

Futuro y transformación de la farmacia con Pierre Fabre Academy

RETAIL EXCELLENCE ES UN PROYECTO QUE NACE CON EL OBJETIVO DE APOYAR Y ACOMPAÑAR A LA FARMACIA EN EL CAMINO DE LA OPORTUNIDAD, COMPARTIENDO CONOCIMIENTOS A TRAVÉS DE LIVE! PIERRE FABRE. EN SÓLO UNOS MINUTOS, CON CÁPSULAS FORMATIVAS DISPONIBLES EN DICHA PLATAFORMA, SE ENCUENTRAN RESPUESTAS CONCRETAS PARA LOS NUEVOS RETOS QUE LOS FARMACÉUTICOS TIENEN POR DELANTE.



El consumidor ya es omnicanal. La digitalización, las redes sociales y el *quick commerce* han cambiado su manera de acceder tanto a la información como a la compra, hacia el consumo responsable. Nos encontramos en un punto de inflexión lleno de retos y oportunidades.

Isabel Carbonell Sánchez, *Training&Advice Director de Pierre Fabre*, remarca que adaptarse al nuevo entorno es crucial para atraer y satisfacer las necesidades actuales del consumidor, potenciando a su vez el ADN de la farmacia. Por ello, han lanzado el proyecto Retail Excellence by Pierre Fabre Academy. Los principales retos a los que hacen referencia en él son el cambio de hábitos de consumo, cómo atraer a las nuevas generaciones y cómo la farmacia puede inspirarse en otros canales y mercados para mejorar la experiencia de compra al consumidor, al mismo tiempo que refuerza su ADN.

Retail Excellence ofrece unas cápsulas formativas en formato vídeo, en las que, en tan sólo unos minutos, se encuentran respuestas concretas para estos nuevos retos de la farmacia mencionados. La comunicación se realizará a través de LIVE! Pierre Fabre, la plataforma

más reconocida de formación por las farmacias según el estudio 'Shoppertec 2023', llegando a todas las farmacias interesadas.

"Los primeros contenidos de Retail Excellence están ya disponibles y se seguirán compartiendo contenidos durante el resto del año y a lo largo del 2024", informa Carbonell Sánchez. Lo único que hay que hacer para acceder al curso de formación es registrarse en LIVE! Pierre Fabre y empezar a disfrutar de las ventajas.

Hacia un consumo responsable

Aumentar el flujo de tráfico a la farmacia es clave en el tiempo. "Promover que la farmacia sea el canal de referencia, el reflejo de salud y bienestar de los consumidores fidelizados, pero también de muchos otros y, en particular, de las nuevas generaciones, es uno de los objetivos principales de este proyecto", señala. Recuerda que la digitalización nos permite multiplicar impactos sobre el consumidor, consiguiendo de esta manera potenciar la comunicación hacia el consumo responsable. Para ello, algunas estrategias claves serán: "La selección de productos cosméticos, experiencia en tienda potenciado la difusión de la información a través de códigos QR, presencia en redes sociales, colaboraciones estratégicas con influencers y la experiencia de compra online".

Le preguntamos en concreto qué herramientas ofrece a los farmacéuticos Pierre Fabre Academy para potenciar el consejo farmacéutico y en qué servicios profesionales se centran. No hay que olvidar que la diferenciación a través del consejo sanitario es clave. Responde que, desde Retail Excellence, quieren ir un paso más allá, "acompañando a las farmacias en aquellos aspectos que no son tan habituales desde el punto de vista del consejo, ayudando a integrar proyectos como Skin&Cancer, basados en el acompañamiento del paciente oncológico a través de una formación acreditada y mejorando la accesibilidad a los pacientes de las farmacias especializadas a través de geolocalización". Ésta es una de las iniciativas dentro del abordaje holístico de la salud.

Las cápsulas formativas en formato vídeo proporcionan soluciones muy concretas como respuesta a los retos de la farmacia. Además, después de visualizar cada cápsula se propone una acción concreta para poder ser aplicada directamente en la oficina de farmacia de una manera muy sencilla y, de esta forma, "acompañaremos a las farmacias en la transformación".

