

Farmacias de Pueblo

c·ncep BOOK



FARMACIAS DE PUEBLO

Consejos para rentabilizar al máximo tu farmacia de pueblo

¿Tienes una farmacia de barrio? ¿Es una farmacia de toda la vida y tus cliente/pacientes ya te conocen? Consigue que tu farmacia de referencia en tu pueblo destaque con un diseño fresco, moderno y adaptado a tus necesidades.

ÍNDICE

02 Casos de éxito

07 Trucos y consejos

10 Rentabilizar el espacio

11 Metodología Concep· by Glintt

Si tienes dudas
llámanos o envíanos
un WhatsApp ¡Es
gratis!

hola@concep.es | concep.es | 648 214 678



FARMACIA IMMA JORDÀ

VALLIRANA

EL CONCEPTO

Nos encontramos delante de una farmacia que supone un reto, ya que está ubicada en un municipio de paso, donde muchos transeúntes, locales y gente de paso paran y entran. Por ello, crear un espacio abierto, luminoso, que respetase el edificio industrial donde está ubicado, y que fuese fácil de ubicar los productos para mejorar la experiencia de usuario de los paciente/clientes era vital para la farmacéutica, de esta forma puede tener un mayor control del espacio y una mejor atención al cliente.

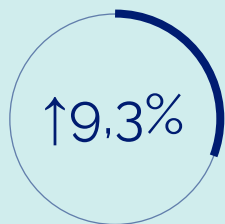
NUESTRA ASESORA



ANNETTE MÜLLER - ARQUITECTA

Mi compromiso es identificar y cubrir las necesidades del proyecto para mi cliente buscando su bienestar.

LOS RESULTADOS



Incremento de dispensaciones



Incremento venta libre



SERVICIOS

Dermo Cosmética
Infantil
Medicina Natural
Primeros auxilios

FARMACIA GLORIA FELICI

ALGEMESÍ

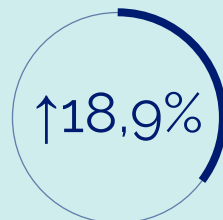
EL CONCEPTO

El reto de esta farmacia lo encontramos en la doble altura de su techo, y el desaprovechamiento del espacio. Por ello se optó por estanterías con baldas altas configurables según el producto. Jugar con el techo, a nuestro favor, para crear la identidad de esta farmacia, nos ayudó a crear de un símbolo para la marca, aportar un toque más juvenil a la farmacia y sobre todo, romper con el espacio tradicional, longitudinal del edificio y aportar luminosidad a la farmacia.

