

“adefarma innova”

# nace “adefarma innova”

área digital: marketing on line, redes sociales y ciberseguridad

Apoyo empresarial al servicio de las Farmacias de Madrid

## “adefarma innova”

Te orientamos en **marketing digital** y **redes sociales** para que se conviertan en una palanca de captación de nuevos pacientes/clientes de dispensación.

**L**AS  **OPORTUNIDADES**  
**NUNCA SE PIERDEN** las que tu dejes pasar, otros las aprovecharán

**todo incluido en “adefarma innova”**

**con garantía de satisfacción y sin obligación de permanencia**

## “adefarma innova”


**Estimaciones orientativas de resultados de gestionar bien las RRSS (no incluye importes venta on line)**

**En el área de RRSS salvo campañas de venta, sus resultados se orientan más a la captación y fidelización de pacientes/clientes para conducir el tráfico a la oficina de farmacia, especialmente de la generaciones X e Y y los bommers, hacer una estimación es muy difícil pero como generalidad se hacen las siguientes estimaciones.**

**20 clientes nuevos mes x 12 meses x 240 euros año = 57.600 euros**

## “adefarma innova”

También queremos ayudarte a que en el día a día mejores tu ciberseguridad; fácil y rápido.

**L**AS  **OPORTUNIDADES**  
**NUNCA SE PIERDEN** las que tu dejes pasar, otros las aprovecharán

**todo incluido en “adefarma innova”**

**con garantía de satisfacción y sin obligación de permanencia**

## “adefarma innova”

### Estimaciones orientativas de riesgos ciber que se pueden reducir notablemente a partir de la auditoría de ciber-vulnerabilidad

En temas de ciberseguridad el riesgo siempre dependerá del nivel de protección que se plantee en cada farmacia.

**España es el tercer país del mundo con mayor número de ciberataques**

Los riesgos que se detectan con el informe de cibervulnerabilidad son muchos y de muy diferentes cuantías económicas que se relacionan con:

- Denegación de acceso al los ordenadores de la farmacia con petición de dinero por su rescate
- Captación de BBDD de pacientes de la farmacia con petición de dinero por no divulgación
- Acceso a cuentas bancarias de la farmacia y de la titularidad
- Suplantación ante la farmacia en cobro de pagos a laboratorios y proveedores
- Intervención del TPV si es inalámbrico y cobro direccionado a cuentas que no son de la farmacia
- Suplantación de la web de la farmacia y cobro de ventas fraudulentas
- Falsas compra en nombre de la farmacia con otros destinos de entrega
- ...
  - **3.000 a 12.000** euros de chantaje para liberar terminales
  - **1.000 a 30.000** euros en suplantaciones de pagos y de ventas
  - **40.000 a 20.000.000** euros multa si se divulgan BBDD con datos sanitarios

“adefarma innova”

# farmacia y universo digital

## Elementos que componen el área de redes sociales

1. Análisis y recomendaciones comunicativas de tu visual web
2. Análisis de mejoras y recomendaciones de visual de tus RRSS Facebook – Instagram – Tik tok...
3. Consejos para la mejora de la efectividad en las RRSS
4. Análisis del nivel de cibervulnerabilidad
5. Informe auditado de aspectos a mejorar y controlar en la farmacia en temas de ciberseguridad
6. Colaboraciones y sellos en ciberseguridad

# “adefarma innova”



## 1.1 FACEBOOK FARMACIA ..... informe de campos de mejoras

- Es bueno que se vaya actualizando la foto en perfil en la portada acorde a la temática en campañas pero no se entiende muy bien porqué aparece un .....en la foto de perfil de una farmacia, recomendable justificar en la imagen la asociación de farmacia y .....
- **Seguir al público de precisión que pueda ser de nuestro interés como:** ....., ....., ....., .....
- Los contenidos son buenos, divertidos, pero les falta frecuencia, aunque **en general, están excesivamente orientados a promoción y producto.** Aunque este sea nuestro objetivo (vender), es recomendable **orientar más el mensaje a** ..... **y** ..... **del público (problema-solución).**
- Mejorar el copy de los desarrollos de modo que incorporen ....., y .....
- Cuidar algunas menciones @.. (las que funcionan para Instagram, a veces no lo hacen para Facebook) por lo que se recomienda.....

