

**La farmacia
no está rentabilizando
su espacio de venta**



CONTEXTO Y OPORTUNIDAD

El problema actual de la farmacia

La farmacia no está rentabilizando su espacio de venta.

Situación habitual:

- Lineales gestionados por laboratorios, no por la farmacia
- Exceso de expositores y cartelera
- Ausencia de señalética
- Saturación visual que bloquea la compra
- Falta de estrategia comercial en la exposición
- No existen protocolos para gestionar el espacio

Consecuencias:

- El cliente no encuentra fácilmente lo que necesita
- La farmacia pierde ventas por impulso
- El equipo pierde tiempo gestionando el lineal
- Se desaprovechan metros de valor comercial

Resultado:

Un espacio comercial infrautilizado





QUÉ NECESITA HOY LA FARMACIA

¡Soluciones rápidas y sostenibles!

- Acciones con impacto **a corto plazo**
- **Protocolos claros de gestión** del lineal
- Optimización de los **recorridos eficientes**
- **Mejorar la experiencia** de compra
- Ganar espacio para **servicios profesionales**
- **Aumentar la rentabilidad** del espacio



RETAIL — PHARMA EXPRESS

*Servicio de reorganización estratégica de la sala de ventas que optimiza el espacio de la farmacia para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la rentabilidad del lineal utilizando el espacio, el mobiliario y el surtido que la farmacia ya tiene, sin obras ni reformas, **en un periodo express.***

72 horas para salas de venta inferiores a 75 m²

OBJETIVOS DEL SERVICIO

Convertir la sala de ventas en un **espacio comercial rentable**



A través de:

- Reducción del ruido visual
- Organización estratégica del surtido
- Optimización del espacio disponible
- Mejora del recorrido del cliente
- Ganar metros lineales útiles
- Facilitar el autoservicio asistido

RESULTADO

- Espacio más rentable
- Más venta
- Más rotación de stock
- Mejor experiencia de cliente
- Más claridad para el equipo
- Equipo capacitado para mantener el modelo



CÓMO LO HAREMOS

FASE 1

Análisis, diagnóstico y recomendaciones con plan de acción

Diagnóstico estratégico de la sala de venta para definición del nuevo modelo de exposición

Analizamos:

- Perfil del cliente de la farmacia
- Surtido expuesto Vs venta libre (uds y valores)
- Exposición actual
- Saturación visual
- Zonas calientes / frías
- Recorridos del cliente

Identificamos:

- Oportunidades de optimización
- Lineales sobredimensionados
- Duplicidades
- Espacios infrautilizados

Resultado:

- Geomarketing
- Planograma de masas
- Plan de acción





FASE 2

Implantación en farmacia

Intervención en la sala

- Retirada de saturación visual
- Reorganización del lineal
- Redistribución de categorías
- Redefinición y mejora del recorrido
- Optimización de metros lineales
- Creamos zonas de descubrimiento

Formación in situ

Al finalizar la implantación, explicamos criterios de organización al equipo, lógica del recorrido, gestión del lineal.

1 hora turno de mañana

1 hora turno de tarde



Resultado:

- Una sala de ventas más clara, más ordenada y más rentable.
- Un cliente más orientado y con mayor capacidad de elección de lo que necesita



FASE 3

Post implantación

Formación online después de la implantación para el equipo de farmacia.



El titular de la farmacia recibe:

1. Fotos del antes y después
2. Informe de diagnóstico
3. Informe puntos de mejora implementados
4. Manual de mantenimiento del lineal
5. Recomendaciones estratégicas para seguir optimizando la rentabilidad de la exposición y una hoja de ruta para conseguirlo
6. Herramienta de seguimiento con indicadores que permitan controlar la evolución
7. Acceso a 3 píldoras formativas (academia MDF)

Resultado:

- Farmacia retailizada llave en mano
- Equipo capacitado para mantener el modelo



¿HAS DETECTADO ALGUNO DE LOS LADRONES DE RENTABILIDAD EN TU FARMACIA?

- **Saturación del lineal**
- **Espacio mal aprovechado**
- **Falta de protocolos**
- **Saturación visual**
- **Ausencia de estrategia comercial en el lineal**



ANTES

Algunos ejemplos de una implantación



DESPUÉS



ANTES



DESPUÉS



ANTES



DESPUÉS





¿CÓMO COMENZAR?

- **Te contamos las condiciones adaptadas a tu espacio**
- **Toma de datos por parte del consultor**
- **Calendarización del proyecto**
- **Puesta en marcha**



**Empieza ya a rentabilizar
tu espacio.**



GRACIAS

KARINA DI BATTISTA

