

Gestión farmacéutica

Contenidos de las farmacias en redes sociales: si están organizados, mejor

Trazar objetivos o elegir una red adecuada a cada uno de ellos son aspectos claves

EL GLOBAL
Madrid

En la comunicación de la farmacia conviene tener presente siempre que es mejor organizar y gestionar los contenidos que se publican y comparten de una manera planificada. Es preferible planificar a la improvisación, porque cualquier mínimo error "puede dar al traste" con la estrategia que se haya pensado en la farmacia.

Así ha arrancado la sesión formativa que Asefarma ha celebrado de la mano del departamento de Comunicación de la asesoría. En ella se han dado varias claves prácticas para gestionar de una manera eficiente las redes sociales: trazar objetivos, elegir una red social adecuada a ellos, organizar los contenidos a publicar a una semana o mes vista y acogerse, en la medida de lo posible, al plan de marketing y de comunicación que se haya pensado de antemano.



Tanto Susana Cabrita como Miriam Muñoz han explicado que no sirve de nada ponerse a publicar si no se tiene una estrategia previa. Como tampoco sirve de mucho compartir un contenido de la farmacia si no se plantea de antemano que responde a un objetivo claro: hacer crecer las ventas, dar a conocer al

equipo de trabajo, difundir la marca propia, etcétera.

Durante la sesión formativa se han dado, además, algunas pinceladas sobre cómo se deben planificar los contenidos, así como una larga lista de ideas para crearlos. No sólo consiste en contar con contenido propio y original, sino que de-

ben cuidarse muchos aspectos a la hora de presentarlo: escenario, iluminación, tamaño y formato, entre otros.

Como han detallado desde el departamento de Comunicación, las redes sociales a día de hoy ofrecen múltiples posibilidades de presentar el contenido. Un aspecto que hay que aprovechar, ya que, "al fin y al cabo, el vídeo siempre ha sido el rey de la comunicación y puede estar presente en una storie, en un reels o... ¿por qué no? También en un directo", expusieron.

A lo largo de la formación también se han detallado las diferentes herramientas que existen en la actualidad (y que pueden estar a mano de cualquier farmacéutico) para planificar y programar los contenidos que se comparten en redes. Para los expertos, se trata de una ayuda básica, especialmente para aquellas farmacias que no pueden dedicar mucho tiempo a las redes.

Asimismo, se ha explicado que las redes sirven para hacer a la farmacia más social, para difundir contenidos y hacerlos también más sociales. Y, en definitiva, para darse a conocer más allá del público habitual al que está acostumbrada la farmacia". Este tipo de redes "cumplen a la perfección" la función de contenido público de la farmacia.

SEGUIMOS ADELANTE. SEGUIMOS JUNTOS.

Todas las personas que formamos Cinfa
continuamos trabajando para vosotros
y vuestros pacientes.

