

Crecimiento de la rentabilidad en tu negocio farmacéutico



DE FORMA INTUITIVA Y FÁCIL DE USAR, FARMAOFFICE AYUDA A INCREMENTAR LAS VENTAS CONOCIENDO DÍA A DÍA LOS RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS COMERCIALES. ES UN SOPORTE COMERCIAL PARA LA FARMACIA.

Los nuevos canales de comunicación, y el entorno digital actual de redes sociales, abren la puerta a numerosas oportunidades para optimizar la comunicación, rentabilizar el esfuerzo e impulsar la actividad de la farmacia, siempre cumpliendo con la RGPD. Farmaoffice permite conocer mejor los hábitos y preferencias de los clientes para poder segmentar, enviar y cuantificar los resultados comerciales y asistenciales de las campañas.

Los clientes de una farmacia responden a perfiles diversos en función de la edad, el sexo, sus intereses y hábitos de compra. Es por ello que conocer esta información y utilizarla de forma correcta es la base del éxito de cualquier estrategia o campaña de Marketing. Farmaoffice sincroniza datos automáticamente con el programa de gestión. Se puede parametrizar y gestionar toda la información de un cliente de forma fácil, eficaz y en muy pocos pasos.

Estas segmentaciones se van alimentando automáticamente a medida que los usuarios realizan nuevos consumos. Estos grupos son siempre dinámicos, así que no hay que preo-

cuparse de actualizarlos. Ya lo hace Farmaoffice por sí solo. Con la automatización, se ahorra tiempo en la gestión del cliente y se optimiza al máximo el invertido en la comunicación y en el Marketing directo.

SE PUEDE PARAMETRIZAR Y GESTIONAR TODA LA INFORMACIÓN DE UN CLIENTE DE FORMA FÁCIL, EFICAZ Y EN MUY POCOS PASOS

Si se dispone de la información de los clientes y se tienen agrupados en criterios de comunicación, es el momento de crear una campaña. El usuario de Farmaoffice puede generar campañas puntuales (para una promoción, un servicio o cualquier actividad que se realice en la farmacia) o campañas periódicas, donde se automatiza

la comunicación con los clientes (felicitación de aniversario, bienvenida de cliente, saldo de puntos acumulados, etcétera).

Si se crea una nueva campaña periódica, se estará en condiciones de comunicar con los clientes en cuatro simples: escoger el formato de plantilla, editar el contenido con los mensajes que se quieren transmitir; escoger el grupo o grupos de clientes a los que se desea enviar la comunicación y comprobar y lanzar la campaña para que se mande automáticamente.

Análisis de rentabilidad

Tras esto, llega el momento de analizar la rentabilidad de las campañas. Las estadísticas de resultados de rentabilidad en las ventas son una de las herramientas más utilizadas por los usuarios de Farmaoffice.

Es decir, de forma intuitiva y fácil de usar, Farmaoffice ayudará a incrementar ventas conociendo día a día los resultados de las campañas comerciales, aportando información comparativa entre periodos, conversiones de clientes que han respondido a las ofertas, gráficas de desarrollo de negocio y datos de evolución del negocio.

Con todo, la imagen de la farmacia sale reforzada y se conoce más y mejor a los clientes actuales. Además, se pueden establecer estrategias para atraer a clientes potenciales. +