



MANUAL DO GESTOR DE FARMÁCIA

**Como aumentar as vendas
da sua farmácia de
manipulação em 4 dicas**



1	INTRODUÇÃO.....	3
2	FAÇA NETWORK E CRIE PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO.....	5
3	REALIZE ATENDIMENTO PADRONIZADO E ESTEJA NAS REDES SOCIAIS.....	7
4	CRIE NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO.....	9
5	REALIZE AÇÕES PROMOCIONAIS DE VENDAS.....	11
6	EXPANDA E DIVULGUE SEUS SERVIÇOS.....	12
7	REALIZE PARCERIAS E OFEREÇA BRINDES COM A SUA LOGOMARCA.....	13
8	OFEREÇA DEMONSTRAÇÃO DE PRODUTOS.....	14
9	REALIZE CAMPANHAS SAZONAIS.....	15

Precificar bem os produtos da sua farmácia, diferenciá-los dos seus concorrentes, divulgá-los por meio de ações de marketing e ainda abrir novos canais de atendimento são algumas das preocupações diárias de um gestor de farmácia magistral. Porque elas refletem diretamente nas vendas e em como aumentá-las.

Estabelecer uma comunicação com os prescritores, para que, por intermédio deles, mais consumidores conheçam as novas e exclusivas formulações que você oferece no mercado é também uma preocupação estratégica. É importante abrir oportunidades para ter a chance de apresentar aos prescritores **novas fórmulas e protocolos exclusivos que a sua farmácia faz**. Mas, para isso, é preciso ter a credibilidade reconhecida no mercado.

Para que isso aconteça, por meio de uma divulgação focada, com fortes estratégias, fizemos o **Manual do Gestor de Farmácia com 7 Dicas para alavancar a sua farmácia magistral usando técnicas de Marketing**

Digital estabelecer parcerias com os médicos para que ele entenda e conheça a sua relevância no mercado.

Todos esses manuais são disponibilizados gratuitamente e podem ser acessados no **Blog da Fagron Tech: blog.fagrontech.com.br/materiais/**

Todas essas questões envolvem a gestão de uma farmácia magistral e são muitas as frentes importantes para se manter bem e competitiva. As estratégias de marketing e vendas envolvem tanto o online quanto o offline, ou seja, as ações presenciais e atendimento no balcão.

