

- ANTERIOR -

- SIGUIENTE -



26/07/2013 por Luis Arimany

Las redes sociales, el nuevo y necesario reto también para la industria farmacéutica



Tras acudir al encuentro “Pharma Social Media & E-Marketing Forum 2013”, he podido corroborar algunas de las opiniones que desde hace tiempo vengo sosteniendo sobre la industria farmacéutica y su relación con las redes sociales.



En concreto hablaré de los laboratorios, ya que fue el sector sobre el que versaba dicho encuentro. Comencemos por recordar que, históricamente, **las comunicaciones de este tipo de empresas son muy lentas**, ya que por lo general requieren la aprobación del departamento legal antes de ser publicadas. Este es uno de los principales motivos que enemistan a los laboratorios con

las redes sociales que, como todos sabemos, basan su éxito en la inmediatez de las publicaciones. Será algo así como *la pescadilla que se muerde la cola*, pero esto provoca que la gran mayoría de los laboratorios aún no haya abierto ningún perfil en **Twitter** ni **Facebook** (o quienes lo tienen no admitan comentarios en su muro). O quizá por ese motivo no publican...

Como en todo, siempre hay alguna excepción que confirma la regla. En este caso se trata del laboratorio **Boehringer Ingelheim**, cuyo muro de Facebook está abierto a la interacción con los clientes. Además, **poseen incluso varios perfiles** en función de los países y los idiomas en que trabajan. Gracias a eso consiguen que se hable de ellos en las redes, lo cual se traduce en una mayor publicidad, imagen de marca y, en definitiva, ventas.

Pero, aunque durante el congreso se hablara mucho de ello, en realidad la cuestión no se centra en **tener o no perfil en Facebook**, sino más bien en la necesidad de implementar una estrategia multicanal. En este campo, **EVOLUFARMA** es una empresa pionera en ofrecer a la farmacia comunitaria, una plataforma para desarrollar una estrategia de marketing multicanal que les permita abrir nuevos canales de

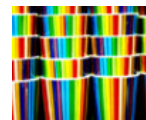
NUEVO EN **mkcomunidad**

Regístrate con Facebook o Twitter

Nunca fue tan fácil formar parte de la comunidad



Artículos relacionados



17/02/2014 por Sergio

Colores a utilizar para vender mas | ReAplicante



18/02/2014 por Sergio

Crear una tienda online | ReAplicante

venta y de comunicación.

Estos nuevos canales conforman el llamado **e-detailing**, que facilita a las industrias el reemplazar procesos de comunicación y de venta anticuados y costosos. Permitiendo, por ejemplo, mantener videoconferencias o utilizar las aplicaciones móviles para compartir contenidos, evitando así los carísimos procesos que persisten

de llegar de los laboratorios a los reguladores

mkcomunidad



LOGIN

REGISTRO

especialmente las ponencias

HOME AGENCIAS ANUNCIANTES MARKETING MISCELÁNEO PUBLICIDAD WEB Y TECNOLOGÍA

del congreso alemán y charlar con mis colegas concluí que, al ser este gremio tan conservador, tiende a quedarse en el lado más seguro de la apuesta ante las lagunas sobre las redes sociales y el entorno digital; es decir, **opta por no hacer nada**.


Paradójicamente, sus clientes no se quedan quietos. Ellos sí aprecian el potencial de las nuevas tecnologías y desde hace tiempo médicos y farmacéuticos se implican en las redes. De hecho, como se comentó en alguna de las conferencias, hace un par de años prácticamente todos los médicos rechazaban informes presentados en una tablet, mientras que actualmente un tercio de ellos ya los solicita en dicho soporte. Aparato que, dicho sea de paso, puede contener cantidad de aplicaciones (cada vez más) enfocadas a la medicina.

51
 3
8

Marketing 1 **Favoritos** 2435



Deja tu comentario



COMENTAR

- ANTERIOR -

- SIGUIENTE -