

JORNADA - VII ANIVERSARIO
GESTIÓN PRÁCTICA DE LA OFICINA
DE FARMACIA

Madrid, lunes 30 de junio de 2008

Con la colaboración de



CÓMO IDENTIFICAR
Y EXPLOTAR LAS FORTALEZAS
DE SU FARMACIA

DEL ANÁLISIS...

- ¿Dónde estoy? Análisis del mercado potencial y de la competencia
- ¿Quién es o podría ser mi cliente? Instrumentos para la segmentación y fidelización
- Cómo establecer un plan de acción
- Ejemplo práctico de una farmacia

...A LA ACCIÓN

- El diseño de la cartera de servicios asistenciales y comerciales
- La implicación y motivación del personal
- La comunicación al cliente
- Ejemplo práctico de una farmacia

Estimado amigo:

Como venimos haciendo desde julio de 2002, cuando CORREO FARMACÉUTICO cumplió su primer año de vida, el próximo 30 de junio celebraremos nuestro séptimo aniversario con una nueva *Jornada de gestión práctica de la oficina de farmacia*, que este año llevará por título *Cómo identificar y explotar las fortalezas de su farmacia*.

Esta jornada se ha convertido ya en una cita tradicional, en un foro de referencia en el que los asistentes, además de adquirir conocimiento, intercambian ideas, dudas y experiencias con los ponentes y con otros colegas de toda España acerca de su trabajo diario al frente de la oficina de farmacia. CF da así un paso más en el objetivo de colaborar con el farmacéutico (en este caso el comunitario) y proporcionarle una oferta formativa útil, rigurosa y práctica.

El programa de este año da un paso más sobre el del pasado y responde a un entorno complejo y más competitivo para la farmacia, lo que le obliga a la farmacia a responder con una mejor gestión para aumentar o al menos mantener sus beneficios.

La jornada se estructura sobre dos partes básicas: del análisis y a la acción. Expertos del máximo prestigio y contrastada experiencia en el sector le ayudarán a estudiar la situación de su oficina de farmacia, su mercado potencial, su competencia y sus clientes, reales y también potenciales, y después le orientarán sobre cómo pasar a la acción: cómo diseñar una cartera de servicios óptima de acuerdo a esas circunstancias en las que se mueve, cómo implicar a su personal en la consecución de los objetivos marcados y, esencial, cómo comunicar todo ello al cliente para ganárselo.

Como es habitual, la jornada, que cuenta con la colaboración de la Sociedad Española de Farmacia Comunitaria (Sefac), será eminentemente práctica. A ello responden tanto la elección de los ponentes, con amplio conocimiento sobre la oficina de farmacia, como el hecho de contar con farmacéuticos comunitarios que expondrán su propia experiencia. ¿El objetivo? Que usted se lleve un buen puñado de conocimientos e ideas que poder aplicar a la suya.

Un año más, hemos puesto toda nuestra ilusión y experiencia en el diseño de la jornada. Espero que el programa resulte de su interés, y poder saludarle personalmente el lunes 30 de junio.

Un saludo cordial.

Francisco J. Fernández
Director
CORREO FARMACÉUTICO

8:30-8:50 h. RECEPCIÓN DE LOS ASISTENTES Y ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

8:50-9:00 h. SALUDO Y PRESENTACIÓN DE LA JORNADA

Francisco J. Fernández, director de CORREO FARMACÉUTICO.

José Ibáñez, presidente de la Sociedad Española de Farmacia Comunitaria (Sefac).

DEL ANÁLISIS...

9:00-10:15 h. ¿DÓNDE ESTOY? ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL Y DE LA COMPETENCIA

- ✓ ¿Cómo es la zona donde se ubica mi oficina de farmacia?
- ✓ ¿Cuáles son mis competidores más directos?
- ✓ ¿Qué tipo de productos y servicios tienen más potencial?

Luis Toro, experto en *marketing* de la empresa MFT Consulting.



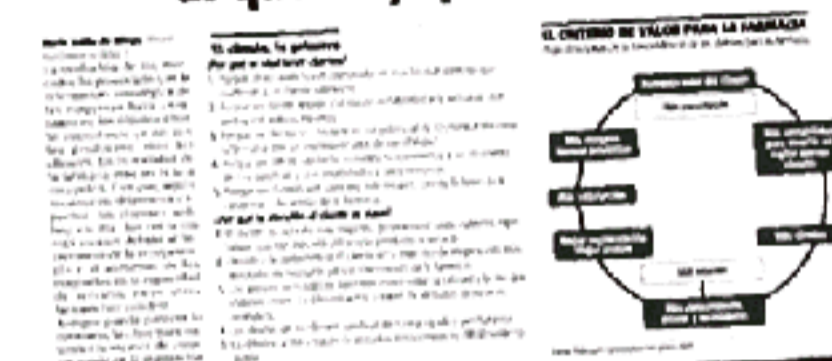
10:15-11:30 h. ¿QUIÉN ES O PODRÍA SER MI CLIENTE? INSTRUMENTOS PARA LA SEGMENTACIÓN Y FIDELIZACIÓN

- ✓ ¿Qué tipo de clientes tiene mi farmacia?
- ✓ ¿Quiénes son los clientes más rentables?

