

Compartir
 0

 0

Herramientas

INFARMA /

Evolufarma transforma el concepto de farmacia

Imágenes


1 / 1

Evolufarma, una nueva herramienta de *marketing* para las boticas, fue presentada en sociedad el pasado 19 de febrero en Madrid y estará presente en Infarma 2013.

REDACCIÓN / MADRID

viernes, 01 de marzo de 2013 / 16:00

Luis Arimany presenta la "democratización del 'marketing'" para la botica
La solución, presente en Infarma, acerca al cliente a la farmacia a través de la Red

Competir con las grandes superficies con sus mismas herramientas ya es posible. Esta es la democratización del *marketing* que ofrece Evolufarma, un nuevo concepto para la farmacia que le permitirá incrementar las ventas, el *engagement* del cliente y abrir nuevos canales de venta y servicios a través de las nuevas tecnologías. Una solución que acerca al cliente a la farmacia a través de la Red y que ya goza de una gran aceptación dentro del sector y que estará presente en Infarma 2013.

"La actual coyuntura social hace necesario que las farmacias se replanteen un nuevo paradigma de actuación. Las que han apostado por este nuevo modelo de negocio están disfrutando de una ventaja competitiva frente a aquellas que se mantienen en el inmovilismo", explica Luis Arimany, presidente de Evolufarma. Y es que, esta innovadora plataforma está basada en la Nube, complementaria a los sistemas de gestión y tarjetas de fidelización que ya tiene la farmacia, que nace con la idea de envolver al cliente cuando sale del local para que siempre tenga presente a la farmacia en sus decisiones de compra.

Una aplicación que hace que el cliente pertenezca a la farmacia las 24 horas del día, mezclando el mundo *online* y el *offline*, con una comunicación bidireccional, multicanal, personalizada, social y multimedia. "El cliente que hace un gran gasto no se siente especial en la farmacia. Para que eso no sea así, hay que identificarle nada más acceder a la oficina de farmacia, además enviarle comunicaciones y promociones segmentadas por sus intereses. Todo ello es posible con Evolufarma", asegura Daniel Garzón, CTO de Evolufarma.

A este respecto, Garzón indica que "hasta la fecha, las farmacias basaban su estrategia en la propia farmacia, en la gestión del medicamento y en la facturación, olvidándose del cliente", apunta.

Lo + leído hoy
Lo + leído

1. Las oficinas de farmacia andaluzas 'capean' el desabastecimiento
2. Editorial: Umbral mínimo: caso a caso no es suficiente
3. El CISNS da el visto bueno a la orden de precios sin saber qué fármacos tendrán umbral mínimo
4. BMS y AZ cierran el acuerdo con Lilly para vender exenatida en España
5. Sánchez-Fierro propone otro plan estratégico en Farmacia
6. Claves Globales: Acuerdo histórico en el Interterritorial
7. Más de 10.000 pacientes reciben atención farmacoterapéutica en centros geriátricos
8. "La situación de la farmacia catalana es de ahogo"
9. "Hay fármacos innovadores desigualmente disponibles"
10. El número de recetas registró en febrero una de las mayores caídas desde julio

Contenidos de Salud

El Global en Twitter

ElGlobalNet RT @Igupao: Editorial: Umbral mínimo: caso a caso no es suficiente | ElGlobalnet.elglobal.net/elglobal/artic... via @ElGlobalNet
about 1 hour ago · reply · retweet · favorite

ElGlobalNet Sánchez-Fierro propone otro plan estratégico en Farmacia - ow.ly/jCvIv
about 1 hour ago · reply · retweet · favorite

GrupoSanal El CISNS da el visto bueno a la orden de precios sin saber qué fármacos tendrán umbral mínimo @ElGlobalNet ow.ly/jEGIq



Join the conversation

Publicidad

Descubre cómo

ExcelFarma

ElGlobal en tu iPhone

NetSalud Cada viernes desde las 18:00 h. Tu quiosco digital de salud

Así, gracias a esta nueva aplicación, el farmacéutico podrá disponer de segmentación de clientes, campañas de *marketing*, página web y blog, *e-commerce*, redes sociales, aplicación móvil, servicios al paciente, ayudas técnicas... Es decir, todo lo necesario para que la oficina de farmacia pueda ser un competidor real de las grandes superficies.

Canales de venta

"Simplemente el hecho de contar con una página web hace que la farmacia ya disponga de un canal de venta, pero si ofreces más servicios consigues una mayor fidelización", apunta Arimany. Y es que, según él, con estos servicios se puede "detectar si un cliente baja su consumo o deja de ir para poder hacerle ofertas esenciales", explica Arimany.

Asimismo, desde Evolufarma son conscientes de que, actualmente, el 80 por ciento de las farmacias son reticentes a adaptarse a las nuevas tecnologías, pero les guste o no, según Arimany, "es un cambio que ya es real y tendrán que adaptarse. Además, concebida como una empresa de tecnología que quiere ayudar a las farmacias a crecer y fortalecerse, también ofrecer servicios, de tal manera que el cliente solo tenga que preocuparse por su negocio.

Comentarios de esta Noticia

No hay comentarios. Sea el primero en comentar esta noticia

Para poder comentar una noticia es necesario estar registrado.
Regístrese o acceda con su cuenta.

GLOBALnet
NEWSLETTER [@]

Mantenerse bien informado es ahora más fácil

Suscríbese y reciba las últimas noticias en su mail

Suplementos y Especiales


Especiales 

Industria Innovadora 

Medicamentos genéricos 

Medicamentos publicitarios 

Responsabilidad Social Corporativa 

Gestión Farmacéutica 

El Global en TV

Toma Medicina!
Análisis de la actualidad sanitaria de mano de los noticias publicadas en El Global y Gaceta M. 



[Quiénes Somos](#) - [Aviso Legal](#) - [Publicidad](#) - [Contacto](#) - [Mapa del sitio](#)
Elglobal.net © 2011 Contenidos e Información de Salud S.L. -- [RSS](#)