

Objetivo de **farmaKNOW**: apoyar estratégicamente en todas las etapas de una farmacia

LA CONSULTORA FARMANOW SE DEDICA A LA LOCALIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE OFICINAS DE FARMACIA. AYUDA AL FARMACÉUTICO A OBTENER LA MÁXIMA RENTABILIDAD CON LA INTENCIÓN DE QUE “EL CLIENTE NO TENGA QUE PREOCUPARSE DE NADA”.



Tienen diversos tipos de clientes, desde el que sólo quiere un buen local a otros que se quieren jubilar y pretenden dar un empujón a su farmacia para venderla mejor. También el farmacéutico que sale de la carrera y no sabe muy bien cómo gestionar la farmacia o incluso los que tienen mucho stock y no saben cómo reducirlo. “*Todos los clientes son diferentes. Por ello, siempre vamos a su farmacia, estamos con ellos como uno más, para entender cómo es su farmacia y qué es lo que necesitan*”, aclara. Trabajan “*a medida*”, in-situ, en la farmacia y con el titular. Asimismo, fijan sus metas de crecimiento.

Tres divisiones

Esta pequeña consultora cuenta con tres divisiones: Locales, Gestión y Servicios. La de Locales busca el mejor sitio para el traslado voluntario, por licencia o nueva apertura de una Oficina de Farmacia. La de Gestión ofrece apoyo continuo en la gestión de la farmacia con el objetivo de incrementar el beneficio y optimizar la gestión de todos los procesos. Por su parte, la de Servicios brinda consultoría para garantizar el buen funcionamiento interno de una Oficina de Farmacia

Nació de la idea de ofrecer soluciones a farmacéuticos diseñadas por farmacéuticos con Oficina de Farmacia. **Felipe Martín**, socio de **farmaKNOW**, explica que su objetivo es

apoyar estratégicamente en todas las etapas de una farmacia, desde la localización hasta el óptimo rendimiento.

De acuerdo con sus palabras, ayudan al farmacéutico a obtener la máxima rentabilidad.

Acuerdo con Bidafarma para ofrecer el servicio farmaCheckList

El acuerdo que farmaKNOW ha alcanzado recientemente con Bidafarma facilitará realizar un análisis de más de 450 puntos a todas las farmacias Avantia Plus en toda España. Este informe se basa en un análisis de diferentes módulos como normativas de dispensación, requisitos del establecimiento, LOPD, requisitos legales de venta online, formulación, etcétera. Todo en base a las leyes de ordenación farmacéutica, urbanística o consumo. *"No pretendemos ser inspectores",* avisa Felipe Martín. Expone que hacen recomendaciones en diversos aspectos *"para que esas farmacias tengan un servicio de calidad superior al resto, además de informarles de la posible sanción que pueden tener en caso de incumplir alguna norma".*

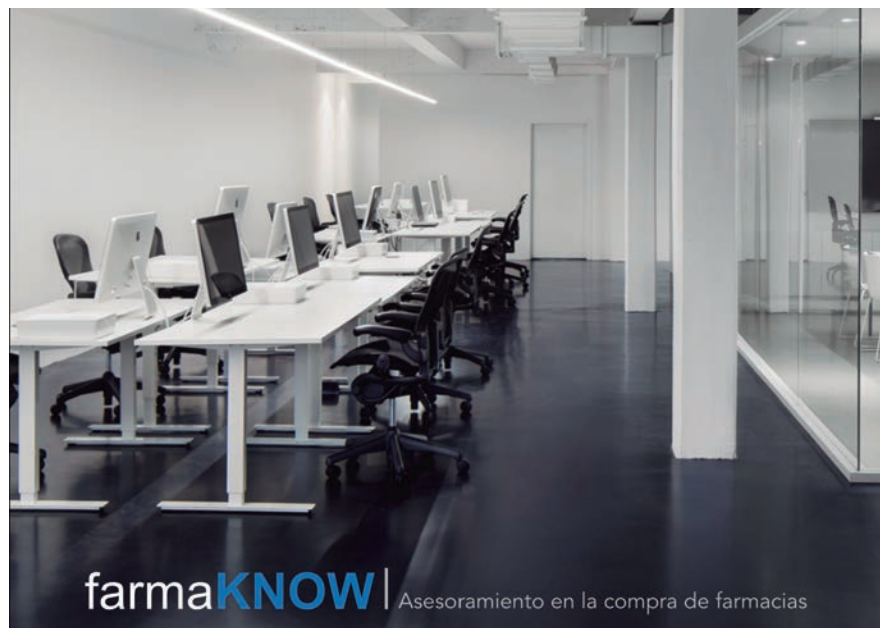
"Entendemos que el valor fundamental de una farmacia es el servicio que se da a los pacientes y la máxima rentabilidad que el titular quiere obtener de su negocio", señala Martín. Por eso, trabajan *"a éxito"* en cada proyecto.

