

# “Con FarmaOffice conocerás más y mejor a tu cliente”

SÁCALE EL MÁXIMO PROVECHO A LAS HERRAMIENTAS PARA EL ENTORNO DIGITAL EN EL SECTOR FARMACÉUTICO. EL USO DE FARMAOFFICE FIDELIZA AL CLIENTE DE FARMACIA Y PERMITE INCREMENTAR LAS VENTAS.

**F**armaOffice ofrece una manera sencilla para que el profesional de la farmacia se comunique con su cliente. Se sincroniza con el programa de gestión y permite analizar y agrupar a los clientes de la farmacia en función de su perfil personal, los intereses y sus hábitos de consumo. De este modo podemos comunicarnos con él mediante campañas a su medida y de una forma muy automatizada. La herramienta se integra con los principales programas de gestión del mercado, y además la empresa está trabando para que haya una solución para todas las farmacias, ya que su herramienta se integra con grupos de farmacias, centrales de compra y otras empresas del sector. Conversamos con el *Fundador y director general de FarmaOffice, Isaac Fàbrega*, y con *Marc Cases, Fundador y gerente de Farmacia Guarc* sobre la herramienta. Isaac Fàbrega nos explica cómo FarmaOffice es capaz de fidelizar a los clientes de la farmacia. *“Lo hace con el envío de comunicaciones automáticas de forma segmentada en función de su perfil, de los intereses y de los hábitos de consumo en la farmacia, el cliente sabe e identifica que le tratamos de forma individual”.*

Gracias a esta herramienta el farmacéutico tiene un gran conocimiento de su cliente, habla con él, lo trata directamente y sabe de sus necesidades de forma presencial. *“FarmaOffice es la*



De izq. a dcha. Marc Cases y Isaac Fàbrega

*herramienta para hacer lo mismo pero en el nuevo entorno digital: conocer más y mejor al cliente”, nos asegura Marc Cases como usuario de la herramienta en su oficina de farmacia. Añade que este conocimiento sólo puede reportar beneficios: “si sé lo que le gusta, lo que necesita y cuando lo quiere, puedo ofrecer un mejor servicio. La consecuencia directa de fidelizar y tratar mejor el cliente es que las ventas incrementan y que mi imagen como farmacia sale reforzada”.*

## Para todo tipo de farmacias

FarmaOffice está pensada para cualquier tipo de farmacia que quiera potenciar la relación con sus clientes y que éstos perciban a la farmacia como un espacio de salud y bienestar. La herramienta se adapta a establecimientos individuales, a consultorías y grupos de farmacia de cualquier tamaño, para potenciar sus acciones de comunicación de forma conjunta. La facilidad de uso del programa permite que se



interna, pero necesita enfocarse hacia la experiencia del cliente mejorando su comunicación, mediante servicios y ofertas de producto ajustadas a cada perfil. Como ocurre en otros sectores también muy exigentes, los usuarios de la farmacia quieren notar que reciben un trato personalizado en todos los aspectos”, comenta Isaac Fàbrega.

pueda dimensionar en función de las necesidades. Es una herramienta pensada por y para el farmacéutico, así como cualquier perfil de profesional que forme parte del equipo de trabajo de una farmacia.

Es fácil de utilizar desde el primer día, y cada vez lo será más, ya que su objetivo se basa en su facilidad de uso y sobretodo la automatización de las funcionalidades.

Actualmente tienen un acuerdo con el Departamento de Investigación de la Universidad Autónoma de Barcelona, con el cual están trabajando para aplicar algoritmos de Inteligencia Artificial y Geolocalización en el sistema, con el objetivo de optimizar el tiempo de la farmacia.

Hoy por hoy cuentan con más de 350.000 usuarios receptores de los servicios de FarmaOffice a través de sus clientes de farmacia. El objetivo estratégico de la empresa es conseguir que un 6% del mercado nacional de farmacias utilicen sus herramientas de comunicación y segmentación.

## Fidelización y ventas

Le preguntamos al Fundador y director general de FarmaOffice si la fidelización es uno de los grandes retos del sector, responde afirmativamente. *“La evolución del sector está generando dinámicas de venta que nada tienen que ver con las de hace unos años. La importancia de la parafarmacia y la evolución del ámbito digital han generado grandes oportunidades y ayudamos al farmacéutico a aprovecharlas. Gracias al conocimiento que tiene la farmacia de sus clientes, FarmaOffice permite que cada cliente reciba aquella comunicación que realmente le interesa: los productos que les gustan, los que le interesan más, los que necesita... Esta dinámica hace que el cliente sea tratado de forma personalizada, permite añadirle servicios que hasta ahora no tenía y genera un efecto de identificación que refuerza el vínculo con el establecimiento”.*

La consecuencia directa de fidelizar a los clientes es conseguir que la farmacia aumente los ingresos. En este sentido, el fundador y director general de FarmaOffice nos comenta que el objetivo es hacer llegar al cliente toda actividad, servicio y producto relacionado con la farmacia, por tanto, hay acciones que ayudan a incrementar las ventas, como las presentaciones de producto, talleres, promociones, etc.

