



HEMEROTECA

## Una nueva obra ayuda a la botica a unir gestión y 'marketing'

Por **El Global** - 12 junio 2015

**EL GLOBAL BARCELONA** | viernes, 12 de junio de 2015 h

Más de una docena de expertos en marketing aplicado a la oficina de farmacia se han unido para publicar el libro *Todo lo que debe saber sobre la gestión de la farmacia: Marketing*, el primero de una serie de seis obras que abordarán todos los aspectos relacionados con la gestión de la oficina de farmacia. El director y editor de la publicación, editado por Profit y patrocinado por Ferrer, Juan Carlos Serra, explicó, durante la presentación del libro en el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Barcelona, que “en esta obra se podrán encontrar las directrices para aplicar la ciencia del *marketing* a la farmacia”. De este modo, apuntó, “la idea es que, a la par que lees el libro puedas realizar el plan de marketing para la farmacia”.

Sus casi 500 páginas se organizan en cuatro partes. Una primera parte general que trata básicamente de la farmacia actual y la farmacia del futuro; una segunda parte, titulada la fase analítica del *marketing*, donde se incluye el análisis interno y externo de la farmacia y se sientan las bases del plan de *marketing*; una tercera parte, la fase estratégica del *marketing*, donde se desarrollan desde un punto de vista práctico los importantes conceptos de objetivos, segmentación, posicionamiento y ventajas competitivas de la farmacia; y por último, la fase operativa del marketing, donde se describen y evalúan las distintas herramientas que están en manos de la farmacia para incrementar ventas y rentabilidad.