Martín se muestra muy satisfecho por el primer año de farmaKNOW. Indica que, en términos de localización, han realizado el 70% de los nuevos traslados en Madrid, desde septiembre. En cuanto a gestión, están con tres farmacias, ayudándolas en diferentes etapas. Para septiembre, han lanzado un nuevo producto, que se basa en el acompañamiento en el proceso de compra de una farmacia. Analizan con el comprador todas las farmacias que le ofrecen las consultoras y confirman los datos de éstas. Así, se aseguran de que el precio que su cliente va a pagar por la futura farmacia es el acertado.

Los farmacéuticos se trasladan, en general, para potenciar su farmacia y para buscar nuevos clientes que les facilite potenciar servicios, introducir nuevas marcas y fidelizar. *"En definitiva, para obtener más rentabilidad",* matiza Martín. Siempre que proponen un nuevo local piensan si ellos, como farmacéuticos con farmacia, se trasladarían. *"Si no estamos convencidos del sitio, no lo proponemos al cliente. Analizamos muchas variables, no sólo el local, sino todo lo que hay alrededor",* dice. Estudian la renta per cápita, el número de personas que pasan a la hora, los servicios, los colegios, los centros de Salud, los bancos, los supermercados, etcétera. Poseen una herramienta de geomarketing muy potente que les analiza todas estas variables.

Actualmente, todos sus clientes son de Madrid, *"ya que es donde se realizan más traslados"*. No obstante, han tenido propuestas de traslado en Santander, Valencia o Málaga. En los últimos meses, han desarrollado una herramienta informática que les permite abarcar todo el territorio nacional para localizar nuevas ubicaciones de Oficinas de Farmacia. El último traslado que han hecho en Madrid fue todo un reto. Dos de los requisitos que les propuso el cliente fue que quería ir *"en bici"* a la farmacia desde su casa y que el nuevo local tuviera un tamaño mínimo

"TODOS LOS CLIENTES SON DIFERENTES. POR ELLO, SIEMPRE VAMOS A SU FARMACIA, ESTAMOS CON ELLOS COMO UNO MÁS"



de 300 metros. En un plazo de dos semanas, le encontraron *"el local perfecto para él"*.

Dentro del servicio de localización, farmaKNOW ofrece un pack con Informe de GeoMarketing, Análisis farmaCheckList, Optimización en la Gestión, Mediciones y certificaciones oficiales, Contratos y Trámites de Sanidad. Están incluidos todos estos puntos *"para que el cliente no tenga que preocuparse de nada"* nos cuenta **Francisco Fernández de Arevalo**, socio de farmaKNOW. Un equipo de arquitectos y abogados especializados en Oficinas de Farmacia se encarga de cada etapa del proceso de localización con el objetivo de cumplir al 100% con las leyes de ordenación farmacéutica.+

Para conocer más:

Página Web: www.farmaknow.com

Correo electrónico: info@farmaknow.com

Instagram: [farmaKNOW](https://www.instagram.com/farmaKNOW)