



María del Saz González
Técnico de Comunicación
Shoppertec

¿Cómo identificar las farmacias con mayor potencial para nuestra categoría?

Parece que a veces nos olvidamos de la importancia de la ubicación para el éxito de nuestro negocio. Seleccionar el canal de venta no será suficiente para alcanzar los objetivos en ventas, es necesario definir los puntos de venta con más potencial para mi negocio.

En España actualmente hay más de 22.000 farmacias, repartidas por todo el territorio nacional atendiendo a criterios de número de habitantes y distancias mínimas entre farmacias. Todas son diferentes en cuanto a la población que tienen alrededor, zona de afluencia de público, cercanía a centros de atención primaria, tamaño de la sala de ventas, apertura del local al exterior, posibilidad de ampliación...

No deja de ser una realidad que, aunque tu producto sea el mejor del mercado, si no sabes dónde hay que ubicarlo, las ventas nunca llegarán. Obviamente hay lugares donde la probabilidad de venta es mucho mayor, como farmacias de gran tamaño, en puntos céntricos de una localidad o con un gran índice en ventas. Aun así, será una decisión sin base estratégica, cuando con un estudio de tu comprador y su entorno, sabríamos exactamente dónde debe estar nuestro producto y por lo tanto vender de forma más eficiente al mejor conjunto de farmacias.

Desde Shoppertec no paramos de repetirlo, pero el conocimiento de tu comprador es clave para el éxito de tu producto. Debemos definir escuetamente nuestro target, así sabremos dónde encontrarlo: ¿Quién comprará mi producto?, ¿Qué edad tiene?, ¿Dónde vive?, ¿Dónde trabaja?, ¿Dónde come?, ¿Qué productos necesita?



Estudios FarmaShopper, la clave para identificar a tu comprador

FarmaShopper es un conjunto de estudios sindicados destinados a conocer el comportamiento de compra del comprador de farmacia, comprendiendo todo el proceso de compra, desde que sale de su casa hasta que sale de la farmacia.

A lo largo del estudio se han realizado más de 12.000 encuestas a la salida de la farmacia y más de 4.000 observaciones a



compradores en su interacción con el farmacéutico. Actualmente estamos trabajando en nuestro estudio FarmaShopper Especial Parafarmacia, cuyo lanzamiento será en los próximos meses.

GeoShopper, una herramienta necesaria

Desde Shoppertec apreciamos una necesidad todavía sin cubrir, muchos negocios no saben dónde ubicar sus puntos de venta o necesitan reubicarlos porque donde están actualmente no alcanzan los objetivos deseados. Hemos desarrollado GeoShopper, una herramienta que partiendo del conocimiento del comprador nos muestra dónde están y dónde compran nuestro producto, definiendo así nuestros puntos de venta potenciales.

Todas las farmacias son diferentes, tenemos que identificar las mejores para nuestro negocio

Mediante una combinación de muchas fuentes de información, algunas de ellas únicas en el mercado, y un análisis elaborado por un equipo con amplia experiencia en la farmacia y el consumidor, GeoShopper permite localizar las farmacias con mayor potencial para una determinada categoría.

Todas las farmacias son diferentes en cuanto a localización, tamaño de la sala de ventas, número de empleados, características socioeconómicas de la gente alrededor... La experiencia nos dice que intentar elaborar un potencial a partir de una muestra limitada de farmacias puede llevar a errores muy importantes. Con la adecuada combinación de herramientas únicas incluidas en GeoShopper e incorporando la información poblacional al mínimo detalle para el conjunto del territorio es posible ofrecer el potencial para el universo total de 22.000 farmacias en la categoría que seleccionemos.

Desde el lanzamiento de un producto en una nueva categoría de venta libre, pasando por la inclusión de nuevas zonas geográficas para visitar, hasta la optimización de las farmacias visitadas en una determinada categoría, la aplicación de GeoShopper es muy amplia y flexible.

Pero no sólo hay que limitarse a los mercados de venta libre, también es posible analizar las farmacias con mayor potencial en categorías de medicamentos de prescripción que se recetan a determinados enfermos crónicos (hipertensos, diabéticos...).

La experiencia nos dice que intentar elaborar un potencial a partir de una muestra limitada de farmacias puede llevar a errores muy importantes. Todas las farmacias son diferentes en cuanto a localización, tamaño de la sala de ventas, número de empleados...

Ventajas que ofrece GeoShopper

GeoShopper está alimentado de información exclusiva, propia y única en constante actualización. Sabemos más sobre el comprador y las farmacias que ninguna otra empresa del sector.

Conocemos el perfil del comprador de cada categoría y cómo se comporta con más de 30.000 encuestas realizadas a la salida de la farmacia. Tenemos definidas las áreas de influencia reales de cada farmacia según su tipología y su entorno competitivo. En nuestra base de datos, con 22.000 farmacias auditadas, disponemos de información detallada de cada farmacia, el IAM (Indicador de Actividad de Marcas) de cada farmacia, un índice que indica el nivel de actividad de marcas de venta libre en función de la presencia de las marcas auditadas en cada farmacia. En definitiva, sabemos cómo, dónde y por qué.

