

## Especialización en gestión y posicionamiento para la farmacia argentina

### ACERCA DEL CURSO

En nuestros encuentros, nos concentraremos en estudiar y analizar a fondo la **gestión avanzada en administración de farmacias**, con un análisis del entorno actual y futuro. Para ello, necesitamos tener en cuenta las **variables que influyen en el mercado**, compradores, clientes, laboratorios, farmacias de referencias a nivel nacional y regional y, por último, las entidades.

Veremos las **herramientas para enfrentar los cambios vertiginosos** que están sucediendo y **adaptarnos con éxito al futuro**: rentabilidad, análisis estratégico, trabajo del equipo en la farmacia, gestión de clientes, gestión de compras, rol de los laboratorios y proveedores y cómo usarlos para beneficio propio, internet y su influencia, e-commerce en la farmacia y qué aplicaciones no pueden faltar para atender a los clientes y pacientes (abarcando todos los canales de comunicación: mostrador, WhatsApp, teléfono, redes sociales, etc). Los ilustraremos con ejemplos y testimonios de los líderes en cada disciplina de la gestión.

Nos detendremos en detalle en cómo poner en marcha y gestionar la **venta online en la farmacia**: las mejoras alternativas y ejemplos de éxito adaptados a pequeñas y medianas farmacias.

## OBJETIVO GENERAL

El Programa tiene como objetivo **brindar a los asistentes herramientas concretas para poder implementar en la farmacia**, comenzando con la visión general de su situación. Se espera que, durante el proceso y posteriormente, puedan evaluarse a sí mismos, por medio de un diagnóstico. Además, que puedan administrar las herramientas para realizar una gestión eficiente de la farmacia, explorando y compartiendo casos de las áreas y disciplinas que son necesarias dominar para mantener el posicionamiento en un mercado cada vez más exigente: cómo gestionar los clientes; cómo calcular la rentabilidad y qué variables manejar para mejorarla; dominar herramientas tecnológicas para mejorar la atención de los canales de comunicación como WhatsApp, e-mail, teléfono, mostrador; optimización de ventas en el mostrador y atención a clientes; optimización de compra; cómo afrontar la virtualización de la farmacia e incursionar en el marketing digital y la venta online; qué se necesita para implementar un e-commerce, desde presupuestos hasta organización; las mejores opciones para realizar lo mencionado anteriormente.

## OBJETIVOS PARTICULARES

Cada asistente del curso aprobado podrá tener todo el conocimiento y herramientas disponibles para llevar a cabo una gestión exitosa de la farmacia en estos momentos de grandes cambios y movimientos vertiginosos. Hoy, la complejidad tiene grandes soluciones que están a mano, sólo deberá estar preparados para implementarlas. En este curso se verán todas estas soluciones con ejemplos aplicables.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS

**Lunes 8 de julio**  
*16 a 19hs.*

### **Módulo 1: Nuevos desafíos que enfrentan las farmacias**

- Los grandes acontecimientos vividos: pandemia, cambio de gobierno y de paradigmas en el mercado. Cómo han afectado en la gestión de la farmacia.
- Cómo debemos afrontar estos cambios y salir exitosos.
- Situación socioeconómica del país: cómo afecta las ventas y, por ende, la estrategia de las farmacias, ¿amenaza u oportunidad?
- Cómo posicionarse ante la caída en las ventas de perfumería y dermocosmética, además de medicamentos.
- Análisis de los clientes, proveedores, PAMI, competidores y otras cadenas. Análisis de casos prácticos.
- E-commerce del Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Córdoba: por qué ser parte.
- Programa de fidelización del Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Córdoba: hay que cuidar el patrimonio que son los clientes.

**Jueves 11 de julio**  
*16 a 19hs.*

### **Lanzamiento E-commerce Colfactor**

- E-commerce para las farmacias del Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Córdoba.
- Cómo les agrega valor.
- Por qué ser parte.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS

**Lunes 15 de julio**  
**16 a 19hs.**

### **Módulo 2: Gestión administrativa de la farmacia: compras, obras sociales y PAMI**

- Cálculo de rentabilidad: compras y costo de mercadería vendida.
- Estrategia correcta de compra y oportunidad de abrir cuentas.
- Compras y acuerdos con laboratorios.
- La COCOFA como ente estratégico en la farmacia afiliada al Colegio.
- Los márgenes que se pueden obtener en la farmacia.
- Resultados mensuales, trimestrales y anuales.
- PAMI: cómo es el negocio para la farmacia. Cómo calcular su rentabilidad. Tabla de validaciones.
- Creación de un cuadro de mando para la toma de decisiones.
- Análisis de caso práctico.

**Lunes 22 de julio**  
**16 a 19hs.**

### **Módulo 3: Fidelización, ventas y atención al cliente**

- ¿Por qué es difícil la atención a clientes en la farmacia?
- ¿Cómo es un cliente o paciente que entra a la farmacia? ¿Cuáles son sus necesidades? ¿Cómo las identifico?
- Cómo pasar de despachador a vendedor. Conectar con el cliente. Empatía, el 90% de los clientes que entra a la farmacia necesita algo además de medicamentos, aprendamos a vendérselo.
- Crear protocolos de venta eficientes, estandarizar la atención, aprendamos a ofrecer: el cliente necesita que le ofrezcamos lo que necesita.
- El programa de fidelización del Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Córdoba, uno de los más avanzados del mercado.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS

- La fidelización de clientes: ¿sirve un programa de lealtad? ¿Por qué debemos implementarlo? ¿Cómo lo ve el cliente y los empleados de la farmacia?
- Venta incremental o relacional de forma “Automática”: la gran evolución del marketing de la farmacia.
- Análisis de caso práctico.

**Lunes 29 de julio**  
**16 a 19hs.**

### **Módulo 4: E-commerce y marketing en la farmacia**

- ¿Por dónde comenzamos? Hoy todo es digital, manda la comunicación.
- Cómo hacer de la farmacia un gran emisor de comunicación para que los clientes reciban input permanente de lo que se quiere ofrecer.
- Crear perfiles de clientes, tener en cuenta sus necesidades. Preparar al personal. Gestionar con el cliente 360°: ser omnicanal.
- E-commerce para las farmacias. ¿Por qué hoy es imprescindible? Dermo y perfumería masiva a precio competitivo.
- ¿Qué plataformas tenemos disponibles? ¿Qué recursos necesito para comenzar? Costos de un E-commerce.
- Catálogo de productos .
- El papel de las droguerías y la necesidad de tener todo sincronizado.
- Comunicación, promociones y Automation.
- Resumen y caso práctico.



**CFC** COLEGIO  
DE FARMACÉUTICOS  
CÓRDOBA

## PROGRAMA DE CONTENIDOS

**Miércoles 31 de julio**  
*16 a 19hs.*

### **Módulo 5: Resumen general del curso**

- Haremos un repaso general de lo más importante de cada módulo para identificar las herramientas y contenidos imprescindibles a la hora de hacer competitiva la farmacia.

\*\*\*