

No te olvides de los datos

LOS CLIENTES DE UNA FARMACIA RESPONDEN A PERFILES DIVERSOS EN FUNCIÓN DE LA EDAD, EL SEXO, SUS INTERESES Y HÁBITOS DE COMPRA. CONOCER ESTA INFORMACIÓN Y UTILIZARLA DE FORMA CORRECTA ES LA BASE DEL ÉXITO DE CUALQUIER ESTRATEGIA O CAMPAÑA DE MARKETING.

Los datos son un activo importante de la farmacia, y su adecuada gestión es la clave para aportar valor a los clientes, además de ser parte indispensable para su estrategia de comunicación. Los datos son la riqueza de nuestro tiempo, ya que contienen las instrucciones para llegar mejor y de modo más efectivo a usuarios o clientes, teniendo en cuenta siempre la privacidad y el tratamiento legal de los mismos.

Con FarmaOffice podrás integrar todos tus datos en una herramienta donde puedan visualizarse claramente en el contexto correcto. Tendrás la información adecuada disponible en la herramienta adecuada y en el momento adecuado. Entonces, y solo entonces, podrás tener una visión clara y completa de tus clientes con la que podrás tomar decisiones que no estén basadas únicamente en la intuición o en la forma tradicional de trabajar.

FarmaOffice y la recogida y el tratamiento de datos

Los clientes de una farmacia responden a perfiles diversos en función de la edad, el sexo, sus intereses y hábitos de compra. Conocer esta información y utilizarla de forma correcta es la base del éxito de cualquier estrategia o campaña de marketing. Con FarmaOffice podrás gestionar toda la información de un cliente de forma fácil, eficaz y en muy pocos pasos:

1. *Añade la información de tus clientes:* en la interfaz de gestión de FarmaOffice dispones del listado de clientes previamente importado del programa de gestión de la farmacia, de forma totalmente automática. Una de las tareas más importantes para generar campañas con éxito

es enriquecer lo máximo posible cada uno de los registros. Para cada cliente puedes consultar sus datos personales, sus intereses y sus datos de ventas, todo integrado. Cuanta más información tengas vinculada a un cliente, más preciso serás para hacerle llegar el mensaje que mejor se adapte a sus necesidades. Es la base del éxito de la fidelización.

2. *Crea grupos con intereses similares:* una vez los datos de clientes están completados, puedes empezar a crear grupos o segmentos de clientes a partir de los datos de su perfil y enviar automáticamente el correo electrónico adecuado a cada grupo. El sistema es capaz de combinar diferentes datos en un mismo grupo, para así poder llegar a una segmentación efectiva y de forma muy fácil. Además, los grupos se actualizan de forma automática con el programa de gestión de la farmacia, para evitar tener listas de clientes que ya no estén actualizadas.

3. *Envía una campaña:* con todos los clientes agrupados según criterios de comunicación, es el momento de crear campañas. Podrás generar campañas puntuales (para una promoción, una oferta o una comunicación específica); o campañas periódicas, que se enviarán de forma automática (bienvenida a nuevos clientes, felicitación de cumpleaños, recordar puntos de fidelización o recuperar clientes pasivos). La función de campañas automáticas genera los primeros pasos para establecer una relación de comunicación habitual con nuestros clientes.

Asegurar la calidad de los datos es un proceso continuo en el que la elección de la tecnología adecuada puede jugar muy a tu favor. Si aún no has elegido una herramienta de email marketing, asegúrate de elegir una opción con suficientes funcionalidades de automatización e inte-

gración para satisfacer todas las necesidades de tu farmacia. En FarmaOffice estarán encantados de ayudarte. +



La calidad de los datos en la farmacia



CON FARMAOFFICE PODRÁS INTEGRAR TODOS TUS DATOS EN UNA HERRAMIENTA DONDE PUEDAN VISUALIZARSE CLARAMENTE EN EL CONTEXTO CORRECTO