage de référence .....	10
3.2	Les produits papier.....	11
4	L'ANNUAIRE ET LE MARKETING.....	13
4.1	Location et vente de fichiers.....	13
4.2	Le marketing direct.....	14
5	NOS REFERENCES .....	19

## 1 PRESENTATION

### 1.1 Alphamédian & Johanet

Alphamédian & Johanet est spécialisée dans les annuaires thématiques, le marketing direct et la communication web. Sa valeur ajoutée spécifique réside dans ses bases de données professionnelles quotidiennement mises à jour.

#### □ Les annuaires

Alphamédian & Johanet diffuse des annuaires professionnels depuis 1903 et édite aujourd'hui 8 annuaires professionnels sur le web et le papier dans les domaines suivants :

- Environnement et développement durable avec *France Environnement*
- Nature, produits biologiques et naturels avec *France Nature*
- Parfum, beauté et cosmétique avec *Parfums Beauté International*
- Laboratoires pharmaceutiques et alimentaires avec *Fourni-Labo*
- Biotechnologies et sciences de la vie avec *France Biotechnologies*
- Ameublement, décoration, luminaire et tissu avec *France Ameublement*
- Cuir et peausseries avec *France Cuirs*
- Musique avec **Musique Image Son** (uniquement en version web)

#### □ Le marketing direct

Comme les annuaires, le marketing direct est le prolongement naturel de l'usage des bases de données mises à disposition des clients pour leurs opérations d'e-mailing, fax mailing ou mailing postal.

#### □ La communication web

Pionnière sur le web depuis 1996, Alphamédian & Johanet propose à ses clients son expérience pour créer leur communication web, site Internet, référencement...

## 1.2 L'annuaire FOURNI-LABO

FOURNI-LABO, créé en 1957, a été le premier annuaire décrivant la filière pharmaceutique. Il est depuis, en France, l'annuaire de référence des Fournisseurs des Laboratoires pharmaceutiques et Alimentaires

### □ Fonction de l'annuaire

Ouvrage dédié à tous les Fournisseurs des Laboratoires Pharmaceutiques et Alimentaires et regroupant leurs domaines d'intervention, FOURNI-LABO est utilisé aussi bien par les prescripteurs et les détaillants que par les prescripteurs et entreprises intervenant directement ou indirectement dans l'industrie Pharmaceutique.

Il permet une identification préalable des partenaires en mettant à disposition toutes les informations utiles et à jour, nécessaire à une prise de contact efficace. L'annuaire est donc un lien permanent et valide, car régulièrement actualisé, entre les acteurs d'un marché.

La vocation de FOURNI-LABO est l'intermédiation permettant de mettre en contact les acteurs de ce marché afin d'en favoriser les échanges économiques.

