

I molteplici cambiamenti che hanno investito negli ultimi anni l'universo farmacia hanno imposto al farmacista di rivedere il proprio business secondo una nuova ottica, spostando maggiormente la propria attenzione verso il consumatore, per il quale si sono aperte nuove ed importanti alternative di scelta e la cui fedeltà è progressivamente divenuta merce di scambio.

La crescente erosione delle vendite e la progressiva contrazione dei margini rappresentano la principale minaccia per il business della farmacia. Si rende pertanto sempre più indispensabile investire in tecnologie legate tanto ad una migliore gestione economica del punto vendita, quanto al rafforzamento della relazione con la clientela riducendone il flusso migratorio, aumentandone la *retention* ed incrementando le performance economiche.

CON TRE PILLOLE AUMENTIAMO IL VERO PATRIMONIO DELLA FARMACIA: IL CLIENTE



Analizzando
comportamenti di
acquisto/non acquisto



Avviando promozioni
mirate



Individuando aree di
sviluppo

Il cuore della nostra proposta commerciale è un sistema integrato di marketing basato sull'utilizzo delle **LOYALTY CARD** e sulla profilazione della clientela in farmacia.



Fidelity Salus S.r.l.

Via Trasimeno Ovest, 5 • 06100 Madonna Alta (PG)

Tel: 075 5996350 • Fax: 075 5998858

www.fidelitysalus.it • info@fidelitysalus.it

Il nostro sistema consente di accentuare il focus verso il consumatore migliorandone la concentrazione degli acquisti nel canale farmacia e la redditività, favorendo al tempo stesso una più efficace allocazione delle risorse promozionali.

La vera sfida del marketing in farmacia è di rafforzare la frequenza di visita del consumatore oltre la dimensione fisiologica legata alla patologia e di tradurre il rapporto in relazioni stabili e continuative sempre più incentrate intorno al *lifestyle* e al benessere.

Se l'obiettivo della farmacia è quello di incrementare le vendite di particolari categorie merceologiche, Fidelity Salus è lo strumento giusto. Siamo in grado di orientare la promozionalità della farmacia in maniera intelligente incentivando la penetrazione nei reparti desiderati.

CONTROINDICAZIONI

L'uso eccessivo può causare:

- Fidelizzazione del cliente,
- Aumento dello scontrino medio,
- Aumento della frequenza di visita,
- Acquisto compulsivo di prodotti mai comprati in farmacia,
- Recupero dei clienti persi,
- Catalogo premi.

