

**Paco Sola**

Gerente de soluciones cloud en Altim

Transformación digital, la mejor medicina para el sector farmacéutico

Rodeados por un entorno digital cargado de mensajes multiformato, marcas y personas anónimas o *influencers*, vivimos un período de sobreestimulación donde las empresas deben saber posicionarse y reinventarse. Es el momento y el lugar de atraer y fidelizar al cliente, de mostrarle y demostrarle cómo los productos farmacéuticos, de belleza o cuidado personal que vende una marca están por encima de la competencia. La tecnología puede ayudar a las empresas de este sector y convertirse en el mejor aliado de la estrategia comercial.

2016 va a ser un año de contrastes entre el entorno físico y el entorno *online*, donde viviremos la consolidación del Internet de las cosas a través de la utilización de múltiples dispositivos y plataformas tecnológicas que ya han transformado nuestros hábitos personales y profesionales. En contraposición a esta vorágine de cambios a toda velocidad, omnicanalidad y libre disposición de información multiformato que dan como resultado un escenario de clonación de marcas semejantes (aunque de valor real muy diferente), la mayoría de las empresas se encuentran aún en una situación de comercio tradicional que no ha dado el salto hacia la transformación digital. Este salto ya no es una necesidad sino una obligación para posicionarse en el mercado con distinción y excelencia. Los negocios tienen que atraer al cliente, relacionarse directamente con él y asentar acuerdos de fidelización basados en la confianza y la credibilidad de la marca.

Hoy en día, los clientes reales y potenciales están dispersos en un entorno digital donde navegan en busca de

información sobre productos y servicios con el objetivo de satisfacer sus intereses y de resolver sus problemas. Los usuarios de la red persiguen los contenidos de la marca y, al mismo tiempo, huyen de aquellas compañías que los persiguen a ellos con métodos anticuados que los hacen acabar en la bandeja de *spam*. En la estrategia de transformación digital, la compañía lanza mensajes focalizados hacia el perfil de su segmento objetivo a través de todos los canales *online* disponibles -redes sociales, móvil, *emailing*, etc.- para posicionar la marca con las *keywords* específicas del producto y el servicio con el objetivo de que cuando el cliente busque ese "algo" que la empresa ofrece, la encuentre y el contenido de esta le genere un valor por encima de la competencia.

Concretamente los productos de la salud y el bienestar, el cuidado personal y la higiene cubren necesidades relativamente delicadas de las personas por lo que la marca debe, en todo momento, preservar la intimidad y no ser invasiva en ninguno de los casos. Desde el departamento comercial que cuenta con una aplicación de gestión de ventas hasta la venta *online*, es muy importante que se diseñe una estrategia integral encaminada a las necesidades, intereses y demandas del cliente final.

Las herramientas disponibles basadas en una sólida plataforma de análisis son capaces de consolidar los datos multiformato rápidamente desde múltiples orígenes, dotando al "no experto en analítica" de reportes visuales que le ayudan a tomar las decisiones correctas y que, sobre todo, le impulsan a acercarse de un modo más direc-

to hasta su cliente final. Además, gracias a las soluciones predictivas, el departamento comercial conoce al detalle el segmento objetivo y diseña una táctica empresarial controlable para dirigirse a él en tiempo real.

Por ejemplo, cuando el equipo comercial se desplaza para visitar a los clientes -potenciales o actuales-, cualificar sus necesidades, captar el interés, responder dudas e incluso cerrar la venta de un lote puede llevar consigo el kit de ventas. Esto le permitirá realizar los procesos *in situ* conociendo los detalles de la venta relativos al precio, el *stock*, la trazabilidad y caducidad de los productos, la documentación legal, los plazos de entrega, etc. Asimismo, una vez cerrada la transacción es fundamental brindarle al cliente un servicio postventa de calidad. Mediante una estrategia de apoyo incondicional es posible acercarse aún más al *target* y fidelizarle, estableciendo un diálogo en tiempo real y con la posibilidad, incluso, de dar una respuesta a través de la red social mediante la cual recibimos el contacto.

Recordemos que los usuarios de la red dejan un rastro digital: todos sus movimientos *online* quedan registrados, por lo que pueden agruparse para definir la trayectoria o el viaje del cliente, sus contactos entrantes y salientes, etc. De este modo, las compañías tienen una nueva visión 360° que puede maximizar el rendimiento de las acciones

Los clientes reales y potenciales están dispersos en un entorno digital donde navegan en busca de información sobre productos y servicios

de marketing lanzadas exclusivamente para cada tipo de cliente. Porque hoy, si hablamos de una estrategia *customer centricity & commerce*, debemos elaborar contenidos para cada cliente potencial según la fase en la que se encuentra dentro del proceso de compra-venta. Si los momentos del cliente potencial son diversos, las actuaciones del equipo comercial respecto de este deben ser también diferentes y estar siempre encaminadas a multiplicar las posibilidades de conversión a comprador final.

Es por todo esto que en 2016 las herramientas tecnológicas de transformación digital supondrán diferenciación y liderazgo e impactarán notablemente en los ingresos de las compañías. También en el sector farmacéutico, un buen producto o servicio es mejor si cuenta con una marca llena de emoción y significado, por lo que la confianza del cliente ya se ha convertido en el centro de la estrategia corporativa y el objetivo final de cualquier acción comercial *on* y *offline*.

borer
advanced cleaning solutions



Sistema DEROUGE deconex, la solución contra el "Rouging"
Rápido- seguro- eficiente.

- ✓ 2 a 4 horas.
- ✓ Condiciones pH neutro.
- ✓ Contra varios tipos de "Rouging".

CRC **Vestilab**[®]
Clean Room Control



deconex[®]



Detergentes para una limpieza perfecta de punzones y matrices.
Limpieza y conservación en 1 sólo proceso.

- ✓ Limpieza acuosa- sin disolventes orgánicos.
- ✓ Proceso de 1 solo paso - hasta un 80% más rápido.
- ✓ Protección perfecta contra la corrosión - aumento de la vida útil.
- ✓ Analíticamente limpio - Mejora de la seguridad.

a member of the
ALSICO
group

www.vestilab.com