



asun arias consultores

Taller De Gestión

CALENDARIO DE ACTIVIDADES 2018-2019

2018

10
SEP

17
OCT

08
NOV

10
DIC

2019

15
ENE

Un programa de 5 días de duración, impartido por las expertas: Elena Aguilar y Diana Gavilán, Horario de 11 a 19 hr, Especialmente diseñado para farmacéuticos y personas que quieran mejorar su nivel de gestión en la farmacia.

Objetivos

- Abordaremos las herramientas básicas para implantar un sistema de gestión infalible que nos permita optimizar los resultados de nuestra empresa

Información e inscripciones:

Contacto: Beatriz Ballesteros 633 250 222 ·

info@asunarias.es

Horario de 10 a 14 hr de Lunes a Viernes

Lugar:

Hotel Zenit Don Yo

C/ Bruil, 4-6, 50001 Zaragoza



PROGRAMA DÍA A DÍA 2018-2019 ZARAGOZA



TALLER DE GESTIÓN

asun arias consultores



1. PRESENTACIÓN DEL CURSO

2. ANALISIS PRELIMINAR DE LA FARMACIA

Para saber a dónde queremos ir, antes debemos saber dónde estamos ahora. Manejar nuestros datos nos enfrentará a la realidad. El Big Data lo tenemos en casa si sabemos trabajarlo y sin costes adicionales.

- Receta vs Venta libre.
- Categorización de la farmacia.
- Stock por categoría.
- Análisis del ticket medio, número de operaciones y análisis por vendedor.

3. DISEÑO DE LA GAMA DE PRODUCTOS

Una gama de productos bien diseñada ayuda a generar mayores beneficios, a simplificar y facilitar la venta y a reducir las interferencias entre el farmacéutico y sus públicos externos e internos. ¿Quieres arriesgarte a un mal diseño de tu gama de productos?

- Cómo detectar si cubrimos las necesidades de nuestros clientes.
- Amplitud y profundidad de la gama por categoría.
- Beneficios de concentrar proveedores.
- Distintas estrategias a seguir para implementar la gama.



4. DISEÑO DEL STOCK

Necesito herramientas y un sistema que me permitan comprar lo que voy a vender y vender lo que voy a comprar.

- ABC de proveedores.
- Rotación por categoría.
- Stock: separar el grano de la paja.
- Selección de mis proveedores.



5. COMPRA A LABORATORIOS

¿Soy un verdadero profesional de la compra? Cada día me enfrento a profesionales de la venta. ¿Compro lo que necesito comprar o lo que necesitan venderme?

- Cómo hacer una implantación.
- Cómo hacer una reposición.
- Compra de genéricos.

6. COMPRA A MAYORISTA

¿Entiendo a mi principal proveedor? ¿Conozco mis costes con mi mayorista? Debo optimizar las ventajas que me ofrece.

- Desglose del precio que pago por línea (costo, cargo cooperativo, descuento,...).
- Cómo cuadrar el albarán con el pedido en el programa de gestión.

7. RECEPCIÓN DE PEDIDOS

Analizar la importancia de que me llega lo que pido. Mi sistema debe ser fiable y recoger la realidad al 100%.

- Cómo introducir los pedidos en nuestra ERP.
- Cómo chequear los pedidos en nuestra ERP.
- Cómo leer un albarán y una factura. Descuentos, bonificaciones y vencimientos.
- Pricing: aplicación de los márgenes.

8. GESTIÓN DE ENCARGOS Y FALTAS

Los encargos son un arma de doble filo. Cada encargo nos ayuda a cubrir la necesidad del cliente pero nos hacen perder margen y pueden convertirse en stock muerto en la estantería.

- Registro de encargos y seguimiento.
- Registro de faltas y análisis de las mismas.



9. GESTIÓN DE ALMACEN

El stock cuesta dinero. No hay que tener ni un € de más ni un producto de menos.

- Tipos de almacén.
- Colocación y reposición del punto de venta y del almacén.
- Inventario: cómo hacer que cuadre.
- Análisis ABC: ¿qué hago con los D?.
- Gestión de caducados.
- Niveles de stock por categoría según la rotación.
- Nivel de servicio.

10. VENTA Y PUNTO DE VENTA

Yo vendo, tú vendes, él vende....TODO VENDE.

- Formación del personal: la importancia de conocer el producto.
- Protocolos de venta y dispensación.
- Venta cruzada.
- Criterios de venta y protocolos de actuación con el cliente.

11. FIDELIZACIÓN

Existen muchas herramientas de fidelización. ¿Estoy aprovechándolas o tiro el dinero?

- Ventajas:
 - i. Acceso a ventas segmentadas por:
 - 1. Tipo de cliente.
 - 2. Edad y género.
 - ii. Leads cualificados.
- Inconvenientes:
 - i. Si no lo uso, tiro el dinero.

12. GESTIÓN DE MUESTRAS Y REGALOS

El poder de la muestra: cómo conseguir fidelizar y demostrar sus necesidades a nuestros clientes



13. BRANDING

El mayor activo de la farmacia: Su marca

- Naming: La importancia de llamarse farmacia.
- Identidad corporativa.
- Estrategia de marca.
- Posicionamiento de la marca de mi farmacia.

14. SATISFECHOS Y FIELES. EL AMOR EMPIEZA EN LA DIFERENCIACIÓN

- La experiencia del cliente en la farmacia y como maquetarla.
- Más que satisfechos: Clientes encantados.
- Fidelidad y programas de descuentos. Obra son amores.....

15. PLAN DE MARKETING

El marketing es caro y es fácil tirar el dinero. Trabajar sin un plan es mucho riesgo para ti.

- Un plan tiene objetivos numéricos.
- Un plan tiene estrategia.
- Un plan tiene que poder ejecutarse.
- Yo puedo hacer un plan de marketing sin morir en el intento.

16. SENSORY AT THE PHARMACY

Una farmacia para clientes con cinco sentidos

- La vista para informarse
- El oído para motivar
- El olfato para emocionar
- EL tacto para decidir
- Y el gusto.... ¡El gusto es mío!



17. CONTABILIDAD Y FISCALIDAD. ¿CÓMO ENTENDERLA?

La contabilidad es una imagen real de nuestra empresa y comprenderla me ayuda en la toma de decisiones.

- Influencia del stock en nuestra cuenta de resultados.
- Análisis de las partidas de la cuenta de resultados.
- Revisión facturación.
- Cash Flow.

18. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Gestiono porque planifico.

- Cómo marco mis objetivos de venta .
- ¿Cuánto debo vender al mes? ¿Y cada día?.
- ¿Cómo prever mis compras?

19. INCENTIVOS

A todos nos gusta sentirnos valorados: cómo establecer un sistema justo de retribuciones.

- Conceptos que puedo incentivar.
- Cómo medir los objetivos.
- ¿Colectivos o individuales?.
- ¿Dinero o especie?.

20. PREVENCIÓN DE ROBOS

No vamos a hablar ni de alarmas ni de policías. Hablaremos de cómo evitar los robos internos.

- Parámetros a controlar en el día a día.
- Muestreo de inventario.