## ❑ Structure de l'annuaire

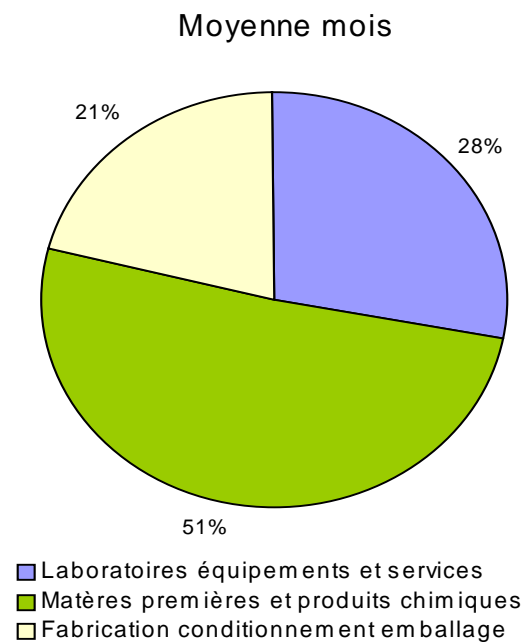
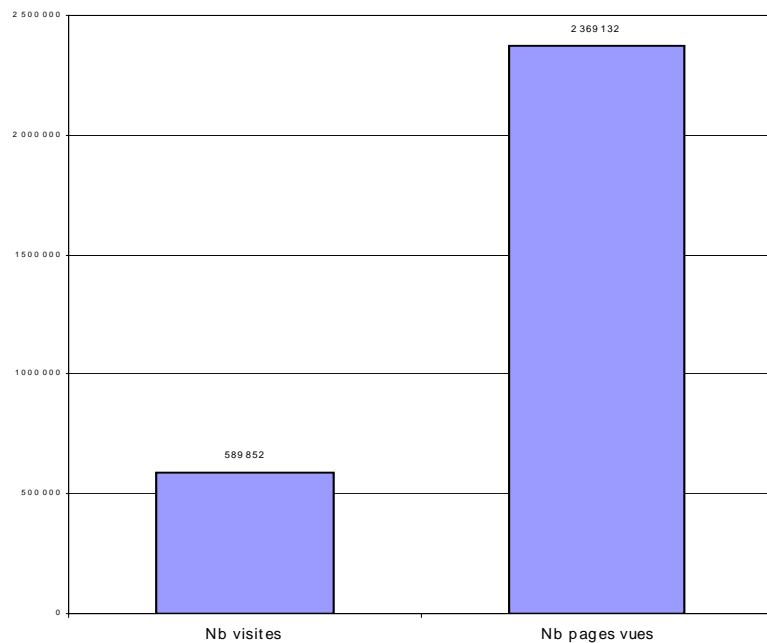
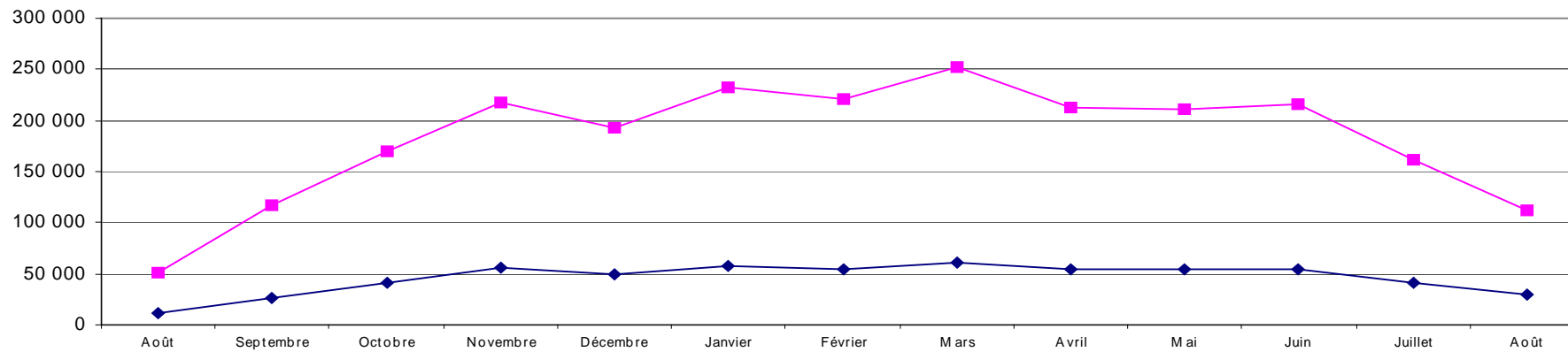
FOURNI-LABO offre une information structurée en 400 rubriques scindées en 4 chapitres permettant de classer finement les différents acteurs économiques en fonction de la diversité de leurs compétences tant en matière de produits que de services :

- Laboratoires Equipements et Services
- Matières Premières et Produits Chimiques
- Fabrication Conditionnement Emballage
- Laboratoires

FOURNI-LABO, créé en 1957, a été le premier annuaire décrivant la filière pharmaceutique. Il est depuis, en France, l'annuaire de référence des Fournisseurs des Laboratoires Pharmaceutiques et Alimentaires et le trait d'union indispensable entre les partenaires, les fournisseurs et les professionnels du secteur qui vont y trouver plus de 4 000 intervenants ou entreprises. Il permet une mise en relation directe entre les acteurs parfaitement identifiés et ciblés des marchés pharmaceutiques.

