

Conocimiento y Fidelización de Clientes Aumento de Facturación y Rentabilidad



 clientes@efidelity.es

 +34 91 123 42 57

 /PHarmaFulcriEspana

 /PHarmaFulcri

Las ventajas para su Farmacia

Sus clientes son el futuro de la Farmacia La importancia de conocer y fidelizar el cliente

CONSOLIDA LA RELACIÓN

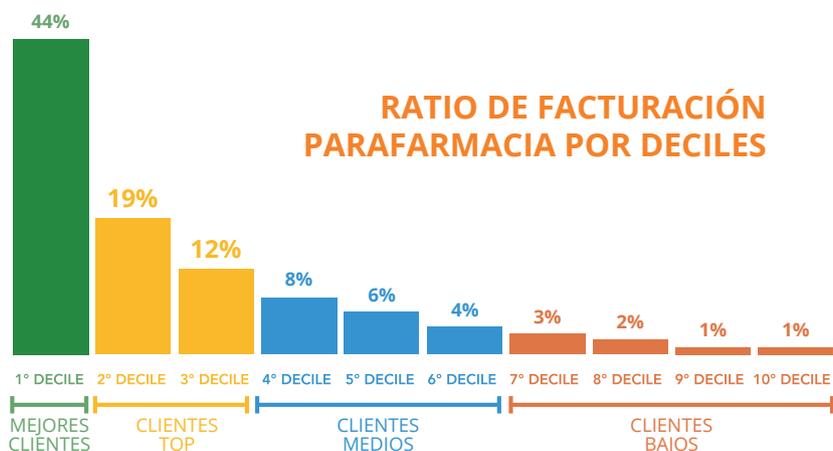
La motivación de la cercanía no constituye la única razón para volver a una Farmacia determinada. **Consolidar la relación con sus clientes y fidelizarlos fomenta el regreso a la Farmacia.**

Gracias a **un sistema de premios inteligente y flexible basado en sus necesidades**, puede obtener puntos en cada compra de parafarmacia y el cliente tiene derecho a cupones de descuento, servicios o premios especiales.

CONOZCA A SUS CLIENTES

¿Quiénes son los mejores 10 clientes de su Farmacia?

El 30% de los clientes genera el 75% de la facturación de parafarmacia con un valor medio de los clientes "top" superior a los 1.000 € anuales. Gracias a un análisis constante de las compras y de su frecuencia con E-Fidelity conocerás **los clientes, sus características, sus deseos y podrás fidelizarlos con iniciativas de micro-marketing.**



Fuente: Observatorio E-Fidelity

INICIATIVAS DE MARKETING

Hacer promociones estacionales u ofrecer descuentos generales a todos los clientes es a menudo una acción comercial, pero también supone **un coste muy importante en términos de falta de rentabilidad**. Gracias a las iniciativas de micro-marketing, podrá ofrecer **promociones personalizadas a sus clientes**, limitándolas sólo a aquellos potencialmente interesados en la oferta y propensos a la “reducción de precio”.



HÁBITOS DE COMPRA

¿Quiénes son las **madres** que acuden a su Farmacia? ¿Puedes contactar a los **amantes del deporte** para proponer la nueva línea de suplementos? ¿Conoces las **mujeres** entre 30 y 60 años que han comprado **Somatoline** a lo largo del año pasado? Gracias al conocimiento de los hábitos de compra, tiene la oportunidad de **estimular las compras relacionadas y complementarias**.

Herramientas de Marketing



BUSINESS INTELLIGENCE

Un módulo para aplicar las **reglas de micro-marketing sugeridas directamente por E-Fidelity** basadas en la estacionalidad y el análisis de datos, o establecidas por su estrategia promocional.



CUPÓN

Sistema de cupones para **desarrollar ventas** en línea con la política comercial de la Farmacia basada en el conocimiento de los hábitos de compra de sus clientes.



INFORMES

Estadísticas completas para cada campaña, datos de fidelización y rentabilidad de campañas, así como de perfiles de clientes y avisos de información constante sobre elementos de mayor importancia.