"Las cápsulas de Retail Excellence son dinámicas, reflexivas y activas ya que inducen a la acción y cuentan con la presencia de expertos en las distintas temáticas propuestas, incluyendo farmacéuticos, apostando por el microaprendizaje, pues los resultados son eficaces y casi inmediatos", asegura Carbonell Sánchez.

Las temáticas propuestas son Perfect Store, Generar tráfico, Digitalización y Abordaje holístico de la salud. Se han escogido estas cuatro porque corresponden a los principales retos e inquietudes a los que las farmacias se enfrentan en el contexto actual. Próximamente, se seguirán ampliando tanto temáticas, como contenidos ya existentes. La clave es seguir la transformación del consumidor para que, con ello, potenciar la oficina de farmacia como el canal especializado de referencia. Su Training&Advice Director destaca que Pierre Fabre creó la dermocosmética en los años 60 poniendo en el centro del modelo de negocio a la farmacia, al médico y al paciente o consumidor. La relación entre la farmacia y los consumidores cambia y seguirá cambiando con las futuras generaciones. La omnicanalidad, la digitalización, la mejora de la experiencia de compra en el canal farmacia, la emergencia del *quick commerce*, la generación Z, generar tráfico, etcétera. Todos estos aspectos son los que se contemplan bajo el proyecto Retail Excellence y esperan

LO ÚNICO QUE HAY
QUE HACER PARA
ACCEDER A LAS
CÁPSULAS DE RETAIL
EXCELLENCE
ES REGISTRARSE EN LIVE!
PIERRE FABRE

con ello "poder seguir apoyando a la farmacia y así poder potenciar su desarrollo".

El pasado 4 de octubre, en el contexto de DermCOFM; **Nicolás Zombré**, director general de Pierre Fabre España, y Carbonell Sánchez, trataron en una ponencia el futuro y transformación de la farmacia. Allí, explicaron lo que es la plataforma de servicios LIVE! Pierre Fabre. Certificaron que hay un futuro brillante para la farmacia. Remarcaron que el consejo y la cercanía de la farmacia lo tienen muy claro. Comentaron que es un ADN de la farmacia que se ha reforzado tras la Covid-19. "Queremos ir un paso más allá del consejo sanitario", añadió Carbonell Sánchez. Zombré dijo que un tema es la señalización de los precios. Contó que él en los lineales siempre quiere conocer el precio, que es algo que el consumidor requiere. El objetivo es facilitar una estrategia de influencia, en lo que son las redes sociales. Con mensajes en redes sociales, se puede comenzar una relación con el cliente, siendo fiel al ADN de la farmacia.

Dentro del proyecto, una parte importante es la del abordaje holístico de la salud, como es la iniciativa Skin&Cancer. En ella, el oncólogo, el farmacéutico, el dermatólogo, la enfermera oncológica y otros profesionales sanitarios tienen acceso a información. Lo que se hace es, en palabras de Zombré, "conectar a las personas". Es una posibilidad para poder comunicarse. No es dispensar un producto, sino abarcar el ecosistema del paciente. La idea es servir al paciente oncológico. La meta es que la farmacia sea la referencia absoluta en salud. El curso de formación Retail Excellence, cuyos contenidos están accesibles a cualquier farmacia interesada, es la apuesta de esta compañía para acompañar a los farmacéuticos, aunque no tengan una vinculación comercial con ellos. El resto de contenidos de LIVE! Pierre Fabre es exclusivo para los clientes. +

CÓMO ACCEDER DESDE LIVE! PIERRE FABRE

LIVE! Pierre Fabre es la plataforma digital de servicios que Pierre Fabre ofrece de forma exclusiva a las farmacias clientes. Algunos de los principales servicios que brinda son ofertas, novedades, formaciones, contenidos, noticias... Para acceder, simplemente hay que darse de alta y descubrir las ventajas especiales que hay para todos los socios de LIVE! Pierre Fabre.

Para disfrutar de las cápsulas formativas de Retail Excellence (abiertas a todas las farmacias) se puede acceder a través del enlace <https://livepierrefabre.es/retail-capsulas> o escaneando este código QR:

