

Sisfarma aporta soluciones que hacen más rentable cada farmacia

LA DISPONIBILIDAD E INMEDIATEZ EN APORTAR SOLUCIONES DE CALIDAD SON PARTE DEL ADN DE SISFARMA. SU EQUIPO MULTIDISCIPLINAR AYUDA A LAS FARMACIAS EN SU GESTIÓN, ESTRATEGIA, MARKETING Y COMUNICACIÓN, CON UNA ESTRATEGIA GLOBAL QUE CONSIGUE OPTIMIZAR TU STOCK, IMPLICAR A TU EQUIPO, FIDELIZAR TUS CLIENTES Y AUMENTAR TU RENTABILIDAD.



Juanjo Alemán

Sisfarma cumple ya 15 años de experiencia, en los que ha formado un equipo multidisciplinar que cuenta con elevados conocimientos en el canal Farmacia. Igualmente, está muy enfocado a garantizar resultados y aporta un valor añadido muy apreciado por todas las farmacias. **Juanjo Alemán**, su *director comercial*, afirma que esto les permite *“ofrecer una solución 360 grados que posibilita a la farmacia centrar muchas de sus necesidades en un solo proveedor, con el consecuente ahorro de tiempo y dinero que ello supone”*. *“En Sisfarma, nos apasionan las nuevas tecnologías y la consultoría activa, al igual que el contacto directo y continuo con la farmacia, con el fin de detectar sus necesidades y brindar soluciones que hagan más rentable cada farmacia”*, declara. Todo el equipo de Sisfarma tiene un foco claro, bien orientado y definido: *“La rentabilidad de la farmacia así como conseguir su plena confianza en nosotros para todo lo que conlleva la digitalización de su negocio, su necesaria omnicanalidad para seguir siendo competitivos conforme a las exigencias del consumidor y, por supuesto, para exprimir al máximo el gran poder que otorga la información de mercado”*.

La empresa la han construido *“a base de personas con valores”*. Alemán sostiene que, para ser parte de su equipo, no sólo hace falta un buen currículum y experiencia, sino también demostrar un elevado grado de compromiso, esfuerzo y pasión para garantizar un modelo de trabajo de mejora continua que, llevado a la farmacia, garantice su máxima rentabilidad. *“Nuestra disponibilidad e inmediatez en aportar soluciones de calidad son parte de nuestro ADN, y la farmacia siempre agradece tener a un experto a su disposición para generar estrategias de éxito que sigan garantizando la viabilidad de su farmacia”*, remarca.

Sincronización a tiempo real

Cuentan "con la gran ventaja de tener el único CRM de farmacia que sincroniza a tiempo real la información con el 100% de los software de farmacia". Esta manera de trabajar proporciona a los titulares farmacéuticos y a sus mandos intermedios la tranquilidad de disponer de un experto en gestión y marketing farmacéutico permanentemente atento a la evolución de su farmacia. Alemán subraya que "es importante saber que el equipo de Sisfarma no sólo ayuda a una mejor gestión de la farmacia ahorrando tiempo y dinero a los titulares, sino que establecemos estrategias globales para ayudarles en su plan de fidelización de clientes, comunicación omnicanal, estudios de mercado, técnicas de venta, análisis de la información, compras, gestión de recursos humanos, etcétera".

Certifica que cualquier empresa de éxito, independientemente de su tamaño y facturación, utiliza un CRM. Matiza que el concepto actual de CRM ya no sólo hace referencia a la relación con el cliente final, sino que posibilita tomar decisiones estratégicas y globales en la farmacia para optimizar el stock, mejorar las compras, rentabilizar recursos humanos y fidelizar clientes.

¿Cómo es el mejor CRM para la farmacia? Responde que "100% digital y 100% omnicanal". Justifica que un buen CRM debe permitir a la farmacia digitalizar todos sus procesos, no sólo tener una web y una App, si no ser capaz de aportar rentabilidad ayudando al equipo en los puntos de venta, facilitando las compras al titular, mejorando la gestión del stock, fidelizando clientes, aumentando ventas y, por supuesto, logrando hacerlo de manera sencilla e intuitiva, de modo que el farmacéutico pueda tener un plan de marketing global y permanente que le garantice su éxito y su rentabilidad.

Asimismo, "es de vital importancia que un CRM te facilite establecer estrategias de venta aprovechando todos los canales que la tecnología pone a disposición de la farmacia". Para ello, su CRM posibilita "estrategias de venta online con sentido común, sin necesidad de invertir en posicionamiento y generando retorno inmediato" a sus farmacias.