## 2 L'ANNUAIRE WEB

### 2.1 La consultation en ligne



## 2.2 Les produits web

Fourni-labo.fr propose aux entreprises, au sein d'un certain nombre de rubriques, une inscription gratuite composée de leur profil (raison sociale, adresse postale, téléphone et fax) et accompagnée d'un bouton contact. Le site offre une possibilité permanente de mise à jour des informations et propose également des services complémentaires payants permettant aux entreprises de communiquer plus efficacement :

- L'Espace Entreprise
- La Mise en Relation
- Le Lien
- Le Showroom / Catalogue
- L'Encadré et la Position Plus
- Les vignettes et les Bannières

### □ L'Espace Entreprise

Au-delà de l'inscription gratuite, l'entreprise peut opter pour l'Espace Entreprise. D'une visibilité accrue et doté d'un ensemble complet de renseignement concernant l'entreprise cet espace comprend, en plus du profil, un logo en couleur et l'activation des onglets suivants :

- "Activités" : reprend l'ensemble des activités de l'entreprise
- "Équipe" : liste les membres de l'entreprise
- "Réseau" : fait apparaître les différentes adresses de l'entreprise
- "Plan" : permet une géolocalisation de l'entreprise, via l'outil Google
- "Contact" : active le système de Mise en Relation exclusif
- "Catalogue" : ou show room des produits, est proposé en complément

## ❑ La Mise en Relation

Ce système, réservé aux annonceurs et aux abonnés, permet, par le biais d'un formulaire, de recevoir directement et exclusivement des demandes précises d'information produits, de cotations tarifaires, de partenariats, etc...

## ❑ Le Lien

Le trafic de FOURNI-LABO est composé d'un visitorat totalement en adéquation avec la cible de clients et/ou fournisseurs des entreprises référencées, c'est pourquoi, le lien entre [fourni-labo.fr](http://fourni-labo.fr) et le site de l'entreprise offre l'avantage d'un développement de trafic qualifié et dédié.

## ❑ Le Showroom / Catalogue

Le Showroom ou Catalogue produits permet de présenter tout ou partie du catalogue de l'entreprise au sein d'un salon virtuel permanent.

Les fiches produits comprennent un descriptif de caractéristiques techniques, accessibles en plusieurs langues via l'aide à la traduction de Google, accompagné de petites images qui s'agrandissent au clic et se positionnent à droite de l'écran.

La visibilité des produits est assurée dans tous les points stratégiques de l'annuaire. En effet, les fiches produits sont visibles de manière constante au sein de toutes les rubriques dans lesquelles figurent l'entreprise et de manière aléatoire sur la page d'accueil.

## ❑ L'Encadré et la Position Plus

Afin de maximiser la visibilité des entreprises, il est également possible de se détacher des listes d'entreprises issues des résultats des recherches via un encadré autour de la raison sociale.

De même, les entreprises peuvent choisir de toujours apparaître parmi les premiers des listes de résultats de recherche d'activités, de marques, d'entreprises grâce à l'acquisition de la "position plus".

## ❑ Les Vignettes et les Bannières

Afin d'optimiser leur visibilité et inciter les visiteurs à les contacter, les entreprises peuvent également ajouter à leur "Espace Entreprise" des "Vignettes" et des "Bannières" publicitaires. Ces produits d'affichage répétitifs sur de nombreux emplacements sont de puissants vecteurs de communication.

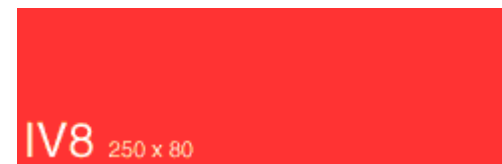


468 x 60 px



250 x 250 px

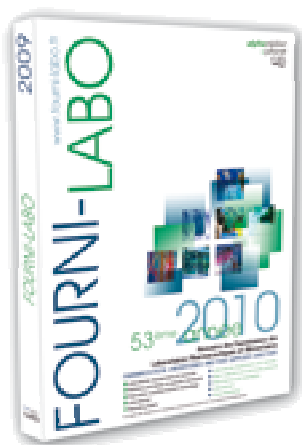
Ou encore :



## 3 L'ANNUAIRE PAPIER

### 3.1 L'ouvrage de référence

L'annuaire, dans sa version papier, apparaît comme un véritable livre de chevet ou de bureau pour les professionnels du secteur qui y retrouvent l'ensemble des acteurs de leur secteur (organismes, fabricants, prescripteurs, professionnels, fournisseurs, etc...)