LOS RESULTADOS



Incremento de dispensaciones



Incremento venta libre





SERVICIOS

Higiene personal
Derma cosmética
Óptica
Podología

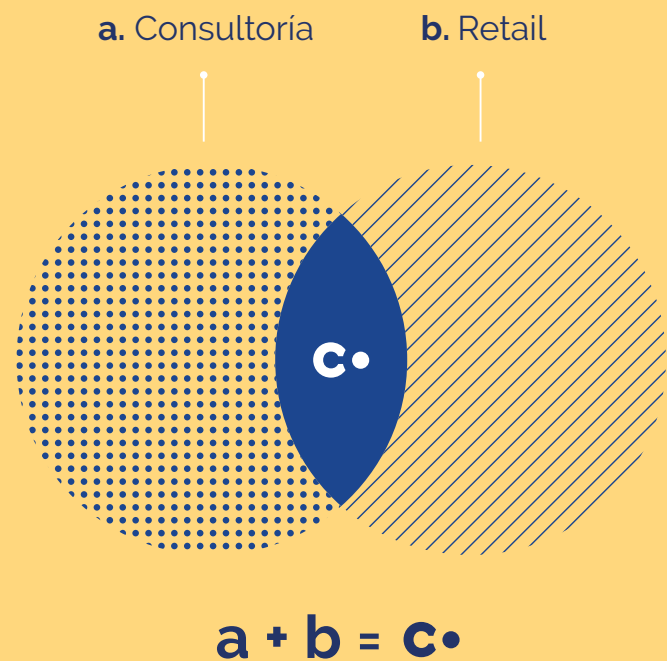
NUESTRO ASESOR



CARMEN G. - EXPERTA

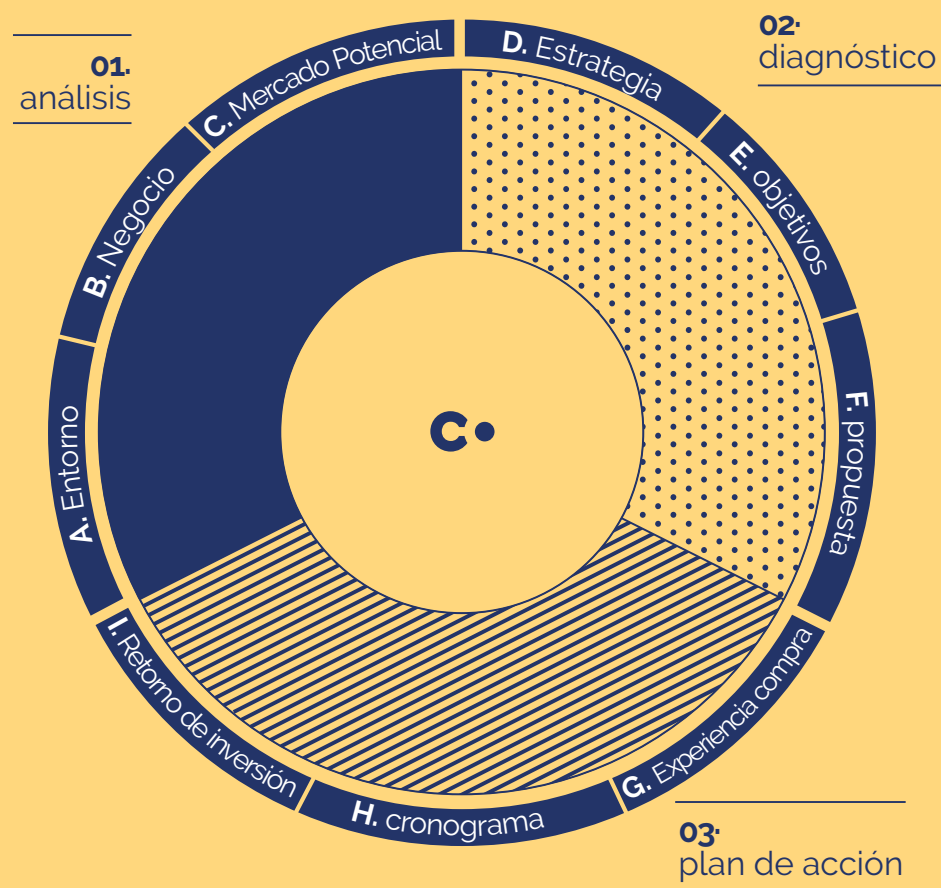
Siento pasión por la arquitectura, la fotografía y sobre todo por el arte y la música, son vitales para tener la motivación necesaria para mis proyectos.

Nuestra forma de trabajo es única, igual que nuestras farmacias.
¡Descubre por qué!

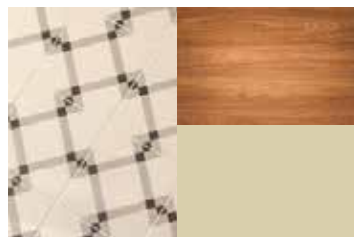


Nuestro objetivo es mejorar la rentabilidad de tu farmacia

Hacemos **planes de acción** y te ayudamos a desplegarlos.



Trucos y consejos



01. ESTÍMULOS VISUALES

El sentido de la vista se convierte en el protagonista de uno de los puntos más complicados en el proceso de compra: destacar por encima de miles de estímulos publicitarios hasta el punto de conseguir captar la atención del cliente.

