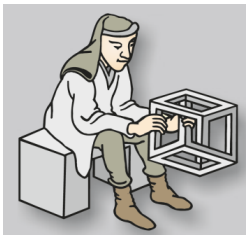

FRENI
Ricerche di Marketing

LA FARMACIA
CHE BATTE LA CRISI E LA CONCORRENZA

SE STAI PENSANDO A ...

Spostare la sede della farmacia alla ricerca di spazi più grandi

- per ampliare l'offerta di prodotti e allargare l' esposizione con nuove merceologie (veterinaria, integratori per lo sport, ecc...)
- per rendere disponibili nuovi servizi (area benessere, consulenza omeopatia, autoanalisi del sangue, preparazione Fiori di Bach, ecc...)
- per individuare la migliore posizione commerciale per una valutazione obbiettiva dell'opportunità (o meno) di spostare la farmacia e gli ambulatori in una nuova location

Aprire una parafarmacia in supporto alla farmacia

- per individuare il miglior mix di offerta merceologica (dermocosmetici, articoli per la nutrizione specializzata, articoli per neonati, articoli sanitari ecc....)
- per sinergizzare con la farmacia utilizzando la stessa insegna
- per selezionare l'offerta di servizi estetici e benessere alla persona (trattamenti corpo, trattamenti viso, trattamenti per mani/piedi, depilazione, ozonoterapia, ossigenatura, radiofrequenza ecc...)

Fare un restyling della farmacia per rinnovare l'offerta

- per valutare l'apertura di nuovi spazi per nuove categorie merceologiche
- per decidere l'opportunità di nuovi servizi (autodiagnosi, bellezza, trattamenti viso e corpo, ecc..)
- per aprirsi alle esigenze della clientela attuale ma soprattutto potenziale

Riposizionare la farmacia per andare incontro alle nuove domande

- ripensare l'immagine della farmacia
- risintonizzarla sulla domanda di mercato
- aprirla a diversi pubblici

Spostare gli ambulatori di pertinenza della farmacia

- coinvolgere il personale dei medici nel progetto
- ascoltare le esigenze e quelle dei loro pazienti
- comunicare ai medici in termini di prospettive positive nel riposizionamento dell' immagine e della nuova location della farmacia

NOI ABBIAMO LA RISPOSTA A TUTTI I QUESITI

- chi sono i miei clienti e da dove vengono?
- come posso servire meglio il mio pubblico e come posso fidelizzarlo?
- cosa si aspetta il cliente e cosa vorrebbe trovare?
- perché frequenta la mia farmacia?
- quale la sovrapposizione con i concorrenti; chi sono i miei diretti concorrenti?
- il mio mix merceologico è adeguato? Come posso migliorarlo?
- quanto è gradevole l'esperienza della visita/spesa?
- verificare e promuovere il cross-selling tra le categorie
- quali sono le nuove categorie da inserire in accordo con le aspettative

PER INCREMENTARE COMPETITIVITÀ E VENDITE

Consulenza marketing operativo e strategico

Assistenza nella definizione delle strategie da adottare nel breve e nel lungo periodo con l'obbiettivo di migliorare l'esperienza dell'acquirente. Formazione sulle tecniche di vendita più efficaci in prodotti inconsueti nel canale farmacia e sulle tecniche comunicazionali da adottare.

Affidati a noi!

Freni Ricerche di Marketing, opera da oltre 30 anni nel settore della ricerca e della consulenza di marketing; ampia esperienza del canale farmacia e delle sue specifiche problematiche. Freni offre un servizio unico e completo a disposizione del tuo punto vendita.

Freni Ricerche Sociali e di Marketing - Via della Villa Demidoff 27 -I-50127 Firenze Italia
tel. +39 055350773 fax +39 055351534 e-mail: frenimkt@frenimkt.com site: www.frenimkt.com Skype: frenimkt