## “adefarma innova”

- Los ..... se han promocionado en RRSS y eso es muy bueno, pero falta
  - CTA para .....
  - ¿Para quién es el modelo de? .....
  - ¿Para qué sirve? ¿Qué me aporta? Sí... ..
  - ¿Qué se va a hacer con...?

Recomendable hacer varias publicaciones diferentes sobre .....(no tienen por qué ser seguidas, pueden ir alternadas con ....., y si pueden ayudar a reforzar el ....., pero sin ..... directamente)

Ejemplo: ..... (publicación sobre el .....1 / publicación sobre ...../ publicación sobre .....2 / beneficios de ...../ publicación sobre ..... 3 / trucos para que .....)

- Se pueden utilizar más # en las publicaciones que se orienten a ..... para .....



# “adefarma innova”

## 1.2 INSTAGRAM FARMACIA ..... informe de campos de mejoras



- Hay otras dos cuentas abiertas: @farmacia..... y @farmacia.....
- En el perfil se podría comentar que ..... de modo que nos pueden encontrar .....
- No se sigue a público de precisión que pueda ser de nuestro interés como .....
- .....

Los contenidos son parcialmente adecuados ya que deberían tener en cuenta que..... Por lo que sería recomendable compaginarlos con .....

Las stories destacadas no se diferencian de forma adecuada ya que las imágenes.....

- Se podrían añadir más .....
- Se puede aprovechar más con un .....relacionado con la temática.

“adefarma innova”

### 1.3 TIK TOK FARMACIA ..... informe de campos de mejoras



- El contenido es fresco y divertido y se debería compartir con ....., aunque también sería recomendable crear .....para el tipo de público mayoritario que consume esta red en especial los ..... que suponen el ...% de nuestro público objetivo.
- Falta una descripción en el perfil de ..... Para poder detallar ..... de modo que nos permita llegar a mucho más publico objetivo.

## “adefarma innova”

### 2 FACEBOOK recomendaciones (te ponemos 5 pero tenemos 35)



1. Estudia cuáles son tus mejores **horarios de publicación**. Tus pacientes serán mucho más participativos/as en una hora que otras. En cada perfil y por cada tratamiento son diferentes, ayúdate con las estadísticas de página de Facebook.



2. Lo óptimo es que se dedique un día de la semana o al mes a **programar** todas tus publicaciones y así no necesitas ser creativo todos los días.



3. Crea un **grupo privado** de Facebook en el que ofrezcas algo muy especial a tus pacientes/clientes más importantes. Así conseguirás fidelizarlos y tendrás un contacto directo convirtiéndolos/as en embajadores/as de tu marca.



4. Haz un collage con **fotos de tus empleados**. Humaniza tu farmacia y hazles también protagonistas de tu página de Facebook está hecho para las personas y ponerlas en valor siempre es positivo.



5. Haz una recopilación de fechas importantes e hitos de la historia de tu farmacia y **publica en pasado**. Etiqueta o menciona a personas para activar la participación en esas fechas antiguas de tu timeline e incorpora fotos de esas fechas.

## “adefarma innova”

### 4 Y 5 ANÁLISIS DE CIBER-VULNERABILIDAD Y RECOMENDACIONES (Evita sustos y responsabilidades penales)

DISPOSITIVOS	DESABILITADO
CONEXIONES	ACCESO A F
CLAVES	NO UTILIZADO
INFORMACIÓN/ALMACENAMIENTO	
BBDD	CUMPLIMIENTO
ARCHIVOS	CIFRADO IN
NUBE	

**WEB SOFTWARE ACTUALIZADO**  
 Actualizar periódicamente gestor de contenidos, complementos y software de servidor donde se aloja la web. Estar suscrito a un servicio de avisos de seguridad del fabricante del CMS, así como de cualquier otro software que se utilice.

COLOR	SIGNIFICADO	MUESTRA
ROJO	Urgente	
AMARILLO	Puede esperar	
VERDE	No es necesario	

RA

### ACTIVACIONES



- PROGRAMAS
- DESCARGAS
- DISPOSITIVOS
- CONEXIONES
- CLAVES

## “adefarma innova”

### 6 COLABORACIONES Y SELLOS CIBER DE E&E

#### Áreas de inteligencia&ciber de E&E



Ciber-competitividad



Ciber-institucional



Ciber-inteligencia

#### Sellos y colaboraciones en ciber&inteligencia



#### Otras colaboraciones relacionadas