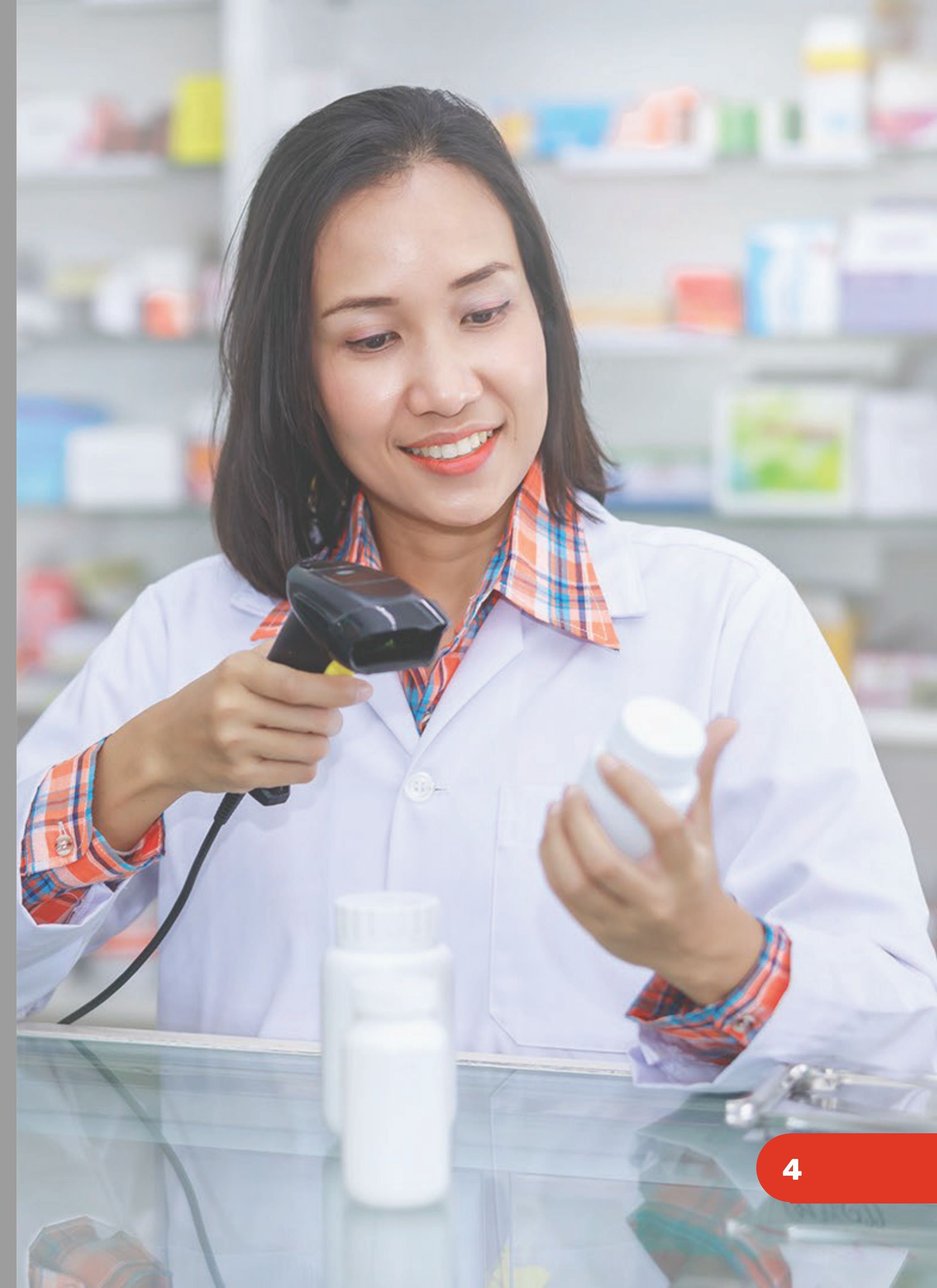
Provavelmente todas elas já estão no seu radar. Para que não se percam, reunimos as informações relevantes, em forma de dicas, para ajudá-los a ser mais assertivos. E conseguir meios, com processos automatizados ou não, para preparar bem a sua equipe, rumo ao sucesso.

E o que é sucesso para uma empresa se não for ter uma boa aceitação e recomendação do seu público para aumento das vendas?

Neste manual falaremos sobre ações que refletem diretamente nas vendas:



Como aumentar as vendas da sua farmácia de manipulação em 4 dicas





1- Faça network e crie programas de fidelização

O famoso boca a boca acontece na net! Isso mesmo. O network ainda é fundamental: o famoso boca a boca, atualmente tem a ver com o atendimento no whatsapp e no balcão, mas também de como a empresa se apresenta nas mídias sociais e por meio das suas campanhas de marketing digital.

Mantenha seus clientes por meio de marketing de indicação; marketing de referências; programas de fidelidade e outros canais de comunicação além do atendimento na loja física. Afinal, o seu cliente quer ser ouvido e participar, dando feedbacks, tanto positivos quanto negativos. Eles podem ser extremamente importantes para direcionar suas ações. Pesquisas e indicações podem ser grandes aliadas das estratégias de aumento de vendas.



A sua farmácia faz ações de fidelização de seus clientes por meio de indicação de parceiros e recompensas? Se a resposta for não, como uma farmácia magistral preocupada com a fidelização dos seus clientes e geração de novos, você deveria fazer! Assim, você os incentiva a continuarem comprando e ainda premia os que indicam sua farmácia para amigos e familiares. Existem diversas plataformas que realizam esse tipo de serviço: a exemplo da Buzzlead (uma espécie de boca a boca digital).

Para indicar, basta que o cliente preencha seus dados no formulário da plataforma, obtendo um link. Por meio dele, pode compartilhar com os amigos. A cada tipo de serviço adquirido pelo link, automaticamente é registrado como sendo indicação do seu cliente. Fácil para todos e gera muita credibilidade. Os clientes ficam felizes e isso gera grande interação por meio dos seus canais.





