



Descubra las iniciativas pioneras que se están realizando en el sector de la Farmacia 2.0 y aplíquelas

Nueve expertos presentan sus casos de éxito a los profesionales

MAR SEVILLA MARTÍNEZ

maria.sevilla@unidadeditorial.es

Nueve expertos de renombre prestigio en internet que han desarrollado productos innovadores son los protagonistas que impartirán el curso *E-health y redes sociales en la industria farmacéutica*, que se celebrará el 29 de octubre dentro de la Escuela de Formación de CF. Los especialistas explicarán todo lo que hay que saber para explotar internet y las redes sociales en la industria a través de iniciativas de éxito que ellos han aplicado.

De esta forma, Óscar Brihuega explicará a los asistentes la imprescindible *Redpacientes* y Alberto Oliveira hablará de *Somospacientes* en el espacio dedicado a las iniciativas pioneras en España como son las redes sociales para pacientes. En este espacio también participarán, Doris Casares, directora de comunicación de la Asociación Española de Medicamentos Genéricos (Aeseg) y Daniel Gil, responsable de comunicación de Farmaindustria.

Además, los asistentes podrán conocer de primera mano las ventajas y oportunidades que ofrece internet y las redes sociales a la industria farmacéutica y conocer redes profesionales como *Pharma Talents*, de la mano de Lide Verdugo, miembro del *advisory board* de *Pharma Talents*.

En este curso también estarán presentes personas de renombre como Mario Tascón, que en la actualidad está en Farmaindustria, Alejandro Touriño, de Écija abogados, Angie Herrera que contará la experiencia de Campus Sanofi y Ángeles Barrios que dará a conocer la iniciativa de un blog colaborativo como es *Comparte Innovación Philips*.

MÁS PESO A LA COMUNICACIÓN

"Tradicionalmente, el sector farmacéutico se ha caracterizado por comunicar poco, y en la era 2.0 esto está cambiando a un ritmo vertiginoso. En el curso los asistentes aprenderán a



Consulte todo el programa entrando en la web de la Escuela.

analizar el cómo y el porqué de esta situación y contextualizaremos la actualidad del *Pharma 2.0* en España a través de una serie de casos de éxito que abanderan en estos momentos la blogosfera sanitaria", explica Casares.

Para Daniel Gil este cur-

so representa una gran oportunidad para que "los profesionales conozcan los riesgos, dificultades y oportunidades, tanto de contenido como de temas regulatorios que ofrecen estas nuevas herramientas".

Por otro lado, la responsable de comunicación de

Aeseg, insiste en que las redes sociales no son una moda pasajera, sino una realidad que ha venido para quedarse y hace hincapié en que "la finalidad de este curso es animar a todos aquellos que todavía no hayan entrado en el mundo 2.0 a que pierdan todos esos miedos y barreras psicológicas porque, aunque ellos no quieran, todos estamos ya dentro de las redes sociales". Además, esta formación servirá de ayuda para que los profesionales que ya las usan conozcan las últimas novedades y despertar curiosidad con nuevas ideas e iniciativas.



Comunicar para ganar en calidad, servicios y ventas en la farmacia

CF. Éxito de convocatoria en los dos cursos que se celebraron la semana pasada en la Escuela de CF, dirigidos a los profesionales farmacéuticos.

El martes, Juan Merodio, experto en *marketing digital*, redes sociales, *web 2.0* y autor de *www.trabajaconred.com*, impartió la formación *Herramientas para el desarrollo de la Farmacia Digital. Redes Sociales y Marketing Multicanal*, en la que dio las claves para que los farmacéuticos descubran qué deben hacer para sacar el máximo partido a las distintas herramientas 2.0 teniendo en mente la estrategia de negocio y ofreció nuevos recursos a los farmacéuticos para aplicarlos en sus boti-



Un momento de las sesiones impartidas la semana pasada.

cas con la finalidad de aumentar la rentabilidad.

HABLAR CON EL PACIENTE

Por otro lado, el jueves, Pere Graells, consultor de Flint Marketing y profesor del curso *Cómo mejorar la comunicación con el paciente en su farmacia y rentabilizarla*, explicó en una sesión dinámica, y a través de las experiencias y un caso práctico, cómo debe comunicarse el farmacéutico con los pacientes para aumentar las ventas y fidelizar al cliente. Durante su formación, Graells apeló a los co-

nocimientos del producto y al consejo farmacéutico para sacar más partido al negocio.

Ambos insistieron en que es vital tener claros los objetivos y realizar un plan, así como introducir un cambio de actitud entre los profesionales para potenciar las habilidades que ya tienen los boticarios.

