

“Hablar de servicios es consustancial al modelo de farmacia que estamos desarrollando”

LA FARMACIA ALBACETE 24H TIENE EN LA POTENCIACIÓN DE LOS SERVICIOS UN VECTOR ESTRATÉGICO DE CONSOLIDACIÓN. SU PLANTEAMIENTO 24 HORAS RESPONDE A QUE LA SALUD NO TIENE HORARIOS, Y A LA VEZ SUPONE PARA ELLOS TODO UN RETO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO.

El equipo humano de la Farmacia Albacete lo conforman 11 profesionales, siendo la única farmacia que ofrece un servicio 24 horas a la población de la ciudad.

Hablamos con **Felisa Martínez Álvarez**, farmacéutica titular, quien nos explica que *“hablar de servicios es consustancial al modelo de farmacia que estamos desarrollando, un espacio de salud, la gran diferencia frente a otros competidores. Nos hemos posicionado como una farmacia moderna, con unos valores marcados por la profesionalidad, la confianza y el consejo farmacéutico. La fortaleza de nuestra oferta de servicios se apoya en nuestros siete farmacéuticos, junto al resto del equipo, en continua formación, con un trato personal y profesional que va más allá de los servicios tradicionales, promoviendo la calidad de vida y el bienestar del cliente”*.

Entre los principales servicios que ofrecen, destacan los de diagnóstico de la piel y dermocosmética avanzada, diagnóstico capilar, SPD, dietética y nutrición, evaluación del riesgo y



Felisa Martínez y su equipo

control cardiovascular, determinación de indicadores bioquímicos (Reflotrón), test de hemoglobina glicosilada y colesterol, toma y control de tensión y peso, estética oncológica (cosmetología), y diferentes cribados, entre otros.

Desde el punto de vista de la farmacéutica, *“la farmacia tiene en la implantación de los servicios el verdadero nicho de mercado para poder crecer. Tenemos que poner en valor nuestra profesión, y desde el consejo farmacéutico hasta la implantación de nuevos servicios, aquí es donde tenemos el potencial real de crecimiento de nuestro negocio. En relación a remunerarlos, la respuesta es por supuesto. El paciente tradicional ve a la farmacia como un lugar donde todo*

es gratis. Pero el cliente actual, que se cuida, entiende que los servicios tienen un valor y lo paga”.

Nuevos segmentos

Farmacia Albacete 24h está diseñada como espacio de salud, en el que el negocio se sustenta mucho más en la venta de productos de parafarmacia, destinados a la prevención y al mantenimiento de la salud, antes que en la simple cura de enfermedades y dispensación de medicamentos. Tal y como manifiesta Martínez, “nosotros éramos una farmacia tradicional de barrio, con una superficie de venta limitada, con una oferta de productos y servicios basada principalmente en especialidades. Estábamos en un mix 80/20 (especialidades/parafarmacia). Con la reforma, definimos un objetivo de 60/40 (especialidades/parafarmacia) en el año 15, y alcanzar un 50/40/10 (especialidades/parafarmacia+EFP/servicios) en los próximos 18 meses. Hoy podemos decir que los objetivos se están alcanzando gracias a una estrategia basada en dos criterios: la categorización de productos, apostando por categorías nuevas como deporte, natural (donde la gran apuesta ha sido una marca propia, FA cosmética natural, ecofood, con alimentación ecológica, mi mascota, para



el animal de compañía, y oncología); y por otro lado la categorización de clientes, en cinco comunidades, como “Vivo en deporte” o

“La farmacia tiene en la implantación de los servicios el verdadero nicho de mercado para poder crecer”



Estética oncológica

Los productos que componen esta área en la Farmacia Albacete van desde productos específicos, como aquellos para recuperar la piel después de la radioterapia, o lencería especial, hasta productos destinados a pieles sensibles como lociones hidratantes, maquillajes o protección solar.

“El principal servicio que les ofrecemos”, explica la farmacéutica, “va dirigido hacia el bienestar y el asesoramiento estético. Enseñándoles cómo deben cuidar su piel, guiándoles sobre hábitos saludables y ayudándoles a sentirse bien consigo mismos con productos respetuosos e hipoalergénicos. También colaboramos con Acepain, una asociación que lucha contra el cáncer y realiza recaudaciones en apoyo a la Unidad de Investigación de Cáncer de Albacete”.

Decidieron formarse en estética oncológica para poder ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas que sufren la enfermedad, ayudando a disminuir sus efectos adversos. “Para cualquier persona es muy importante encontrarse a gusto consigo mismo, verse bien. Mucho más importante es cuando además estás pasando una enfermedad tan dura. Sentirte bien con tu cuerpo te ayuda a tener una mente positiva y afrontar los problemas con más fuerza”.



“Soy mamá”, interactuando con ellos desde nuestro espacio físico, nuestra web, RRSS, chat 24 horas, etc.”

La estrategia digital, como parte de la estrategia global de negocio, es un aspecto muy importante en la Farmacia Albacete, basándola en la diferenciación, apostando por la innovación para alcanzar los objetivos que se han propuesto. Para ello la están integrando en una única plataforma unida con los sistemas de gestión, proporcionando a la farmacia una herramienta de fidelización, gestión, canales digitales y comunicación con su cliente. *“Hemos creado una nueva web como plataforma del resto de aplicaciones y herramientas, que nos permite implementar tácticas digitales, adaptada a la farmacia 2.0, estudiar nuevas fórmulas de captación y fidelización de clientes desde el MKT digital, generar comunidad alrededor de la farmacia y trabajar sinergias entre ON/OFF line. Cuando todo este trabajo se realiza involucrando a todo el equipo, los resultados aparecen”,* afirma convencida Martínez.

Propuesta de valor

La reforma de la farmacia, finalizada en julio del 2014, fue parte fundamental del cambio, y consistió en plantear una transformación completa del negocio en cuanto a la propuesta de valor que querían ofrecer al cliente final. *“Dentro de esta lógica”,* comenta la farmacéutica, *“se llevó a cabo una reforma-ampliación muy importante a nivel de espacio de venta, optimizando recorridos comerciales y ubicación de categorías, y diseñando espacios totalmente adaptados a la estrategia de nuestra farmacia”.* Para el estudio de mercado previo y diseño del espacio contaron con la ayuda de Con-

cep. *“incorporamos algunas propuestas diferenciadoras, como un aparcamiento específico de bicicletas y de mascotas, y se trasladó el laboratorio para que se viese desde la calle. Hoy podemos decir que estamos orgullosos del resultado”.*

En Farmacia Albacete 24h el protagonista es el cliente fidelizado (cliente saludable), y a ello corresponde su implantación de la “Tarjeta Saludable”. Todo su trabajo va en la dirección de crear una comunidad de clientes que apuestan por la prevención, el bienestar, la salud suya y la de su entorno familiar. *“La tarjeta de fidelización representa esta propuesta de valor, el usuario pasa de ser un mero espectador consumidor, a generar contenidos, sentirse comunidad, etc. Se implantó con la nueva apertura, y se puede solicitar en nuestra farmacia o desde la web. Nos ha permitido comunicarnos con el cliente saludable en la doble dirección”,* afirma satisfecha la farmacéutica. +