Il est constitué de près de 400 rubriques bilingues français/anglais qui donnent un accès facile et rapide à plus de 4 000 intervenants ou entreprises.

## 3.2 Les produits papier

Les entreprises peuvent opter pour une visibilité plus ou moins accentuée au sein de la version papier de l'annuaire. A chaque produit son utilité et son impact auprès du consultant de l'annuaire.

### □ Les inscriptions

Les inscriptions correspondent aux produits de base dont la visibilité peut être accrue.

- **PG1** : La raison sociale en **caractère gras** au sein d'une rubrique
- **PG2** : La raison sociale en **caractère plus gras** de 30% au sein d'une rubrique
- **PLG1** : La raison sociale en **caractère gras + le logo** dans une rubrique
- **PLSA** : La raison sociale en **caractère gras + le logo** dans la liste alphabétique

### □ Les produits spéciaux

Les produits spéciaux correspondent aux produits exclusifs, en pleine page et haut de gamme de l'annuaire FOURNI-LABO dans sa version papier. Ils sont en quadrichromie.

- **PC** : Couverture 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup>
- **PPAvC** : Page venant avant le début d'un chapitre
- **PPApC** : Page venant après le début d'un chapitre

## ▣ Les annonces

Les annonces correspondent à des espaces libres, encadrés, de différents formats, en mono ou quadrichromie.



## 4 L'ANNUAIRE ET LE MARKETING

### 4.1 Location et vente de fichiers

#### ❑ Les fichiers standards

Grâce à son travail constant de collecte d'informations et de mise à jour des données des acteurs du secteur, FOURNI-LABO offre une possibilité d'usage de nombreux fichiers dédiés disponibles à la location pour tous types d'opérations de marketing direct.

Ces fichiers directement issus de la base de données annuaire permettent aussi de toucher tous les domaines périphériques au secteur de l'annuaire.

#### ❑ Les fichiers sur mesure

Les entreprises veulent aussi constituer leur propre fichier de prospection utilisable à leur guise et directement opérationnel, compiler certaines informations très précises indispensable à leur activité, renforcer leur fichier existant, etc...

Pour toutes ces demandes, les fichiers habituels ne répondent pas aux exigences spécifiques et les entreprises n'ont pas toutes le temps ou les moyens humains de créer et actualiser de tels fichiers.

Pour obtenir le fichier qui correspond aux attentes spécifiques des entreprises, FOURNI-LABO propose le « fichier sur mesure » remis « clé en main » à l'entreprise au terme d'une opération télémarketing de qualification de fichier correspondant précisément à ses besoins.

## 4.2 Le marketing direct

FOURNI-LABO a suivi et parfois devancé les mutations de la communication et la publicité en privilégiant la qualité et proposant des solutions de communication adaptées.

Par conséquent, pour répondre aux nouvelles orientations du marché, la société s'est structurée autour d'un noyau de compétences multiples et de marchés clés.

L'annuaire poursuit son développement vers des modes de communication toujours plus respectueux du dialogue et de l'échange pour :

- Mettre en adéquation l'offre et la demande
- Mettre en concordance l'entreprise et sa cible
- Permettre aux entreprises de vendre plus en vendant mieux

Pour ce faire, FOURNI-LABO propose, entre autres, un service de conseil et de création de campagne de **marketing direct** sous différents vecteurs : e-mailing, fax-mailing, mailing postal et des offres couplées de ces différents vecteurs.

Pour réaliser vos opérations, les fichiers de FOURNI-LABO sont finement qualifiés grâce au contact permanent qu'à l'annuaire avec les entreprises pour réaliser leurs mises.

