

APROVECHA TUS RECURSOS PARA AUMENTAR TUS VENTAS

Módulo I: El mercado Farmacéutico y los clientes de la Farmacia

CONTENIDOS:

Microentorno de la Farmacia

- Proveedores
- Competidores
- Clientes

Macroentorno de la Farmacia

- Demografía
- Economía
- Cultura
- Política y Legislación

Análisis del entorno

El mercado de mi Farmacia

Módulo II: Marketing y Farmacia

CONTENIDOS:

¿Qué es el Marketing?

Conceptos básicos

Producto

Punto de venta

Relación / Satisfacción / Fidelización de Clientes

Módulo III: La marca en la Oficina de Farmacia

CONTENIDOS:

Importancia de la Marca en la Farmacia

- Branding
- El nombre: naming
- Una imagen atractiva
- Colores corporativos
- Desarrollo y extensión de la marca
- Medición del impacto de la marca: brand equity

Módulo IV: La experiencia y satisfacción del cliente con la Farmacia

CONTENIDOS:

Experiencias: casos de éxito

Marketing Experiencial

- Diseñar experiencias
- Claves de la experiencia de compra en la Farmacia
- Maquetar la experiencia
- Medir la satisfacción del cliente

Módulo V: La fijación del precio en la Farmacia

CONTENIDOS:

Objetivos del precio

Métodos para la fijación del precio

Estrategias de precio

Precios diferenciales

Precios psicológicos

Precios nuevos productos

Módulo VI: Merchandising y comunicación en la Farmacia

CONTENIDOS:

Tipos de merchandising

Tipos de compras (previstas e impulsivas)

Merchandising interno

Merchandising externo

Indicadores de rendimiento

Módulo VII: El producto de la Farmacia: Gestión e implantación del surtido

CONTENIDOS:

- Tipos de productos
- Anatomía de producto de parafarmacia
- Selección y gestión del surtido
- Exposición del surtido: el lineal

Módulo VIII: Gestión por Categorías

CONTENIDOS:

- Implantación
- Diferenciación de las categorías
- Rol y evaluación de las categorías
- Estrategia de las categorías
- Responsable de la categoría (¿Qué es? ¿qué debe hacer?)

Módulo IX: Promociones en la Oficina de Farmacia

CONTENIDOS:

-
- **Diseño y Desarrollo de campañas promocionales**

Módulo X: Plan de Marketing

CONTENIDOS:

- **Contenido y razón de ser**
- **Mercado y clientela**
- **Objetivos y Estrategia**
- **Plan, Presupuestos y ejecución**