2- Realize atendimento padronizado e esteja nas redes sociais

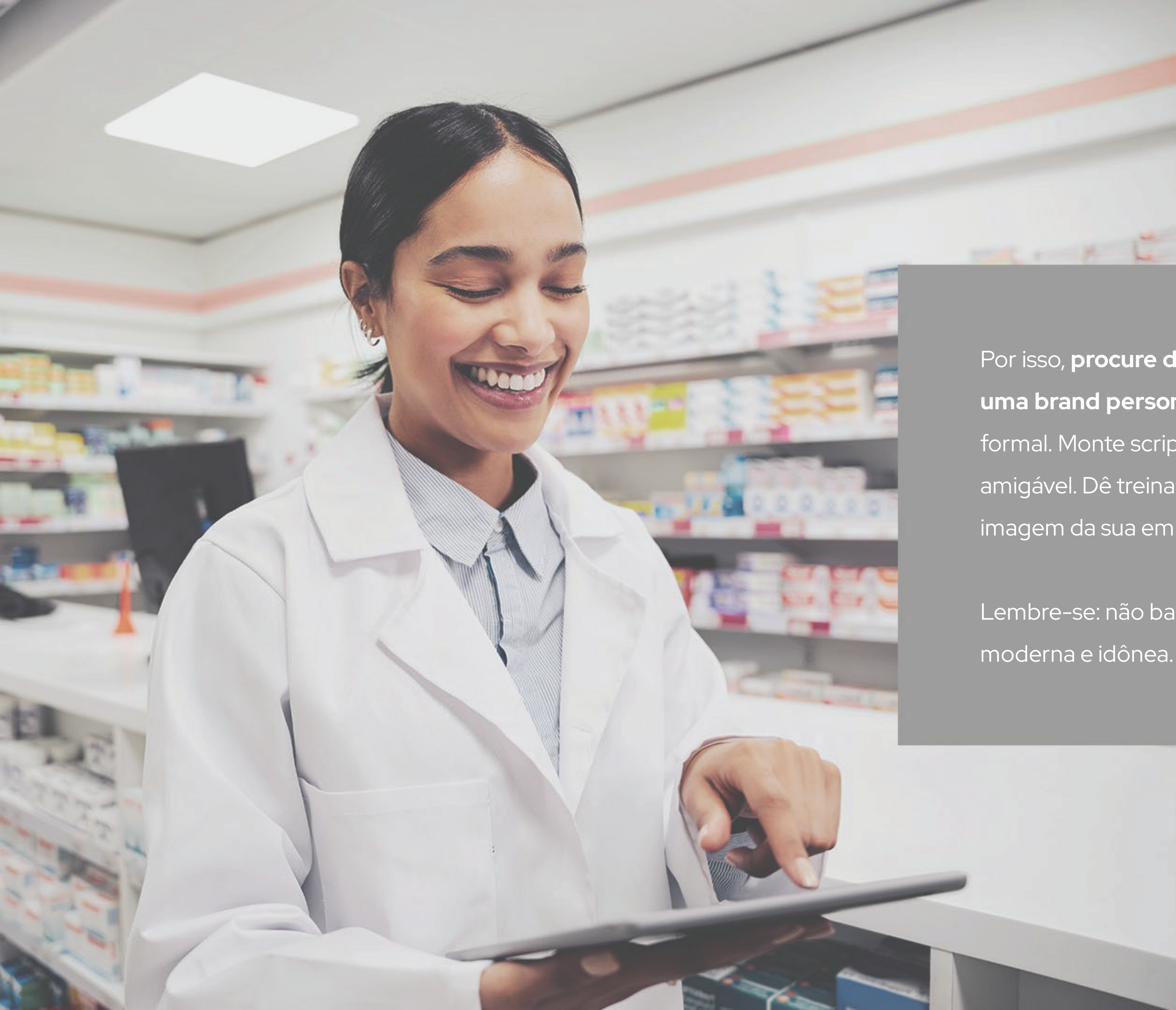
Como atender bem e ainda fazer a divulgação da sua farmácia nos novos tempos? A máxima é que nada pode ser ignorado quando o assunto é imagem. Todas as etapas são importantes, inclusive a maneira como você e sua equipe conversam por meio dos canais de atendimento e respondem aos seus clientes. Tanto por lá quanto nas demais Mídias Sociais, como o Facebook, Instagram, e-mail e aplicativo próprio.

Nos dias de hoje, são feitos muitos atendimentos online e o atendimento no balcão não deve ser o único a ser padronizado. Com a telemedicina, é preciso saber entender as prescrições digitais e lidar com o novo perfil de cliente.

