

- ¿Qué productos podrían necesitar sus clientes habituales?**
- ¿Dónde y cómo colocarlos para que estén visibles y a su alcance?**
- ¿Qué servicios podría ofrecerles?**
- ¿Cuándo los van a necesitar?**
- ¿Por qué acuden a su farmacia?**

Con Farmatic Marketing podrá organizar los datos de sus clientes obtenidos a través de las ventas y crear categorías por tipo de producto y/o clientes. Esta nueva herramienta le facilita el análisis, valoración e interpretación de la información, para que Ud. determine qué acciones de marketing llevar a cabo para orientar la oferta, adelantarse a la futura demanda y mejorar la rotación del almacén.

Con la información suministrada por Farmatic Marketing, el profesional de la farmacia, podrá aplicar técnicas de marketing usando el sentido común para conocer cuáles son los productos y servicios que satisfacen las necesidades de los clientes; transformando estas necesidades en oportunidades que incrementen las ventas haciendo más competitiva la oficina de farmacia.

Características

### **Segmentar**

- Creando sus propias categorías, grupos o segmentos de clientes y productos, atendiendo a sus parámetros de análisis, Ud. puede conocer quiénes son más significativos en cuanto a volumen de ventas, cuáles son sus preferencias, qué productos se venden más y a quién se venden.
- Si sabe a qué tipo de clientes ha de cuidar con especial atención, es más sencillo y seguro preparar estrategias dirigidas a atraerles y satisfacerles.

### **Fidelizar**

- Reconocer quienes son sus clientes más fieles es aún más sencillo cuando se ha segmentado porque se sabe a qué tipo de clientes es más conveniente fidelizar y se les puede ofrecer productos y servicios adaptados a sus necesidades específicas.
- Dar a sus clientes un trato personalizado, pudiendo incluir tarjetas de fidelización.
- Elaborar planes de futuro anticipándose a las tendencias del mercado y las necesidades de sus clientes.
- Planificar aún mejor sus compras, porque no sólo sabrá lo que más se vende sino lo que se puede vender más, a quién y cuándo.

### **Aplicar técnicas de merchandising**

- Convierta su farmacia en un espacio dedicado al bienestar de sus clientes tomando decisiones como crear servicios según el tipo de cliente, orientar las ventas, analizar horarios, hacer cambios estructurales en su establecimiento, reubicar los productos o realizar promociones.
- Comparando la información entre unos períodos de tiempo y otros puede también obtenerse información interesante. Por ejemplo, observar la repercusión que ha tenido determinada promoción o el hecho de haber colocado ciertos productos en el escaparate o en expositores.