

¿CÓMO APLICA ECOCEUTICS EL RETAIL EN LA FARMACIA?

RAMON PÉREZ, DIRECTOR DE RETAIL DE FARMACIA ECOCEUTICS.



FARMACIA ECOCEUTICS

Farmacia Ecoceutics es la Primera Red de Farmacias Independientes bajo una marca en el territorio español. Ofrecen un concepto de Farmacia Sanitaria y Comercial, pionero en España;

- Ayudan al farmacéutico a potenciar su labor sanitaria para convertirle en un referente en salud dentro de su área de actuación.
- Con su innovador modelo, luchan por el poder adquisitivo de los clientes-pacientes, ofreciendo precios claros y competitivos en productos de parafarmacia.



RETAIL ESPECIALIZADO: FARMACÉUTICOS REFERENTES EN SALUD

Ecoceutics presenta un concepto innovador de farmacia basado en reglas del Retail Especializado. Las farmacias bajo el concepto "La Salud Para Todos" ofrecen un amplio surtido que satisface las necesidades de la población, respaldado por profesionales muy bien formados. La combinación entre surtido, precios bajos en productos de parafarmacia y consejo especializado permite a los equipos ofrecer un asesoramiento detallado y personalizado, ayudando al paciente-cliente a tomar decisiones informadas y a encontrar exactamente lo que necesita, ya sean productos, consejos o servicios sanitarios.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA FACILITAR LA LABOR FARMACÉUTICA

Durante más de 10 años, Ecoceutics ha desarrollado herramientas tecnológicas para facilitar a los farmacéuticos la digitalización y automatización de procesos repetitivos donde la sociedad no percibe su valor, como por ejemplo: la clasificación de productos por familia, verificación de condiciones, el recuento de tickets en promociones, entre otros. La implementación de más de 20 herramientas permite a los farmacéuticos centrarse en su vocación sanitaria y liderar un cambio de enfoque en sus equipos, dedicando así más tiempo a los clientes-pacientes.

EL PACIENTE-CLIENTE ESTÁ EN EL CENTRO

En el modelo de farmacia diseñado por Ecoceutics, el cliente está en el centro de todas las decisiones, desde la selección del surtido hasta el diseño del espacio. La empresa ha hecho estudios de neuromarketing y focus groups para diseñar un concepto de farmacia sin puntos de fricción que garantice la satisfacción del cliente.

PLAN DE NEGOCIO

Pérez explica que antes de iniciar cualquier proceso de transformación, Ecoceutics trabaja junto al farmacéutico titular un plan de negocio a 5 años. Este plan establece una hoja de ruta para aumentar la facturación, mejorar la rentabilidad y optimizar el flujo de caja de la farmacia.

LAS FARMACIAS ECOCEUTICS CON EL CONCEPTO

"LA SALUD PARA TODOS", CRECEN UN 28,3% DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2024*

DISEÑO DE LA FARMACIA

Ecoceutics cuenta con un equipo de Retail, interioristas y arquitectos que desarrollan proyectos adaptados a la realidad de cada farmacia. Pérez detalla, "Creamos un proyecto en 3D donde diseñamos el layout del local, establecemos recorridos naturales para la navegación de los clientes por la farmacia, identificamos áreas clave para ubicar categorías estratégicas, creamos zonas de impulso e incluimos gabinetes para servicios sanitarios, entre otros aspectos. En sólo 13 semanas, hacemos realidad el proyecto."

Además de proporcionar el diseño, Ecoceutics equipa la farmacia con herramientas clave para el cliente: click & collect, programa de fidelización, promociones y acciones de dinamización, todo integrado y automatizado con Farmatic.



ACOMPAÑAMIENTO ESTRATÉGICO: EL RAM

La figura del RAM (Retail Area Manager), es la persona que acompaña al titular y al equipo en todo el proceso de transformación y al crecimiento de la cifra de facturación. Según Pérez, el RAM actúa como el "copiloto" del titular, siendo un aliado estratégico cuya misión es asegurar el cumplimiento de los objetivos de crecimiento y rentabilidad del plan de negocio.

CRECIMIENTO PRIMER SEMESTRE: +28,3%

Ecoceutics confirma el éxito del modelo "La Salud Para Todos" y subraya la efectividad de su enfoque centrado en el cliente. Durante el 2024, las farmacias que han implementado este concepto han experimentado un crecimiento promedio del 28,3% en facturación. Este éxito ha impulsado una fuerte expansión por todo el territorio español, con presencia en provincias como Madrid, Zaragoza, Huesca, Alicante y Guipúzcoa, y próximamente en Valencia y el sur de España.