

“En Concep· tratamos continuamente de reinventarnos, creando tendencias y apostando claramente sobre una modernización continua”

EN EL ADN DE ESTA EMPRESA ESTÁ EL ACOMPAÑAR AL FARMACÉUTICO EN TODO AQUELLO QUE NECESITE. REALIZAN PROYECTOS INTEGRALES DE DISEÑO DE FARMACIA, TRANSFORMAN FARMACIAS Y SIEMPRE CON UNA MISMA FINALIDAD: AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA OFICINA DE FARMACIA.



En Concep· son especialistas transformando Farmacias, actuando sobre todas las áreas claves del negocio: diseñan el espacio de venta que mejor se adapta a las necesidades de su cliente, le ayudan en la gestión de su negocio, ofrecen formación a su equipo en gestión y ventas y seleccionan los productos y servicios óptimos para su entorno. Todo ello sin perder de vista las necesidades del paciente-cliente de la farmacia. Su experiencia, avalada por los más de 1.300 clientes que han confiado en ellos durante estos años, es la mayor garantía de satisfacción para Concep·. Hablamos con **Alex Müller**, *Director Comercial de Concep·* sobre tendencias, diseño y sobre los proyectos de la empresa.

2014 fue un año de mucho trabajo para Concep·. Entre reformas totales y parciales, intervinieron en más de 150 farmacias al año. En los meses transcurridos desde el inicio de 2015, no han bajado el pie del acelerador y siguen imparables. “*Los datos de este primer semestre de 2015 son de un incremento de un 20% sobre el mismo período de 2014*”.

La experiencia acumulada a lo largo de los años les permite ser unos excelentes conocedores del mercado y de las tendencias. ¿Cuál es la tendencia

Farmacia Fernando Benítez Romero - Roquetas de Mar - Almería

actual? "Entender la oficina de farmacia como un Centro de Salud Integral, nos permite ofrecer un abanico muy amplio de productos y servicios a sus pacientes. Es por ello, que el establecimiento, tanto por su imagen exterior como su diseño interior, debe mostrar dicho concepto en todas y cada una de sus manifestaciones", asegura Müller. Eso requiere, cada vez más, no solo la aplicación óptima de conocimientos de gestión generales y específicos del sector, sino un enfoque hacia la captación y fidelización de sus clientes. "Especialmente en tiempos de incertidumbre en el sector, es clave la generación de confianza como profesionales a fin de que puedan continuar gozando del prestigio que la sociedad les ha otorgado y para ello, en Concep-, tratamos, continuamente de reinventarnos, creando tendencias y apostando claramente sobre una modernización continua, siempre desde el enfoque de la máxima rentabilidad de todos los clientes que confían en nosotros".

Objetivo: aumentar la rentabilidad

Después de varios años en los que las boticas han pasado situaciones muy complicadas y que han visto como su facturación se reducía considerablemente, puede parecer arrestado sumergirse en una reforma. Por ello, le preguntamos al director comercial cuál es el target al que se dirigen, y su respuesta es muy clara: "Todas aquellas farmacias que están interesadas en mejorar la rentabilidad de su negocio". El objetivo que persigue Concep- es que los farmacéuticos trabajen en el mejor ambiente posible pero, por encima de todo, que consigan aumentar la rentabilidad de su farmacia. "Nuestro sector está ante el cambio más importante desde que se creó el modelo actual de farmacia por lo que debemos hacer, desde dentro, una profunda reflexión sobre lo que nuestros clientes y pacientes desean y esperan de una farmacia del futuro. Entender que el producto que vendemos no es el medicamento, sino la salud, nos permite elevar nuestra perspectiva hacia la concepción de que nuestra actividad debe transformarse y nunca parar de evolucionar a fin de convertirla, en una tarea profesional y un negocio sólido y estable económicamente", sentencia. Es por ello que las farmacias están cambiando a pasos acelerados. "Tras dejar atrás la imagen exclusiva de una botica volcada en la preparación de medicamentos y fórmulas magistrales, cada vez el farmacéutico ha visto más la necesidad de completar su actividad con funciones más enfocadas a incrementar la venta libre, realizar una adecuada atención farmacéutica y gestionar correctamente su farmacia".

