

# Asefarma descubre las claves del 'marketing' sensorial

■ La consultora da consejos para conquistar al cliente en la farmacia a través de los cinco sentidos

EL GLOBAL  
Madrid

Con el objetivo de hacer de la farmacia un lugar atractivo para los clientes a través de los sentidos, Asefarma lanza una serie de recomendaciones para potenciar el llamado *marketing sensorial*. Tal y como explican desde la consultoría especializada en farmacia, olfato, vista, oído, tacto y gusto pueden ser las claves para que la botica se diferencie.

En cuanto al sentido de la vista, desde Asefarma apunta la necesidad de crear un espacio atractivo en la farmacia. "Se mire por donde se mire, no daría buena sensación tener cajas amontonadas a la entrada de la botica o papeles tirados por el suelo". En este sentido, consideran "evidente que debemos mantener el orden y la limpieza". Pero, yendo mucho más allá, dicen, "debemos cuidar

también la iluminación, que habrá de ser suficiente, pero no resplandeciente". Así apuntan a la necesidad de hacer que la iluminación destaque el acceso de entrada de la farmacia como reclamo, "que invite a entrar y a la vez también realce las zonas de paso", señalan.

Por otro lado, desde Asefarma recomiendan evitar colores estridentes, "optando por alternativas más suaves y agradables a la vista, así como espacios vacíos o zonas en las que el producto permanece amontonado o descolocado, porque la sensación visual que esto aportaría al cliente no es para nada positiva".

En lo referente al sentido del oído, la consultora lanza una serie de recomendaciones relacionadas con la música que se pone en la oficina de farmacia. "Música suave de fondo, hilo musical o incluso la sintonización de una cadena



Generar un entorno atractivo a la vista, poner música agradable, ofrecer muestras de alimentos o cremas o cuidar los aromas que se desprenden en la farmacia son algunas de las claves que da Asefarma.

de radio (o a través de Internet) que ofrezca música variada, hace agradable la visita del cliente a la farmacia y la jornada laboral del empleado", señalan. Otra idea, "pueden ser las soluciones de *marketing* auditivo, con las cuales se puede ofrecer consejos a los clientes de la farmacia promocionando, por ejemplo, las ofertas y productos del momento".

Además, en cuanto al olfato, apuntan a la importancia de la llamada "memoria olfativa". Aquí consideran buena idea "emplear un perfume suave que pueda

favorecer la estancia y ayudar al recuerdo positivo de la compra".

También aluden al sentido del gusto. En este sentido, apuntan a la necesidad de "atraer al cliente por el estómago, ofreciéndole caramelos, gageas, golosinas". Se trata, explican, de productos "que podamos tener de muestra y se pueden dar como obsequio a los están esperando a ser atendidos".

Por último apuntan al tacto, "a través del ofrecimiento de cremas, geles u otros productos que puedan ser probados en el espacio de venta".

## BANCOFAR PONE EN MARCHA UNA LÍNEA DE PRÉSTAMOS DE 150 MILLONES DE €

**100 millones de €  
para adquisición o reforma de Farmacia**

Si es usted farmacéutico y necesita del apoyo financiero para la adquisición o reforma de su farmacia, en Bancofar lo encontrará con el trato que merece.

Rotulación, robotización, mobiliario, informatización, seguridad, iluminación, etc.

100 millones de € que **esperan poder apoyar a su Farmacia.**

**50 millones de €  
para la instalación de su Farmacia**

Apoyamos sus proyectos para impulsar su farmacia con una línea de crédito para la evolución profesional.

Con más de 50 años de experiencia apoyando al Farmacéutico, Bancofar continúa resolviendo las necesidades financieras del colectivo con el trato y servicio personalizado que nos diferencia.

50 millones de € que **esperan impulsar su Farmacia.**

**Es un buen momento, pídanos su préstamo**



**Grupo Banco Caminos-Bancofar**



Escribanos  
info@bancofar.es



Llámenos  
901 10 10 15



Visítenos  
En cualquiera de nuestras oficinas