

APUESTA FORMATIVA DE CF

Éxito inaugural de la Escuela de Formación de CF

Los alumnos participaron activamente, debatieron y aclararon todas sus dudas con el profesor en el primer taller, dedicado a aprender a desarrollar una estrategia de *e-commerce* en la farmacia.

CF | redaccion@correofarmacéutico.com | 22/04/2013 00:00



Sesión del primer curso de la Escuela de Formación de CF. (Mauricio Skrycky)

Éxito de asistencia, de participación y de resultados en el curso inaugural de la Escuela de Formación de CF, que se celebró el pasado martes, dirigido a los profesionales de la botica. El *Taller de desarrollo de e-commerce para nuestra botica* fue impartido por Daniel Garzón, experto en definición e implantación de proyectos on line y estrategias de *marketing* digital de Evulofarma, ante más de una treintena de asistentes que pudieron participar activamente, debatir con Garzón y resolver sus dudas para sacarle el máximo partido al curso. El taller tuvo lugar en la sede de Normon en Tres Cantos (Madrid), uno de los patrocinadores de la Escuela.

Garzón dijo a los alumnos que tienen que marcarse dos objetivos: abrir la mente a un nuevo escenario (o al menos la perspectiva del negocio) y aprender de qué se compone y cuáles son los pasos para crear un *e-commerce*.

Repasó el contexto legal y ético, recordando que, según el informe anual de Google y Telefónica, del 85 por ciento de los usuarios que hacen búsquedas locales, el 45 por ciento encontró un negocio en un mapa y que el comercio electrónico crece a ritmos cercanos al 20 por ciento anual.

En este contexto, Garzón insistió en que es importante realizar un plan de negocio *on line* de la farmacia, valorar cómo debe ser esta farmacia, conocer la legislación, los medios de pago, elegir adecuadamente la plataforma para desarrollar el negocio, medir todas las acciones, tener en cuenta la usabilidad de lo que se desarrolle y promocionar el e-

commerce.

¿CÓMO LO HAGO?

Pero no todo fue teoría, una vez asentadas las bases, los asistentes elaboraron un plan de negocio para su *e-commerce*, donde aprendieron cómo seleccionar la plataforma para desarrollarlo valorando los pros y los contras de *softwares*, como Open Source o SaaS; vieron la opción de crear un blog como un complemento añadido que aporte contenidos e informaciones relevantes y, a su vez, estudiaron las mejores opciones para la creación de la bitácora. Además, estudiaron estrategias en redes sociales y sitios de referencia para promocionar la botica on line prestando atención al apartado relacionado con la publicidad y el posicionamiento *web*. A continuación, entraron en el apartado correspondiente a la estrategia *e-commerce* donde incidieron en el potencial del *chat* como una herramienta comercial. Por último, hizo hincapié en la atención al cliente, como pieza clave sin olvidar las métricas, cómo analizar las visitas y saber reconducirlas para incrementar el retorno de la inversión que los farmacéuticos realicen.



A todos los participantes

A TODOS LOS PARTICIPANTES,

El equipo de Correofarmacéutico.com lamenta el tono en que han caído los comentarios y desea recordar lo siguiente:

- Los comentarios a las noticias están creados para servir como foro de debate y opinión sobre las cuestiones tratadas en Correofarmacéutico.com, no para servir de plataforma para el insulto y menos aún para el insulto lanzado desde el anonimato.
- Se espera de los participantes que se mantengan en un **nivel respetuoso y profesional** tanto en sus argumentos como en su lenguaje o, en su defecto, que se abstengan de escribir en este web.
- Existe una opción para denunciar comentarios inadecuados y los responsables de Correofarmacéutico.com se reservan el derecho a borrar de oficio comentarios soeces o insultantes. En este foro son de aplicación las mismas normas de cortesía que en las conversaciones cara a cara.
- Se recuerda a todos los usuarios que **cualquier mensaje está sujeto a la legislación nacional** sobre injurias, calumnias y derecho al honor. Llegado el caso, y bajo la debida autorización judicial, **incluso un texto anónimo** puede ser rastreado para dar con su autor.

[Leer mas](#)