

PROPUESTA FORMATIVA

VENTA CONSULTIVA EN OFICINA DE FARMACIA



CM TO
COACHINGMASDOS
CUVA

WWW.COACHINGMASDOS.COM



DESCRIPCIÓN:

Con esta formación aprenderemos a rentabilizar nuestra actuación como profesionales de la oficina de farmacia en las distintas situaciones que se nos presentan en nuestra oficina de farmacia.

Obtendremos los conocimientos necesarios para planificar y desarrollar una estructura de venta adaptada a las necesidades de nuestros pacientes y a nuestros intereses.

Estos conocimientos nos permitirán aumentar nuestros ingresos y mejorar la atención y servicio al paciente, además de la fidelización de los mismos.

OBJETIVOS GENERALES:

Con este taller conseguiremos...

- ✓ **Gestionar** de la manera más eficiente nuestra oficina de farmacia y la atención al paciente.
- ✓ **Aprender** cómo aumentar los ingresos de nuestra oficina de farmacia a través del Crossselling y el Upselling.
- ✓ **Aprender** técnicas de fidelización de clientes y ventas adaptadas a la relación paciente- farmacéutico/a.
- ✓ **Desmontar** creencias propias del sector farmacéutico.
- ✓ **Identificar** nuestras potencialidades, recursos, motivaciones, y limitaciones personales.



- ✓ **Empoderar** nuestra imagen como autoridad sanitaria resolutive.
- ✓ **Identificar** correctamente las necesidades, problemas y expectativas del paciente.
- ✓ **Mejorar** la comunicación con los pacientes.
- ✓ **Capacitarnos** para poder resolver correcta y satisfactoriamente las de nuestros pacientes/clientes.

ESTRUCTURA DEL TALLER

MÓDULO 1. LOS 4 OBSTÁCULOS

OBJETIVOS MÓDULO 1:

- Analizar la ocupación del farmacéutico en el contexto social actual
- objeciones - Adaptar las competencias profesionales tradicionales del farmacéutico (Dispensar, formular, asesorar...) a las competencias actuales (Consejo, Habilidades sociales, comerciales, atención al cliente...)
- Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.



CONTENIDOS MÓDULO 1:

- Papel del farmacéutico como Autoridad Sanitaria
- Farmacia comunitaria española
- Funciones del farmacéutico. Ética y responsabilidad.
- Información frente a consejo farmacéutico
- Definición Información
- Definición de consejo farmacéutico
- Dispensación y dispensación activa en la oficina de farmacia
- Consejo farmacéutico y visibilidad del producto en la dispensación activa

MÓDULO 2. DIAGNÓSTICO DE MI IMAGEN

OBJETIVOS MÓDULO 2:

- Analizar las debilidades, fortalezas amenazas y oportunidades de nuestra oficina de farmacia.
- Definir un plan de acción y establecer objetivos en base al análisis D.A.F.O/C.A.M.E.
- Realizar una autoevaluación sincera de nuestra imagen personal
- Empoderar nuestra imagen como autoridad sanitaria resolutive
- Conocer las claves para una comunicación eficaz con nuestros pacientes



2.1. Imagen Personal

- Cuidado, apariencia física y buenos modales
- Actitud positiva y profesional

2.2. Comunicación

- Verbal
- No verbal
- Visual
- Telefónica

2.3. Escucha activa

2.4. Conceptos claves

- Empatía y Simpatía

MÓDULO 3. ¿POR QUÉ NO VENDO?

OBJETIVOS MÓDULO 3:

- Analizar las posibles causas de no vender
- Desmontar creencias propias del sector farmacéutico.
- Identificar correctamente las necesidades, problemas y expectativas del paciente.