Lembre-se: você precisa estar nas redes sociais e ter atendimento padronizado. Para isso, treine a sua equipe. Monte scripts e invista na sua imagem.

Por que é preciso padronizar o atendimento? Porque a linguagem conta muito e faz toda a diferença na hora do fechamento de uma venda. Pense em você, ao pesquisar sobre um produto. Se houver atenção, clareza, organização e credibilidade, a venda tem grande chance de sair, independente do preço.

Não é mais possível haver divergências de estilo e discrepâncias nas informações que são fornecidas sobre seus produtos e serviços pelos atendentes da sua empresa. O que é dito por qualquer atendente, aos olhos de quem está do outro lado do telefone ou computador, é dito pela sua farmácia.

A young woman with dark hair, wearing a white lab coat over a blue and white striped shirt, is smiling and looking down at a tablet computer she is holding. She is standing in a pharmacy, with shelves of various medications visible in the background. The lighting is bright and even.

Por isso, **procure dar respostas humanizadas e, se for possível, crie uma brand persona para a sua farmácia.** Ela pode ser despojada ou formal. Monte scripts padronizados, com linguagem clara, entendível e amigável. Dê treinamento à sua equipe. Invista no que tem de melhor: a imagem da sua empresa.

Lembre-se: não basta que ela seja moderna e idônea; ela deve parecer moderna e idônea.



3- Crie novos canais de comunicação

Pense que cada cliente da sua farmácia tem um jeito de se comunicar. Muitos conversam diretamente pelo WhatsApp, enquanto outros olham para o produto sugerido em um anúncio do Instagram e solicitam informações sobre ele pelo mesmo canal (o que é bastante previsível!). Se a sua farmácia tiver vendas de produtos via site, o formulário com envio via e-mail costuma ser utilizado. Assim também acontece no seu app próprio ou Facebook.

A dica é a seguinte: mantenha o máximo de canais possível, desde que consiga administrar com eficiência. Atendimentos rápidos via Instagram, Telegram e marketing de referência (boca a boca), por meio de parcerias e novos vínculos, são estratégias que dão certo se forem bem administradas. O mobyPharma também atende bem nessas situações. É uma rede que

vem crescendo a cada dia como estratégia de estreitar o relacionamento com os clientes das farmácias.

Se parecer difícil devido à alta demanda, talvez o melhor para a sua farmácia seja contar com um sistema que centralize esses canais para a sua equipe de atendimento, de preferência que faça a gestão em nuvem. A automatização existe para isso: organizar e padronizar o que fica difícil para a equipe de colaboradores fazer sozinha. Assim, fica mais difícil as informações se perderem e a sua farmácia conseguirá cumprir melhor os prazos que estabelece, sem erros de pedidos e formulações.

A outra dica é: mantenha um canal extra de comunicação com seu **cliente**. Um canal diferente e que funcione, de preferência que seus concorrentes não façam, para ser um diferencial. O Telegram, por exemplo, é uma boa dica e funciona muito bem como canal de comunicação para as farmácias. Assim, você poderá ouvi-los e implantar melhorias, além de manter seus clientes informados das promoções, novidades e formulações de interesse individual.





4- Realize ações promocionais de vendas

Todas as ações promocionais impactam nas receitas e impulsionam as vendas de uma farmácia. Utilizando as estratégias virtuais ou físicas, aproveitando as datas comemorativas ou não, o importante é que todos os clientes recentes sejam informados que a promoção existe: um desconto real ou sorteio de algo de valor costumam atrair o público.

Todo mundo quer e precisa expandir os negócios e buscar novos clientes.

Após investir em melhorias, é possível realizar as ações promocionais.

Mas, para que gerem o lucro esperado, elas precisam envolver os departamentos de comunicação/vendas, administração e matemática estratégica, que levarão em conta o valor de custo e preço colocado no produto.

Outro ponto importante é a sua loja estar preparada para atender bem e dentro dos protocolos de higiene de segurança, no caso de ações que atraem maior público na loja. Após a pandemia, descontos e retiradas com datas marcadas são mais viáveis.

A sua loja deve ter capricho na disposição dos produtos e setores. Independente de datas especiais, a decoração e estrutura física contam. Os produtos e ofertas devem ser mantidos de forma clara, com sinalizações específicas. Tudo com boa iluminação.