COMUNICACIÓN DE PROMOCIONES

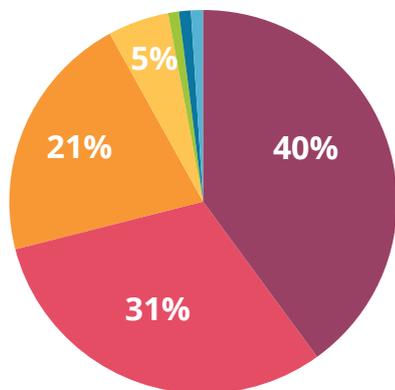
El conocimiento de sus clientes permite proponer la oferta más adecuada a sus necesidades de manera personalizada. **Comunicar las promociones a través de otros canales** no es siempre una tarea fácil. Con E-Fidelity puede... gracias a los SMS y Email, puede **enviar cupones a los titulares de tarjeta, segmentando las iniciativas y los grupos de clientes** para ofrecer descuentos y promociones personalizados.

Dato Observatorio E-Fidelity

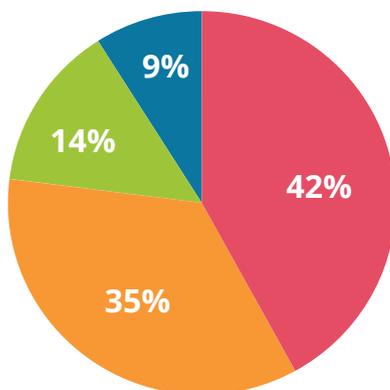
Un extracto del Observatorio E-Fidelity contemplando compras en farmacias con tarjeta y con los tipos de catálogos de premios utilizados.



COMPRA DE PARAFARMACIA CON TARJETA POR CATEGORÍA



TIPO DE CATÁLOGO DE PREMIOS



- Alimentación y Dietética
- Productos Sanitarios
- Herboristería y Fitoterapia
- Galénica
- Higiene y Cosmética
- Homeopatía y Med.
- Natural Veterinaria

- Catálogo sólo Vales
- Catálogo Vales + Premios de Farmacia
- Catálogo con todos los tipos de premio
- Otros

Fuente: Observatorio E-Fidelity

Características

PROPIEDAD DE LOS DATOS

Todo el mundo E-Fidelity de su Farmacia le pertenece, **usted es el titular de la propiedad de los datos** de sus clientes.

LLAVE EN MANO

Nos ocupamos de la parte burocrática, de la garantía bancaria, pasando por la redacción y presentación del reglamento, notificando a la autoridad correspondiente, los nombramientos de gestión de datos hasta los procedimientos para salvaguardar y preservar los documentos.

CONSULTORÍA DE MARKETING

Un plan operativo con **iniciativas de marketing** estacionales, iniciativas dedicadas a eventos específicos y otras ideas para apoyar su estrategia comercial y de comunicación

SISTEMA DE PREMIOS

Sea libre para definir el sistema de premios, las reglas de puntos y el catálogo de premios para sus clientes.

ASISTENCIA

Siempre hay alguien preparado para brindarle el **apoyo necesario**.



PHARMAFULCRI marketing integrado in farmacia

Aplicación web para gestionar la **comunicación de su Farmacia** con carteles y Stopper personalizados para **los titulares** de la tarjeta. Dispone de acceso a PharmaDB, una base de datos con más de 150.000 imágenes en alta resolución facilitadas por los laboratorios

Para sus Clientes

E-Fidelity piensa también en su cliente que activa la tarjeta de fidelización.

El proyecto contempla la realización de una página web con un **área reservada** para cada titular de tarjeta, con las siguientes ventajas:

- ✓ Verificar el saldo de puntos
- ✓ Catálogo de premios para consultar online
- ✓ Reserva del premio seleccionado
- ✓ Verificación e impresión de cupones activos

Pensamos en los recursos **gráficos personalizados y coordinados** para su Farmacia para: área web, tarjeta, catálogo, cartel...



Contacto

 clientes@efidelity.es

 +34 91 123 42 57

 www.efidelity.es

Síguenos

 /PHarmaFulcriEspana

 /PHarmaFulcri



 Powered by
Fulcri s.r.l.

E-FIDELITY® 

La Tarjeta de Fidelización de Su Farmacia