Objetivo: aportar valor

"Un buen CRM de farmacia, un plan de marketing global y un consultor experto en gestión y marketing farmacéutico aportan un valor extraordinario en la farmacia para que dichos servicios se presten con lógica, acorde a las necesidades de su farmacia, a la presión de stock que tenga en cada instante, a la capacidad de sus empleados para saber en todo momento qué producto ofrecer relacionado con cada uno de los servicios y, por supuesto, a las tendencias de consumo en el canal farmacia, aspectos fundamentales que sin un CRM de farmacia son imposibles de gestionar a éxito", asevera. La esencia de la farmacia es la profesionalidad, los servicios que puede prestar al consumidor final gracias a la formación en Salud que tiene todo su personal. "Cualquier plataforma de venta podrá ofrecer mejores precios de venta que una farmacia, pero lo que jamás podrá ofrecer es un buen consejo o un buen servicio, por ejemplo, de dietas o análisis facial", avisa Alemán. Insiste en que el mayor recorrido y, en consecuencia, el mayor reto de toda farmacia, está en los servicios que sea capaz de ofrecer a sus clientes.

Le preguntamos por el momento en el que se encuentra la consultoría activa en el sector de la farmacia. "En los últimos años, la farmacia venía experimentando uno de los cambios más grandes y veloces que ha vivido en toda su historia. La pandemia actual ha venido a revolucionar y acelerar más todavía estos cambios y, en consecuencia, la consultoría activa en la farmacia cobra aún más importancia de la que ha tenido siempre", puntualiza. Hace hincapié en que "la farmacia tiene un gran enemigo que es el tiempo, pero jamás debería perder la visión de empresa". Por tanto, "como cualquier empresa de éxito, la farmacia debe implantar un plan de

"NOS APASIONAN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA CONSULTORÍA ACTIVA, AL IGUAL QUE EL CONTACTO DIRECTO Y CONTINUO CON LA FARMACIA"

marketing global que integre sus necesidades de compra, ventas, stock, recursos humanos y clientes". Aquí es donde cobra especial importancia su propuesta, aunando software y consultoría activa como modelo de éxito que garantiza a cualquier farmacia ser competitiva y atractiva en su plan de comunicación, optimizar su stock, mejorar sus compras, rentabilizar sus empleados y fidelizar a sus clientes.

¿Por qué elegirlos a ustedes y a sus soluciones? "Por el éxito aportado a tantas y tantas farmacias, por nuestro firme compromiso con la farmacia, por la experiencia de tantos años, porque siempre estamos innovando y desarrollando nuevas soluciones que aporten rentabilidad a la farmacia, por nuestra velocidad de adaptación, porque estamos preparados para anticiparnos a las necesidades de cualquier farmacia, y porque llevamos surfeando la cresta de la ola del éxito más de 15 años, y cuando el éxito dura tanto es porque el trabajo que hay detrás es bueno", concluye. En definitiva, su producto y sus servicios nacen y crecen en pro de las farmacias y de seguir cuidando de su rentabilidad. +

Un CRM por y para farmacéuticos

Juanjo Alemán apunta lo que cada farmacia debe preguntarse:

- ¿Quiero optimizar mi stock sin invertir horas y horas en el análisis?
- ¿Quiero establecer estrategias de éxito, sin invertir horas y horas en su planificación y conseguir aumentar ventas en poco tiempo?
- ¿Quiero mejorar mi rentabilidad desde el momento de la compra, contando no sólo con mi información sino con información del sector Farmacia que me ayude a tomar mejores decisiones?
- ¿Quiero reducir mi margen de error a 0 y no comprar stock que no voy a ser capaz de vender?
- ¿Quiero tener un equipo implicado, consciente de las necesidades de mi farmacia y motivado en conseguir una farmacia más rentable?
- ¿Quiero tener clientes fieles y seguir captando nueva clientela?
- ¿Quiero hacer un plan de comunicación eficaz que garantice el éxito en mis ventas en todos los canales disponibles para mi farmacia?

Si la respuesta a estas preguntas es afirmativa, necesitan un CRM de farmacia. En este sentido, la propuesta de Sisfarma, en palabras de su director comercial, "se arma de un valor añadido extraordinario en tanto y cuanto es un CRM por y para farmacéuticos que además conlleva el asesoramiento continuo de consultores expertos en gestión y marketing farmacéutico".