



CÓMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE FARMACIA. UNA CUESTION DE EMOCIONES

“Un 61% de las oficinas de farmacia dicen haber puesto en marcha políticas de fidelización de clientes para aumentar, de esta manera, sus ventas, según los resultados de una encuesta realizada entre 104 farmacéuticos de todas las comunidades autónomas”.

Los farmacéuticos son conscientes de que mantener una relación especial con los clientes actuales es fundamental para protegerse de una competencia cada vez mayor: centros comerciales, marcas blancas... Por eso, la mayoría de los encuestados, un 91%, reconocen la importancia de llevar a cabo este tipo de estrategias

Pero en realidad esta dificultad la podemos convertir desde nuestra **farmacia en una ventaja: nuestros clientes están dispuestos a pagar un sobreprecio siempre que se les de un servicio diferenciado.** Este servicio preferente tiene dos aspectos el del conocimiento del farmacéutico, punto fuerte de la relación con el cliente y otro aspecto aún más importante, la vinculación emocional. Si logramos que el cliente se sienta tratado de una manera personal y exclusiva le tendremos ganado, pero **además será nuestro mejor vendedor.**

FIDELIDAD CUESTIÓN DE EMOCIONES

Es hora de interesarnos realmente por nuestros clientes. El secreto para hacer que repitan en su compra es la combinación de estos factores:

CONOCIMIENTO, en este punto el farmacéutico tiene una ventaja esencial sobre la competencia reconocida por los clientes.

INTERACCIÓN, diálogo en todas sus formas posibles, formación (refuerza su percepción de utilidad de la relación) y convivencia (el contacto personal reafirmará su sensación de pertenencia).

COMPENSACIÓN, está es la parte final del ciclo que nos permite a través de beneficios y privilegios que se obtienen por el simple hecho de tener la **tarjeta de cliente, reconocer una relación especial que supone un factor de motivación importante y una retribución emocional a su esfuerzo.**

SENCILLEZ, LA CLAVE DEL ÉXITO DE UN SISTEMA DE FIDELIZACIÓN

La llave del éxito de todo sistema de fidelización es que sea **sencillo y fácil de utilizar, tanto para el farmacéutico como para el cliente**, que las ventajas y los beneficios sean siempre visibles y fáciles de obtener. Entonces la confianza será mutua y habremos conseguido generar una relación emocional con nuestro cliente, algo mucho más difícil de atacar desde nuestra competencia.

Más información en www.tarjetasfarmacia.es

NEXIS FARMA 630939900