Trabajar la iluminación directa y localizada de manera que nos permita generar un ambiente más personal y relajado es la clave.

FARMACIA BELÉN Y JAVIER GÓNZALEZ

SYLVIA MARTIN (FRESNO, OVIEDO)

02. ESCENOGRAFÍA

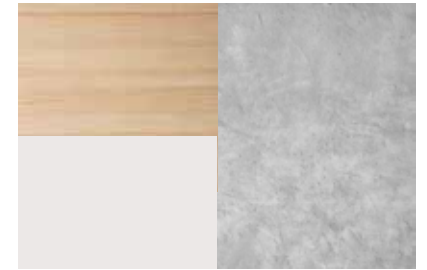
Utilización de escenografía para delimitar el corner y reforzar el concepto del storytelling. Debemos disponer los elementos reforzando las sensaciones que pretende transmitir la marca, contando una historia que transmita los valores a través de los cuales pretendemos conectar con nuestros clientes.

03. ESTÍMULOS TÁCTILES

Si observamos a un individuo en un espacio determinado, rápidamente detectaremos su necesidad e instinto por tocar los elementos que lo envuelven. Y es que la posibilidad de tocar y coger un producto, nos genera tal información del mismo, que facilita la decisión de compra.

FARMACIA MÓNICA VENTURA

EVA MICALÓ (BREDA, GERONA)





04. OLFATO Y GUSTO

Existe una potente relación entre olfato y memoria debido a su conexión con el sistema límbico, que constituye el centro emotivo del cerebro.

Por su parte, el sentido del gusto es muchas veces el gran olvidado en el marketing sensorial, no obstante tenemos que tener en cuenta que dicho sentido no tiene por qué participar en el proceso a través del producto que pretendemos vender, sino que podemos integrarlo en el proceso de compra de forma complementaria como un mero acompañante en la toma de decisión.

FARMACIA M° ISABEL Y ANA LORCA

MERCÉ EXPÓSITO (PEGO, ALICANTE)

Elementos para rentabilizar el espacio de tu farmacia

Estos 3 puntos podrán hacer que tu farmacia se vuelva en un punto de referencia allí dónde estés.

01



Destaca la iluminación, el pavimento y las paredes que resalten mejor tu espacio.

02



Mobiliario versátil, estanterías amplias y grandes hasta el techo, cóners y mostradores.

03



Destaca tu farmacia por encima de otras con una buena estrategia de marca e identidad.

¿Te animas a transformar tu farmacia? —————>

Metodología

EXCLUSIVO CONEJA
1

PRIMERA FASE

Plan de acción

Trabajamos contigo para definir un **plan de acción a medida** con el cual obtener la máxima rentabilidad para tu negocio.



Análisis

- Físico
- Digital



Diagnóstico



Propuesta plan de acción



2

SEGUNDA FASE

Despliegue

Ponemos en marcha el plan de acción, **actuando sobre todas las vertientes necesarias**, para asegurarnos que la transformación de tu farmacia sea un éxito.



Definición del proyecto

- Marca
- Proyecto integral
- Valor



Ejecución del proyecto

- Acabados fabricación
- Obra y montaje



EXCLUSIVO CONEJA
3

TERCERA FASE

Seguimiento

Nuestro trabajo no acaba con la reforma. **Seguimos a tu lado ayudándote con la transformación digital** e implementando las acciones necesarias para alcanzar los objetivos establecidos.



Acciones de refuerzo



Revisión de objetivos



¿Qué obtengo?

Un marco de trabajo, orientado al ámbito físico y digital, para llevar tu farmacia al siguiente nivel.

¿Qué obtengo?

Un proyecto integral debidamente planificado y ejecutado.

¿Qué obtengo?

Apoyo en el desarrollo de acciones clave y seguimiento periódico de los objetivos.

Farmacias de Pueblo

c·ncep[®] BOOK

