

Un mejor servicio a los clientes debe primar en la distribución de la botica

- La farmacia de Carolina Torres cuenta ahora con más exposición de productos y espacio destinado al público
- Apotheka proyectó este local en forma de 'U', con varias salas para atender las necesidades de los pacientes

La farmacia se consolida como espacio para la dermocosmética

REDACCIÓN
Cádiz

Con la convicción de que el esfuerzo se verá algún día recompensado, Carolina Torres decidió trasladar su botica a un local con mayor superficie y visibilidad, situado en la localidad gaditana de Algeciras. En este establecimiento, de aproximadamente 340 m², realizó un proyecto completo de la mano de Apotheka, compañía especializada en diseño y reforma de farmacias.

"No era un proyecto sencillo porque el local tiene una distribución en forma de 'U', pero ha quedado muy bien", explica esta farmacéutica. Para salvar esta situación, se optó por poner la puerta en un extremo de la farmacia y en el otro se ubicaron los mostradores. Así, la mayor superficie se ha dedicado al público, que hasta llegar al mostrador debe realizar un recorrido en el que se encontrará con góndolas donde se exponen artículos. "La exposición ha quedado muy bien porque se ven todos los productos", afirma.

Además, en los dos extremos de la farmacia se han ubicado varias estancias destinadas a diferentes usos por parte de la titular de esta oficina de farmacia. Esta farmacéutica tiene claro que "hay que dar el mejor servicio a los pacientes", a pesar de la crisis. Por ello, ha apostado también por la parafarmacia, pero acompañada de una buena formación para poder resolver "cualquier duda, no solo sobre medicamentos".

Y todo el esfuerzo realizado por esta farmacéutica ha dado buenos resultados. Para ello, ha resultado



La instalación de góndolas y otros sistemas de exposición ha permitido que en el recorrido que los clientes realizan desde que entran a la farmacia hasta que llegan al mostrador quede a la vista de todos gran parte de los productos con los que cuenta la farmacia de Carolina Torres.

clave contar con el consejo de profesionales. En este caso, esta botica se decantó por Apotheka, gracias al estudio que le presentó. Y también porque, según asegura esta farmacéutica, el mobiliario "es de muy buena calidad y a un precio muy razonable". Tras su experiencia con Apotheka, el mensaje que Torres envía a sus compañeros es que "hay que aguantar los tiempos que vienen, pero uno no se puede quedar atrás y debe seguir luchando".

Con el patrocinio de:

www.apotheka.com



Tener un personal motivado

Además de los clientes, los propios trabajadores de la farmacia de Carolina Torres han mostrado su satisfacción por las mejoras que esta botica ha introducido en su negocio, a pesar de que estos cambios han supuesto un mayor volumen de trabajo para ellos. "Todos han colaborado y se han implicado mucho", reconoce Torres, que se deshace en halagos hacia su personal, del que aplaude su colaboración y motivación. De hecho, el próximo proyecto de esta farmacéutica consiste en dividir las categorías de la farmacia entre los trabajadores para que cada uno se responsabilice de un área. Con ello, pretende prestar un mejor servicio a los clientes. "Tenemos muchas ganas de trabajar todos", afirma.



La decoración navideña llega también a los escaparates de las farmacias

- Asefarma defiende que adornar las boticas es una clave de éxito en estas fiestas

REDACCIÓN
Madrid

El farmacéutico ha de cuidar la presentación, la distribución y la organización de todos los productos. Así lo defienden desde la Asesoría de Gestión Dinámica de la Farmacia (Asefarma), que pone especial hincapié en la importancia del escaparate como "ventana desde la que la farmacia se muestra al mundo".

Por ello, animan a adecuar este espacio a cada época del año, al igual que hacen otro tipo de establecimientos, puesto que la clientela demanda productos diferentes. En este sentido, emplean como argumento que si el escaparate es atractivo los clientes "tendrán no solo la curiosidad, sino la necesidad de entrar".

Y ahora toca adaptar la imagen a las fiestas navideñas en una época que llama a las compras. Por ello, desde Asefarma aconsejan

tener en cuenta algunos aspectos, como la iluminación y los colores, a la hora de decorar el escaparate. A este respecto, recuerdan que los rojos, verdes y dorados predominan en estas fechas, pero que también se puede apostar por un diseño más minimalista con blancos y plateados. No obstante, matizan que resulta importante no romper el equilibrio ni recargar en exceso el establecimiento.

Por otra parte, proponen algunos mensajes navideños del tipo:



La farmacia de María Ángeles Castro, situada en la calle Monte Igueldo, adecuó su escaparate a la época navideña con el objetivo de impulsar las ventas.

"En Navidad, regala salud" y, en cuanto al tipo de mercancía a vender, apuntan, por ejemplo, a los productos de parafarmacia. Tam-

bién ofrecen soluciones creativas para quienes dispongan de un presupuesto reducido, como belenes de figuras de espuma y otros materiales.