Para que suas ações promocionais dêem certo, siga algumas dicas:



Expanda e divulgue seus serviços

Se a sua farmácia atender em sistema delivery, você pode adesivar o carro ou motocicleta com sua logomarca, telefone, site e redes sociais em destaque. Também pode criar novos serviços, afinal, já deve saber que oferecer algum serviço de atenção farmacêutica ajuda a atrair mais pessoas para sua farmácia. Isso pode ser divulgado por meio de um panfleto junto aos seus clientes no balcão.

Outro serviço bastante importante a ser oferecido é a aferição de pressão e teste de glicemia. Completar o atendimento com orientações sobre prevenção de doenças e busca de orientação médica ajuda o cliente a ter uma boa impressão e confiança no local.

Você e sua equipe também podem realizar eventos especiais ligados a esses serviços, aproveitando as datas comemorativas relacionadas ao assunto. Ações assim geram valor à imagem da farmácia e ainda promovem o relacionamento com seus clientes.



Realize parcerias e ofereça brindes com a sua logomarca

O uso de cartões de desconto é bastante recomendado. Mas, se sua farmácia quer realizar uma ação de branding, para reforçar sua marca, pode recorrer a uma prática antiga: a de confeccionar brindes. Exemplo deles são: cremes; álcool gel; lixas de unha; canetas; porta-medicamentos; nécessaire e outros produtos de uso comum.

Esse presente pode ser oferecido após um certo valor gasto na loja. Muitas farmácias costumam aliar essa ação com a compra de algum produto de perfumaria ou realizar parceria com uma marca que disponibilize alguns produtos extras, até acabarem os estoques do fornecedor. **Os brindes podem ser enviados para a casa do cliente, juntamente com a compra.** O inesperado sempre agrada muito, independente do seu custo.



Ofereça demonstração de produtos

A demonstração de produtos na loja é uma das ações de marketing utilizadas para atrair a atenção dos clientes, afinal, quem não gosta de “degustar” um creme? Ou ganhar uma amostra grátis de um protetor solar ou vitaminas?

Se a sua farmácia contar com um produto com formulação exclusiva, você pode contratar uma consultora para demonstrá-la aos seus clientes. Você também pode disponibilizar amostras em um espaço provador, com um atendente fornecendo informações sobre a nova linha de produtos, formulações e protocolos.

Isso pode acontecer em dias e horários específicos e a divulgação pode ser feita por meio de lista de transmissão no WhatsApp; e-mail marketing; banner

de aviso no site ou post em redes sociais. Os atendentes também podem ser treinados para divulgar o novo “serviço”, entregando um panfleto sobre as novidades.

Geralmente, as ações de marketing de demonstração de produtos agradam bastante o público feminino. Promover limpeza de pele e avaliação capilar são ótimas ações promocionais em farmácias. No caso de novas formulações para pets, você pode organizar uma ação em frente à loja, para que a pessoa leve seu pet até o local. Ações animadas, assim, chamam a atenção e agradam clientes que gostam de novidades. Que tal testar?



Realize campanhas sazonais

Os períodos considerados sazonais e estações do ano indicam oportunidades para as ações promocionais nas farmácias. Os clientes até esperam por elas: Verão; inverno; Dia das Mães, Dias das Crianças, Dia dos Namorados, Black Friday, Natal e Férias são períodos em que as estratégias de marketing ajudam a alavancar as vendas.

Você pode elaborar um calendário promocional em farmácia com as principais datas comemorativas do ano e fazer ações específicas. Por exemplo, falar sobre cápsulas e protetores solares no verão ou cremes antimanchas no inverno e se atentar para as necessidades do consumidor.

O que achou dessas dicas? Preparado, então, para colocar as ideias em prática? Esperamos que sim!

Acesse nossos materiais e não fique parado. Juntos, podemos otimizar a sua farmácia e vai sobrar tempo para que seja cada vez mais criativo. Fale com a gente:

→ <https://www.fagrontech.com.br/>

Siga nossas Redes Sociais

-  Facebook
-  Instagram
-  Youtube
-  Linkedin

Fale Conosco

-  (11) 2152-8100
-  (11) 99632-8415

SOFTWARES DE GESTÃO COMPLETOS PARA FARMÁCIAS

**Acompanhe outras dicas
através do nosso blog**

Acesse agora