✓ ¿Cómo puedo fidelizar mejor a los clientes?
Juan Carlos Serra, farmacéutico y presidente del Club de Marketing de Barcelona.

DESARROLLAR UNA VINCULACIÓN EMOCIONAL A TRAVÉS DEL PERSONAL, SEGUIR A LOS CLIENTES Y GESTIONAR LAS RECLAMACIONES. APÓYOS PARA EL ÉXITO

El cliente, un recurso muy escaso al que hay que fidelizar



11:30-12:00 h. CAFÉ

12:00-13:15 h. CÓMO ESTABLECER UN PLAN DE ACCIÓN

- ✓ ¿Para que sirve un plan de acción y *marketing*?
- ✓ ¿Qué elementos debe recoger un plan de *marketing*?
- ✓ ¿Cómo se tiene que aplicar en la farmacia?

Luis de la Fuente, director gerente de la consultora Mediformplus.

13:15-13:45 h. EJEMPLO PRÁCTICO DE UNA FARMACIA

✓ Una farmacia explicará su experiencia y evolución a partir de una planificación estratégica.
Isabel García, de la farmacia Roser Bertrán, en Sabadell (Barcelona).

13:45-15:30 h. COMIDA

A LA ACCIÓN...

15:30-16:30 h. EL DISEÑO DE LA CARTERA DE SERVICIOS

- ✓ ¿Qué criterios hay que seguir para diseñar una cartera de servicios?
- ✓ ¿Qué tipo de servicios conviene a cada oficina de farmacia?
- ✓ ¿Qué instrumentos pueden utilizarse para medir el funcionamiento de cada servicio?

Ignacio Falcón, farmacéutico y presidente de Global Services, Marketing & Comunicación de Farmacia.

16:30-17:30 h. LA IMPLICACIÓN Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

- ✓ ¿Cómo incentivar y retribuir al personal de la farmacia?
- ✓ ¿Cómo se puede tener un equipo motivado?
- ✓ ¿Cómo combatir el *burn out* en la farmacia?

Joan Cintero, director general de la consultora Farma&Cia.

17:30-18:30 h. LA COMUNICACIÓN AL CLIENTE

- ✓ ¿Cómo mejorar el trato con el cliente?
- ✓ ¿Qué técnicas se pueden emplear?

- ✓ ¿Cómo influye la comunicación en la mejora de la rentabilidad?

César Martín, consultor de Prysma Calidad y Medio Ambiente.

Por varias causas

El 'burn-out', una amenaza seria para el farmacéutico

M. V.
El aprendizaje de habilidades psicosociales como las relacionadas con la inteligencia emocional no sólo le sirve al farmacéutico para mejorar la atención de sus pacientes, también para superar el estrés que puede generar su actividad. Según Joan Cintero, consultor de Farma&Cia y

BOTICARIOS 'QUEMADOS'

Principales conclusiones de una encuesta a mil farmacéuticos comunitarios españoles sobre sus opiniones respecto al burn-out

- **Frustración:** más del 50 por ciento de los farmacéuticos encuestados tiene sentimientos de frustración.
- **Depresión:** el 35 por ciento tiene síntomas de depresión.
- **Pérdida de interés:** el 20 por ciento ha perdido interés en su trabajo.
- **Aburrimiento:** el 18 por ciento está aburrido con la labor que desempeña.
- **Trabajo:** el 10 por ciento asocia el burn-out con la presión del trabajo que lleva a cabo.
- **Vida personal:** el 95 por ciento opina que el burn-out afecta a la vida personal.
- **Causas:** entre las principales causas del burn-out en la farmacia, los encuestados mencionan la amenaza de la privatización, más carga de trabajo por los mismos ingresos o menores, quejas de los clientes, mal clima e incertidumbre laboral y tedio en el trabajo.



17:30-18:30 h. EJEMPLO PRÁCTICO DE UNA FARMACIA.

- ✓ Una farmacia expondrá su experiencia diaria en la gestión del personal y en su funcionamiento interno.

Juan Antonio Priego, de la farmacia Cinco Caballeros (Córdoba).

Si, deseo inscribirme a **GESTIÓN PRÁCTICA DE LA OFICINA DE FARMACIA**

Precio por inscrito: **150e + 16% IVA.**
Remitir este recorte por fax al 901 022 220

Nombre _____

Apellidos _____

Calle _____

Provincia _____

C. Postal _____ Teléfono _____

E-mail _____ DNI o CIF _____

Fecha y lugar de celebración:

Madrid, 30 de junio de 2008. Hotel Castellana Intercontinental.

Paseo de la Castellana, 49. 28046 Madrid

Información:

Correo Farmacéutico. Atención de 10 a 18 horas en el teléfono 902 996 300

y e-mail: formacionsalud@unidadeditorial.es

Forma de pago:

Transferencia bancaria a favor de UNIDAD EDITORIAL, S.A. indicando en el concepto CONFERENCIA GESTION PRACTICA DE LA OFICINA DE FARMACIA. BBVA Entidad 0182 Oficina 3999 DC 39 Cuenta 0102800009.

DESCUENTO DEL 10% A SOCIOS DE SEFAC
DESCUENTO DEL 10% A GRUPOS DE MÁS DE CINCO PERSONAS