### □ L'E-mailing

L'e-mailing est aujourd'hui un des moyens de communication le plus usité, le plus pratique, le plus rapide et le plus visuel qu'il soit. Il permet des campagnes entièrement mesurables et favorise l'étude des comportements de ces destinataires.

Ce vecteur permet également, à la cible, d'effectuer une réponse rapide et sans aucun coût.

Ainsi, avec cette solution, nous permettons à nos clients de :

- Viser une campagne à faible coût de réalisation
- Obtenir des retours rapides
- Toucher une large cible
- Communiquer visuellement

La technique utilisée est simple, d'abord privilégier le conseil.

Ensuite :

- Affiner le ciblage de l'entreprise
- Croiser judicieusement nos fichiers
- Réaliser un comptage précis
- Créer la page de l'e-mailing si l'entreprise le souhaite
- Envoyer le document et réaliser un compte-rendu d'opération

### ❑ Le Fax-mailing

En France, 99% des sociétés possèdent un fax, ce qui nous permet, grâce au fax-mailing, de proposer à nos clients un excellent moyen de toucher, directement et rapidement, une très large cible de PME-PMI, de commerçants et/ou d'administrations. De plus, le fax-mailing est, avec l'e-mailing, le support de marketing direct le plus adapté aux messages successifs, qui marquent les esprits et permettent une bonne reconnaissance.

Ainsi, avec cette solution, nous permettons à nos clients de :

- Viser une campagne à large diffusion
- Réaliser un envoi rapide et clair du message
- Conférer un caractère d'urgence à la campagne
- Véhiculer une image de promotion

La technique utilisée est simple, d'abord privilégier le conseil.

Ensuite :

- Affiner le ciblage de l'entreprise
- Croiser judicieusement nos fichiers
- Réaliser un comptage précis
- Créer la page de fax-mailing si l'entreprise le souhaite
- Envoyer le document et réaliser un compte-rendu d'opération

## ❑ Le Mailing Postal

La boîte aux lettres est le RDV quotidien de tous, particuliers et professionnels, aussi avec le mailing postal nous proposons à nos clients un moyen efficace d'être vu, de développer les ventes, prospecter une nouvelle cible, informer les acheteurs...

Ainsi, avec cette solution, les entreprises peuvent :

- Viser une campagne à large diffusion
- Joindre un outil incitatif à l'acte d'achat : échantillon, bon de réduction, catalogue,...
- Affirmer leur présence sur le terrain
- Envoyer des messages publicitaires sur des produits, services, invitations à des événements,...
- Être plus explicite qu'à l'accoutumée dans leur message

La technique utilisée est simple, d'abord privilégier le conseil.

Ensuite :

- Affiner le ciblage de l'entreprise et réaliser un comptage précis
- Concevoir votre maquette, contenu textuel et graphique
- Créer Imprimer le ou les document(s)
- Effectuer le pliage et la mise sous enveloppe
- Proposer un affranchissement au meilleur prix
- Router le document

## ❑ Les Offres Couplées

Nos clients peuvent opter pour des opérations couplées de marketing direct, afin de :

- Maximiser leurs actions par tous moyens de contact
- Ne négliger aucune de leurs cibles
- Affirmer leur présence sur le terrain
- Multiplier les occasions d'être vu
- Diversifier leur approche

Les possibilités offertes sont alors les suivantes :

- **E-mailing en plusieurs vagues** : Campagne e-mailing et relances avec l'objectif de marquer les prospects
- **E-mailing + Fax-mailing** : Envoi simultané d'un email et d'un fax à la cible afin d'optimiser l'action avec deux vecteurs de contact
- **Fax-mailing en plusieurs vagues** : Campagne fax-mailing avec relances avec l'objectif de marquer les prospects
- **E-mailing teaser + Mailing Postal** : Envoi d'un email annonçant l'arrivée d'un courrier promotionnel afin d'aiguiser l'attention et maximiser les retours

## 5 NOS REFERENCES

Nous tenons à remercier, tout particulièrement, les entreprises qui nous ont fait confiance depuis le début et qui ont soutenu l'aventure FOURNI-LABO.



Merci et pardon à tous ceux qui, faute de place, ne se retrouveront pas sur cette page...