A ello le debemos sumar que en los últimos años la transformación del sector es innegable, con un marco legal transformado, un margen comercial cada vez más estrecho y una competencia de otros canales cada vez más agresiva, unido a un cambio de perfil en el que es consumidor, quien cada vez demanda más soluciones y servicios. "Concep- entiende que la reforma integral es cada vez más importante. De hecho, cada vez abarca más aspectos y no significan un lavado de cara, sino una auténtica transformación que transmite decisivamente un nuevo concepto de farmacia".

El proceso de reforma

Una vez el farmacéutico ha decidido reformar su oficina de farmacia se abre un nuevo período para la botica. Tal y como comenta Müller, antes se llamaba "al de los muebles". Éste, después de plantear una óptima disposición de sus muebles por el local, le ofrecía una obra civil, para que, una vez acabada ésta, se llenara el último día de productos, confiando en que finalmente su cliente rentabilizara toda esta inversión. Algo que sin duda, cambia de forma radical cuando un farmacéutico deja en manos de Concep- la reforma. "Nosotros entendemos que el proceso es exactamente al revés. Sin concepto no hay idea, por lo que primero tratamos de averiguar cómo rentabilizar al máximo su negocio. Esta información, solamente se la da su cliente-paciente, a quien estudiamos en profundidad, quien, a su vez, concreta estas necesidades en unos productos o servicios determinados. Éstos requieren la presencia de un "volumen" y disposición del espacio específico en el que, al final del todo, se



Alex Müller

recomienda un tipo de mobiliario óptimo. Esto requiere una formación intensa y específica de nuestra red comercial, para conocer todas estas necesidades, y en ello invertimos muchos recursos y esfuerzo".

El conocimiento por parte de la empresa de los pacientes-clientes es un principio básico para ello. De esta manera "podemos ver cómo aportarles valor para que se puedan identificar con la farmacia". Algo fundamental si lo que queremos es fidelizar. "Todos sabemos que un cliente, cuando elige en qué establecimiento suele adquirir un producto o servicio determinado lo hace en base a la calidad, el precio y el servicio. En nuestro sector, en cuanto a los 2 primeros estamos bastante acotados, dado que la calidad es la misma y el precio viene en gran parte marcado, la clave radica en la búsqueda mediante un análisis de 360º de un valor añadido de nuestro negocio (VAN) que permita marcar la diferencia".

Básicamente, dicho valor se consigue mediante una optimización de los 4 pilares básicos de la farmacia: su Espacio, su Producto y Servicio, su Gestión y su Equipo. "Nosotros hemos desarrollado herramientas, para analizar y diagnosticar el estado actual de cada una de estas áreas estratégicas y acciones concretas que permiten mejorar en cada una de ellas", asegura.

Pensando en robotizar...

Si el farmacéutico está pensando en robotizar su farmacia, en Concep- pueden encontrar a su partner perfecto. Desde el año 2006 han participado en 183 farmacias automatizadas, repartidas por todo el territorio nacional, incluyendo las Islas Baleares y Canarias. En este año 2015, tienen previsto participar en la instalación de unas 10 farmacias automatizadas. Para el director comercial de Concep-, "cualquier farmacia que esté interesada en optimizar su espacio, su tiempo o su control, debería plantearse como mínimo, estudiarlo. Ahora bien, la decisión final dependerá básicamente de dos parámetros, a día de hoy necesariamente complementarios: su viabilidad económica, y su necesidad imperiosa de optimizar la gestión interna tanto de tiempos de dispensación de clientes, control de caducidades y stock interno, así como sus posibilidades de optimizar el espacio".+



Farmacia Palmira Val Vila - Valencia