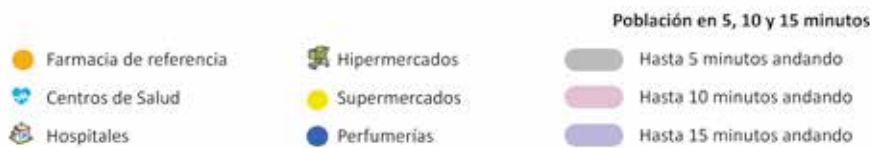
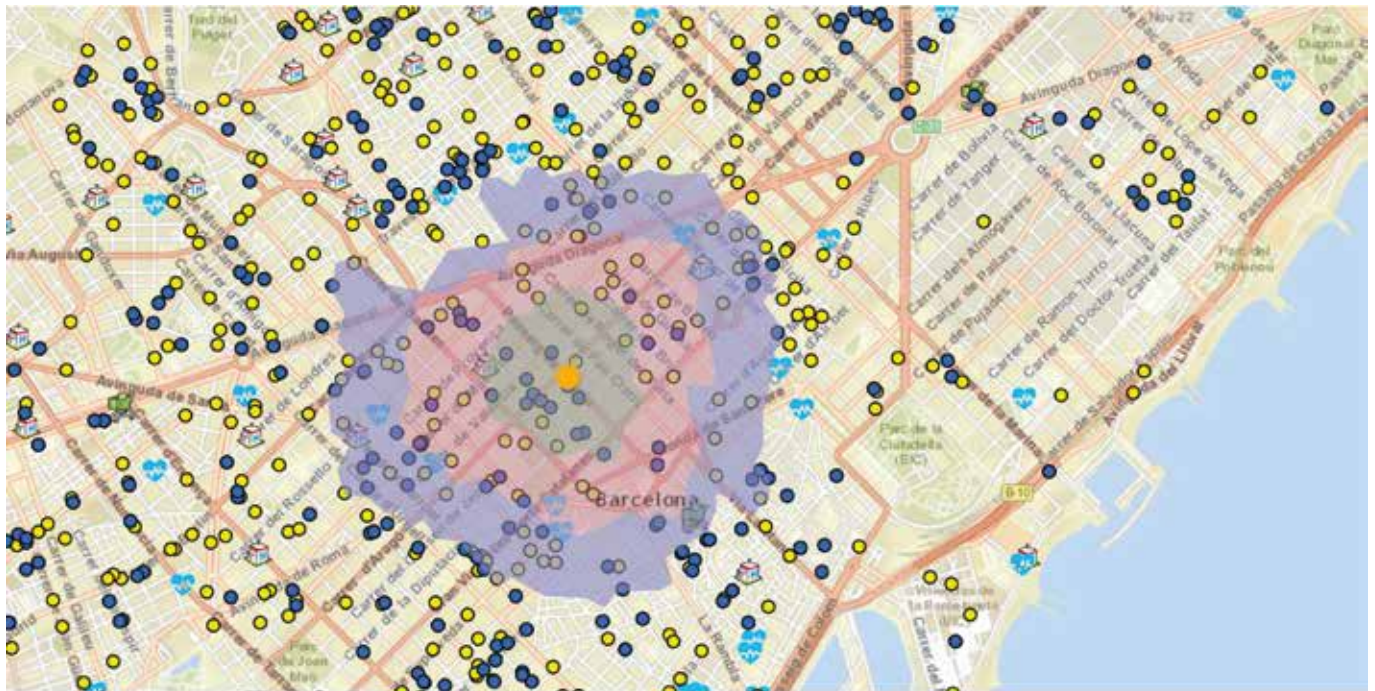
GeoShopper está complementado con una serie de aplicaciones en continuo desarrollo para ofrecer un servicio de uso diario eficiente y organizado que ayudará a cada negocio a la consecución de sus objetivos. A lo largo de 2015 nuestra red comercial ha visitado más de 17.000 farmacias recogiendo variables observables en el punto de venta.

Éstas son algunas de las ventajas de nuestro servicio, pero lo más importante es que para nosotros cada cliente es totalmente diferente, aunque coincidan en categoría o universo, el producto nunca será igual, por eso creamos proyectos personalizados para cada cliente y mantenemos una comunicación constante y transparente.

Elegir las farmacias con mayor potencial para nuestro negocio

Antes de nada, debemos explicar a qué nos referimos cuando hablamos de potencial de farmacia. El potencial no es el índice de ventas de una farmacia, es decir, una farmacia que vende mucho no tiene por qué ser nuestra farmacia potencial, de hecho, puede que sus ventas se concentren en una categoría a la que no pertenece nuestro producto y por lo tanto sería un error comercializarlo en esa farmacia. Nuestras farmacias potenciales serán aquellas que por sus características tienen la ubicación perfecta para nuestro producto.

