

“El sector de la oficina de farmacia tiene ante sí una gran oportunidad en el mundo online”

“Cinco claves para tener un e-commerce de éxito” en eCommerce de Farmaventas

Estrategia, Legalidad, Producto, Atraer clientes y Recursos. Estas son las cinco claves que Luis Arimany, CEO de Evolufarma, considera que debe tener un **e-commerce de éxito**, y que compartió con los asistentes al eCommerce Day organizado por la prestigiosa revista Farmaventas. Así mismo, al finalizar su intervención, sorteó entre los asistentes un año de servicios de marketing a través de la plataforma de Evolufarma, cuyo ganador resultó Santiago Sanz, de la Farmacia Prosperidad.


Para Arimany, lo fundamental es que el farmacéutico tenga clara qué **estrategia** va a seguir en el mundo online (si va a optar por la diferenciación o, por el contrario, va a enfocarse en el precio), así como el grado de **implicación** que puede asumir en el proceso. A partir de ahí, conocer la **normativa legal adecuada** para cada caso (en España existen 17 regulaciones diferentes sobre la presencia online de las farmacias debido a las competencias autonómicas) debe ayudarnos a definir nuestra oferta de **productos**, una tarea en la que deberemos tener

en cuenta elementos como la política de precios, la obtención de imágenes y la descripción de las mismas.

Una vez definido el proyecto y creada la tienda online, llega la hora de concretar la estrategia de **captación de clientes**, estrechamente ligada a los recursos disponibles para ejecutarla. En este sentido, Arimany apuesta por una **visión global basada en una estrategia de marketing multicanal**, en la que el contenido tiene un lugar estelar. A partir de ahí, el farmacéutico debe elegir los medios que mejor se adaptan a sus condiciones: posicionamiento orgánico en buscadores (SEO), campañas de pago en buscadores (SEM), presencia en medios sociales o e-mail marketing, por citar algunos. En este sentido, **Evolufarma aporta una tecnología global y completa: página web, e-commerce con fotos, servicios digitales, aplicación móvil y una herramienta de marketing multicanal integrada con los sistemas de gestión de las farmacias** que permite hacer e-mail marketing y marketing a través de correo postal, sms, web, app móvil y redes sociales.

Para finalizar, el fundador de Evolufarma quiso lanzar un mensaje optimista a los más de 180 farmacéuticos asistentes: “Nos encontramos en un sector poco tecnológico, que va a tener que sufrir una curva de aprendizaje lenta, de ahí que los primeros en llegar resultarán más beneficiados en un mercado basado en lo ‘glocal’ y en la multicanalidad”.

SERGIO SANZ, DE FARMACIA PROSPERIDAD, GANADOR DE UN AÑO DE SERVICIOS DE EVOLUFARMA

Como colofón al eCommerce Day, Evolufarma sorteó entre los asistentes un premio de lo más singular: un año de uso totalmente gratuito de su herramienta de marketing. El ganador resultó ser Sergio Sanz, de la Farmacia Prosperidad (Madrid), que recogió el premio de manos de Luis Arimany (CEO de Evolufarma) y Rafael de Federico (director comercial). 



Rafael de Federico (director comercial), Sergio Sanz (Farmacia Prosperidad) y Luis Arimany (CEO de Evolufarma).