



# CURSO

## “HERRAMIENTAS PARA RENTABILIZAR LA OFICINA DE FARMACIA”

### Objetivos

- § Conocer la existencia de una serie de herramientas que permiten incrementar la venta de las oficinas de farmacia, puesto que proporcionan:
  - mejor exposición y visibilidad de los medicamentos publicitarios (EFP)
  - accesibilidad adecuada a los productos, fundamentalmente a las novedades del mercado y a los productos con gran potencial de crecimiento
  - criterios para la selección del surtido adecuado y más vendible
  - ideas para hacer de la farmacia un espacio agradable donde el cliente acuda con frecuencia, generando diversas oportunidades de compra.

§ Comprender la importancia de motivar e incentivar al personal de la farmacia

§ Aprender a comprar bien para vender mejor

De una forma sencilla y en poco tiempo, se apreciarán cambios considerables en la evolución de las ventas de la farmacia.

### A quién va dirigida

§ Farmacéuticos titulares de oficina de farmacia.

§ Personal de la farmacia responsable de la elaboración de pedidos.

### Fechas, horarios y sedes

IBIZA: 4 de mayo, de 15.30 a 18.30 h. BAMESA. C/ Can Negre, 139. Polígono Can Bufí. Sta Eulalia.

MALLORCA: 5 de mayo, de 16 a 19 h. Sede del COFIB. C/Volta de la Mercé, 4. Palma.

MENORCA: 6 de mayo, de 15.30 a 18.30 h. COFARME. C/Bajolí, 48-50 (Poima). Mahón.

Cuota de inscripción: 20 euros

### Asistencia:

Mínimo 10 alumnos por sede.

Fecha límite para la inscripción al curso: 16 de abril de 2010

### Esquema de contenidos a abordar

#### Merchandising

Se analizarán los principales factores que intervienen en la presentación del producto y las diversas técnicas que se pueden aplicar.

Esquema de contenidos:

- ü Definición y herramientas

- Mercado
- Producto
- Presentación
- Materiales

#### ù Estructura de la farmacia

- Exterior ( escaparate – fachada):
  - Normas del escaparate - fachada
  - Zonas y su influencia en el consumidor
  - Materiales para utilizar en el escaparate
  - Alquilado o propio
- Interior :
  - Normas
  - Puntos principales: circulación, pasillos, góndolas e islas,

## Ventas

En esta sección podremos comprobar cómo una participación más activa con nuestros clientes provocará una modificación de sus hábitos de compra, dirigiéndolos hacia la compra de más productos en nuestro establecimiento.

El personal de la farmacia debe tener una marcada orientación comercial y, por tanto, debe estar incentivado, con nuevas responsabilidades o con una retribución por su labor en la venta de productos de autocuidado.

Esquema de contenidos:

- ù Normas
- ù Formación
- ù Calculo de Ofertas : diferentes modalidades de presentar ofertas y su equi-paración.
- ù Colaboración con los laboratorios farmacéuticos
- ù Motivación del personal de la farmacia
- ù Política de precios

## Preguntas, sugerencias y dudas

## Ponente

José Luis Lence Muñoz. Consultor del Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF), en la sección de formación y gestión integral de la farmacia y de la industria farmacéutica del autocuidado de la salud.