El potencial lo determinamos en base a una serie de variables: el perfil del comprador, es decir, nuestra población objetivo cercana a



*Este es un ejemplo ficticio del visualizador web de GeoShopper

la farmacia; el IAM (Indicador de Actividad de Marcas) de la farmacia y el entorno competitivo de la misma.

Dependiendo del producto y la categoría a la que queramos acceder, nuestras farmacias de mayor potencial serán diferentes, incluso un producto de una misma categoría no tendrá exactamente los mismos puntos de ventas potenciales ya que una de las variables puede ser totalmente diferente. En este caso podría ser que el perfil del comprador para cada producto, aun perteneciendo ambos a la misma categoría, fuera para uno de ellos hombres mayores de 30 años y para el otro mujeres mayores de 50 años.

Una vez definidas las variables que determinarán las farmacias potenciales desarrollamos un modelo que incluimos en GeoShopper y así localizamos las farmacias de mayor potencial para el producto o categoría concreta, con información detallada de cada una de las ubicaciones y un mapa con una representación gráfica de todos los datos recopilados.

Diseñar mi red comercial en función de potenciales, tenemos que estar donde está nuestro comprador

Un aumento en las ventas no será lo único que determine que nuestro negocio sea rentable y exitoso, para conseguirlo es

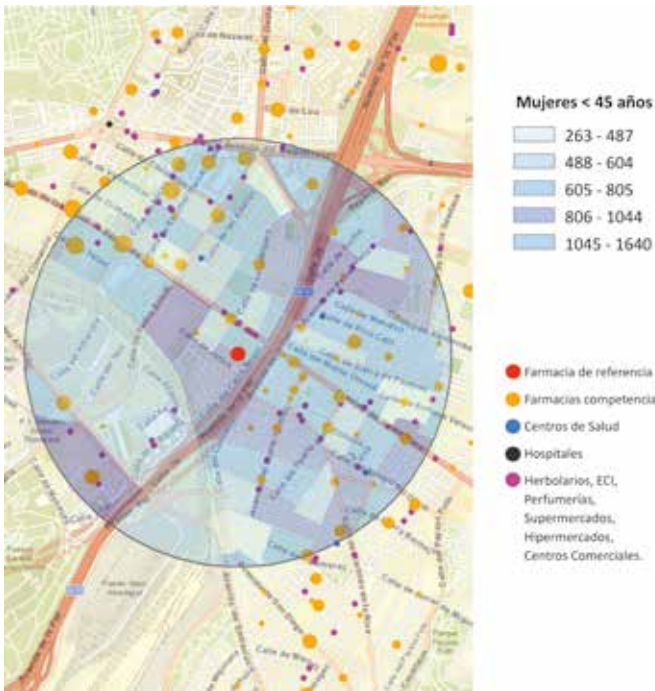
necesario una optimización de la red comercial evitando un mal uso de los recursos existentes y logrando así los ansiados beneficios.

A través de GeoShopper ayudaremos al equipo de ventas a ser más eficientes, facilitándoles las mejores herramientas para alcanzar los objetivos en menos tiempo y reducir costes. Dispondrán de un visualizador web con el mapa a visitar, para poder diseñar las rutas comerciales de cada delegado y así optimizar cada día de visita a las farmacias.

En Shoppertec ofrecemos la posibilidad de optimizar la llegada al punto de venta externalizando la red de ventas. Gestionamos la red comercial de nuestros clientes con equipos disciplinados orientados hacia unos objetivos a corto, medio y largo plazo. Nuestra experiencia en el sector farmacéutico hace de nuestro equipo comercial una red de expertos a la hora de visitar las farmacias.

GeoShopper aplicado a la categoría dermofacial

Un laboratorio tiene un gran producto de crema facial antiarrugas para un target definido de mujeres de más de 45 años. Esta crema facial se ha ofrecido a diferentes farmacias con un gran índice en ventas, pero su producto no se vende ¿Por qué? ¿No llegamos a suficientes farmacias? ¿No llega-



mos a las farmacias adecuadas? ¿Hay alguna zona geográfica descuidada?

A través de GeoShopper podemos saber si las farmacias a las que están enfocando sus recursos comerciales realmente tienen potencial para ese producto y ofrecerle el listado de farmacias realmente potenciales para el mismo con información detallada de cada una de ellas.

Además, nuestras herramientas permiten ampliar la visión, ya que se analizan otro tipo de establecimientos donde se venden los antiarrugas. En este caso al definir el entorno competitivo de una posible farmacia con potencial, no sólo incluiríamos las farmacias, también las perfumerías, supermercados y centros comerciales.

Éste es un sencillo ejemplo de la aplicación de nuestra herramienta, pero las posibilidades son muy numerosas. Desde un listado completo de todas las farmacias en una zona definida o a nivel nacional, hasta un estudio específico de las farmacias potenciales en base al target (perfiles sociodemográficos), la categoría de producto y sus hábitos de consumo. ■

Damos soluciones para maximizar y optimizar los resultados en el PUNTO DE VENTA



www.shoppertec.com

contact@shoppertec.com

Tlf: 91-7434691 93-4452741