CONTENIDOS MÓDULO 3:

3.1. Creencias (Concepto)

- 3.1.1. Creencias propias del sector farmacéutico
- 3.1.2. Persuasión vs. Manipulación

3.2. Objeciones

- 3.2.1. Objeciones en la oficina de farmacia
- 3.2.2. Razones objetivas que dan soporte a mis creencias



MÓDULO 4. SOY FARMACÉUTICO/A

OBJETIVOS MÓDULO 4:

- Aprender técnicas de fidelización de clientes y ventas adaptadas a la relación paciente - farmacéutico/a
- Gestionar de la manera más eficiente nuestra oficina de farmacia y la atención al paciente.
- Adoptar una actitud más proactiva ante sus actuales clientes/pacientes.
- Trabajar todas las fases de la venta en farmacia.

CONTENIDOS MÓDULO 4:

4.1. Fase de apertura

4.1.1. La acogida en una farmacia. Lenguaje verbal y no verbal (saludo, mirada, sonrisa)

4.1.2. Anclaje en las colas

4.2. Determinación del producto

4.2.1. Atención personalizada

4.2.2. Detección de necesidades del paciente

4.2.3. Preguntas poderosas

4.2.4. Escucha activa

4.3. Argumentación

4.3.1. La argumentación en la venta farmacéutica

4.3.2. Determinando el producto

4.3.3. Características y beneficios



4.4. Objeción

4.4.1. Definición

4.4.2. Tipos de objeciones

4.4.3. Tratamiento de objeciones

4.5. Cierre

4.5.1. Técnicas del cierre

4.5.2. Despedida y seguimiento del paciente

MÓDULO 5. EL CROSSELLING Y EL UPSELLING

OBJETIVOS MÓDULO 5:

- Aprender técnicas y medios para poder resolver correctamente las objeciones de nuestros pacientes/clientes a través de operaciones de Crossselling y Upselling
- Interiorizar operaciones sencillas de venta cruzada y aumentar el nivel de confianza.
- Aprovechar todos los recursos de la farmacia para vender más productos y servicios.
- Diseñar un sistema de evaluación y seguimiento de la gestión de venta cruzada.

CONTENIDOS MÓDULO 5:

5.1. Definición Crossselling y Upselling

5.2. Aplicación de las técnicas crossselling y Upselling en la “farmaventa”



5.2.1 Tranquilizantes/insomnio

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.2 Diabetes

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.3 Antiinflamatorios

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.4. Tensión

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones



5.2.5. Infecciones

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.6. Antigripales

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.7. Enfermedades crónicas

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

5.2.8. Protección solar

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones



55.2.9. Higiene Bucal

- Preguntas
- Argumento
- Consejo vs. Información
- Objeciones
- Solución objeciones

BLOQUE III

DÍA 4 / 5. COMUNICACIÓN CON MI EQUIPO.

REUNIÓN TITULAR-EQUIPO.

CIERRE PROCESO. 5/6 HORAS

MÓDULO 6. LIDERAZGO

OBJETIVOS MÓDULO 6

- Aprender a utilizar herramientas para poder motivar a tu equipo para tomar decisiones y ejecutar acciones alineadas con la visión de la organización, los objetivos y la estrategia.
 - Conocer las habilidades y actitudes necesarias para liderar equipos de trabajo.
 - Identificar los diferentes tipos de liderazgo a aplicar.
 - Organización de Campañas. Tareas. Funciones.
- Formatos ajustados a cada proceso

- FIN DEL PROCESO



**VENTA CONSULTIVA PARA PROFESIONALES
DE LA OFICINA DE FARMACIA**

CRONOGRAMA

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	CM2
DÍA 1: Formación GRUPO 1 GRUPO 2	DÍA 2: Observación in situ Casos Prácticos	DÍA 3: Observación in situ Casos Prácticos	DÍA 4: Liderazgo Reunión de Equipo	Nº MIEMBROS DEL EQUIPO
Módulo 1-4	Módulo 5	Módulo 5/6	Módulo 6	TOTAL €
8 Horas	8 Horas	8 Horas	5 Horas	