Además señala que hay acciones automatizadas que ayudan de forma indirecta a las ventas y a la imagen de marca, relacionadas con la comunicación con los clientes: *“darles la bienvenida al sistema de fidelización, notificar periódicamente sus puntos, enviarles ofertas personalizadas e incluso felicitarles por su aniversario. Estas acciones fidelizan al cliente y fortalecen su relación con la farmacia”.*

Toda la actividad que genera FarmaOffice es además un valor que a veces puede pasar desapercibido. Todo el conocimiento y capacidad de comunicar con el cliente se traduce en una imagen de profesionalidad y marca de la oficina de farmacia que atrae a los clientes y te diferencia de tu competencia.

¿Por qué FarmaOffice es indispensable para las farmacias que quieren crecer? *“La farmacia hace muchos años que sigue mejorando en la gestión*

## Transformando la comunicación de la farmacia

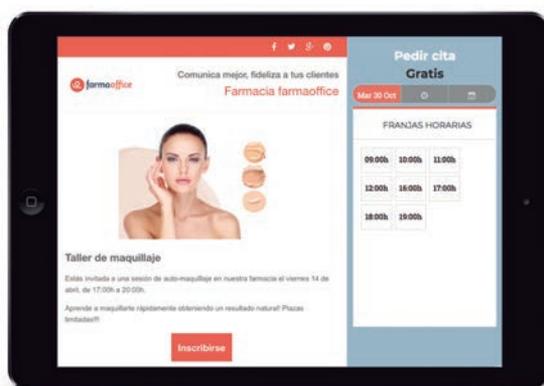
Destacáis que FarmaOffice consigue transformar las comunicaciones de la farmacia. ¿Cómo lo hace? *“Porque son comunicaciones segmentadas basadas en el conocimiento del cliente (hábitos de compra, intereses, etc), con campañas profesionales e imágenes de calidad, que diferencian a la farmacia, consiguiendo que el cliente interactúe con la farmacia”,* asevera Fàbrega. Señala además que saben que es así por la respuesta que tienen de sus farmacias acerca de la relación que tienen con sus clientes, ya que

FarmaOffice facilita también que el cliente-paciente se comunique con la farmacia, para consultas, encargos de promociones o reservar citas de servicios de salud. Este punto es esencial de cara a estar preparado para captar aquellos clientes que utilizan mucho el móvil para sus gestiones diarias. El farmacéutico puede sentirse un poco abandonado cuando no tiene el conocimiento para afrontar el entorno digital actual. ¿Qué papel juega FarmaOffice en estos casos? *“Lo más fácil sería que pudieran preguntarle a nuestros clientes. Tenemos una excelente relación con nuestros clientes y son*

*ellos los que destacan nuestra proximidad, cercanía y facilidad con la que se resuelven todas las dudas. Les escuchamos, proponemos y resolvemos sus necesidades, de una forma directa y sin intermediarios. Y es activo que valoramos mucho y que no queremos renunciar a él”,* asevera el responsable de FarmaOffice.

## Marcando la diferencia

Preguntamos a Isaac Fàbrega sobre en qué se diferencian de la competencia nos destaca que el aspecto fundamental es que el proyecto que nace desde la farmacia, tiene en cuenta su evolución y se adapta tanto a sus necesidades como a las del sector. *“Es una herramienta cuya base tecnológica es muy potente, y además es muy intuitiva y sencilla de utilizar. Muchas de las funcionalidades están automatizadas, con el objetivo de ahorrar tiempo al farmacéutico y mejorar la eficacia de las acciones realizadas”.* Otra característica que sus farmacias clientes destacan es la facilidad de interacción de los clientes hacia la farmacia, mediante formularios para reservar cita, realizar encargos o comprar online. Añadir servicios que hasta ahora era muy complicado ofrecer para el profesional porque significaba un gran esfuerzo. *“Ahora podrá hacerlo de forma rápida, sencilla e intuitiva”,* asegura. +



**ES UNA HERRAMIENTA PENSADA POR Y PARA EL FARMACÉUTICO, Y PARA CUALQUIER PERFIL DE PROFESIONAL DEL EQUIPO DE LA FARMACIA**