

¡En tu cooperativa!

Oferta formativa en gestión farmacéutica **MARZO '11**

Talleres para la mejora de resultados en oficina de farmacia

¿Podemos MEJORAR LOS RESULTADOS en Oficina de Farmacia?

EDIFA- Española de Impulso Farmacéutico- se ha propuesto, a través de la Escuela de Gestión Farmacéutica (EGFARMA), contribuir a la modernización de la distribución farmacéutica.

La formación es esencial para el desarrollo, innovación y competitividad en el mercado de una empresa moderna.

¿Qué MÉTODOS vamos a utilizar?

TALLERES DE MEJORA: cursos cortos y muy especializados, con un enfoque práctico, profesorado experto y adecuados sistemas de información.

Pasos a seguir para acceder a la formación:

- Elige el curso que quieras realizar
- Contacta con EGFARMA
- Realiza el curso con plenas garantías de calidad

Preinscripción

Antes del 15 de marzo para establecer los grupos mínimos.

En: secretaria@egfarma.com
Telf.: 616 353 794

Una vez formados los grupos, confirmaremos día y lugar de impartición.

Horarios: Talleres de 8 horas de duración, en horarios de 10:00 a 14:00 y de 15:30 a 19:30 h

¿Qué áreas vamos a tratar?



Innovación



Clientes



Ventas



Comercial

¿Qué proponemos?

Una OFERTA MENSUAL de TALLERES de MEJORA.

OFERTA FORMATIVA **MARZO 2011**

¡VER CONTENIDOS AL DORSO!

Taller 1 – Gestión comercial en las Oficinas de Farmacia

Taller 2 – Venta activa, comunicación comercial y promoción de ventas

Taller 3 – Atención y fidelización de clientes

Taller 4 – Visual merchandising

Coste

Importe por Taller: 350€

Siete días antes del inicio del curso, se deberá abonar la factura correspondiente.

Este curso puede ser bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, para trabajadores por cuenta ajena que cotizan a la Seguridad Social en concepto de Formación Profesional. El Crédito de Formación varía en función del tamaño de la empresa y se hace efectivo mediante bonificaciones en las cotizaciones de Seguridad Social. Los trabajadores en Régimen Especial de Autónomos no se pueden acoger a la bonificación. Consulte condiciones en secretaria@egfarma.com.

CONTENIDO TALLERES

Taller 1. Gestión comercial en las Oficinas de Farmacia

- “Desarrollar conocimientos y habilidades personales”
- “Mejorar aptitudes comerciales”
- “Incrementar las ventas de las categorías de mayor rentabilidad”

Formador: Javier González Esteban. Doctor en Farmacia. Especialista en Marketing

1. Análisis del punto de partida
2. El Plan de Marketing en la Oficina de Farmacia
3. El Marketing en el punto de venta: Merchandising en la Oficina de Farmacia
4. Marketing relacional
5. La innovación en productos y servicios
6. La innovación en el servicio como elemento diferenciador en la farmacia
7. El Cuadro de Mando de Clientes y Ventas

Taller 3. Atención y Fidelización de clientes

- “Usted elige, Vender o Morir”
- “El Marketing ha muerto, Venketing”

Formador: Luis M^a García de Bobadilla. Licenciado en Económicas y Empresariales. Creador del Venketing, “Vender o Morir”

1. El cliente, el activo más importante
2. ¿En qué negocio estamos? ¿Qué vendemos?
3. El cliente y sus necesidades. La relación de intercambio
4. ¿Enfocados al cliente?
5. Comunicación con el cliente: escucha activa. Saber preguntar. Lenguaje corporal
6. Conceptos clave de atención al cliente: calidad, valor, momentos de la verdad, abrazos al cliente, cliente interno y externo, benchmarking
7. Tipos de clientes
8. Quejas y reclamos
9. La experiencia del cliente
10. La tecnología y el cliente
11. Control y mediciones. Mejora continua
12. Fidelización del cliente
13. ¿El futuro?

Taller 2. Venta activa, comunicación comercial y promoción de ventas

- “Preparar acciones de venta activa adaptadas a la Oficina de Farmacia”
- “Comparar la aportación comercial de diferentes estrategias, tácticas y recursos de promoción”

Formador: Eduardo Creagh. Licenciado en Económicas. Especialista en Marketing, Comunicación y Análisis de Mercado

1. Situación del sector de Oficinas de Farmacia
2. Comunicación comercial, marketing promocional, venta activa
3. Venta activa en la Oficina de Farmacia
4. La estrategia comercial de la Oficina de Farmacia
5. Objetivos de la Comunicación y la Promoción de Ventas en la Oficina de Farmacia
6. Tácticas más adecuadas a la Farmacia. Los materiales de PLV y promocionales
7. Enfoque ante cooperativas, fabricantes/laboratorios, y/o distribuidores
8. Planificación de Comunicación y Promociones
9. Percepción de la prescripción en la Farmacia, por parte del consumidor
10. Actitudes del consumidor en la Farmacia
11. Control y evaluación de Comunicación Comercial y Promoción de Ventas
12. Aspectos legales Promoción de Ventas en la Oficina de Farmacia

Taller 4. Visual Merchandising

- “La Oficina de Farmacia es una oficina de ventas”
- “El escenario sí importa”
- “Mi Farmacia necesita...”

Formador: Carlos Aires. Fundador de Marketing Jazz, Marketing Visual. Diseño creativo del punto de venta

1. Introducción al visual merchandising. Visual Merchandising tridimensional
2. “Veo, veo, tú qué ves”. Campañas de promoción en el punto de venta.
3. “Mi farmacia necesita”
4. Re-merchandising