

CURSO DE AUXILIAR DE FARMACIA MENCIÓN FARMACOLOGÍA



MÓDULO 4: ATENCIÓN EN FARMACIA

ATENCIÓN EN LA FARMACIA

4.1 ¿Cómo atender en la Farmacia?

El principal servicio que desempeña un farmacéutico, por encima de la dispensación de medicamentos, es el de la atención al cliente y si se tienen en cuenta una serie de patrones definidos, el trato y la fidelización de éste puede resultar mucho más sencilla. Tipos de clientes hay muchos y para poder atenderlos correctamente hay que hacer un análisis de cada uno de los perfiles para poder aportarles esa atención farmacéutica que desean. ¿Cómo detectar esos perfiles?

El día a día en la farmacia y los años de experiencia en ella permiten al farmacéutico establecer un patrón de cada uno de los usuarios tipo que acuden cada día.

Atendiendo al puro sentido común, la atención con el paciente siempre debe ser cordial, educada y con un toque de simpatía. No obstante, como bien es sabido, a los clientes se les puede convencer mediante la transmisión del consejo del especialista pero para poder moverle a comprar en nuestra farmacia y no en otra, las próximas veces hay que dar un paso más allá: hay que saber transmitir el “toque emocional”.

Se trata de un elemento más de marketing que juega un papel muy importante a la hora de vender correctamente los servicios que ofrece una farmacia.



4.2 ¿Qué tipos de clientes existen?

Cada persona es un mundo y es prácticamente imposible contar con todos los perfiles que nos podemos encontrar en la farmacia por lo que vamos a recoger a continuación algunos de los más comunes:

- **El hipocondríaco:**

Se trata de ese tipo de paciente que está siempre autoanalizándose de forma minuciosa para recoger síntomas que puedan coincidir con algún tipo de dolencia o enfermedad. Como farmacéutico no hay que restar el valor de sus palabras pero hay que saber quedarse con los datos realmente valiosos con el objetivo de detectar lo que le ocurre y encomendarle el consejo/tratamiento más adecuado. Siempre hay que escucharle pero también hay que aprender a moderar su tiempo de exposición para evitar que se formen colas de espera en la botica.



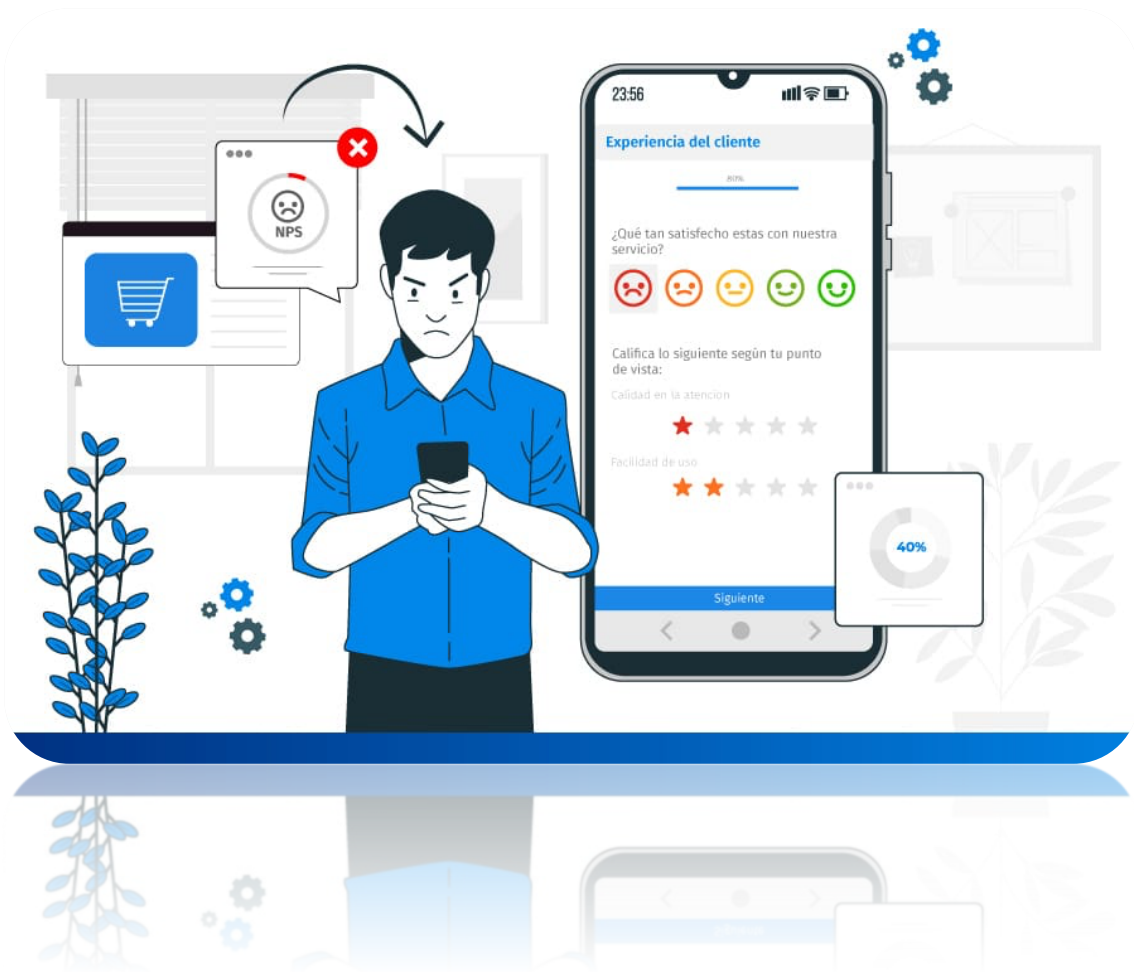
- **El impaciente:**

Es uno de los clientes que más rápido se pueden identificar. Son aquellos que necesitan la atención en cuanto cruzan la puerta de la farmacia. En caso de que tengan que esperar un poquito de tiempo comienzan a realizar movimientos de inquietud o a pronunciar comentarios referentes a “la lentitud” del farmacéutico. Para calmarle no hay que permitir que adelante su turno respecto a otras personas que estén esperando delante de él sino que hay que intentar que mantenga la calma diciéndole que “en un momentito estarás atendiéndole” o plantearte la posibilidad de incluir elementos de entretenimiento cerca del mostrador para amenizarle la espera: como por ejemplo una televisión, revistas, carteles promocionales...



• El insatisfecho:

Suelen ser también clientes muy habituales en la farmacia a los que les gusta que se les halague por elegir tu farmacia y no otra. Además de dispensarle el medicamento o producto sanitario que necesite, suele querer llevarse alguna muestra gratuita. Hay que tratarle cumpliendo sus deseos pero marcando también el límite. Es decir, la muestra hay que dársela para que se sienta como un cliente “exclusivo” y por ello no hay que abusar de esta técnica. Le gusta también que le escuches por lo que una buena táctica es preguntarle la próxima vez qué le pareció la muestra del producto. De esta manera le estarás haciendo sentir importante debido a tu interés e incluso, quien sabe, tal vez puedas lograr una venta cruzada. ¡Otra idea! ¿Qué tal si te planteas la posibilidad de implantar servicios adicionales en tu farmacia?



- **El indeciso:**

Cuando entra a la botica suele tener una necesidad real pero expone dudas constantes respecto al producto que va buscando. Suele hacer referencia a buenas o malas experiencias que hayan tenido conocidos cercanos para cuestionar tanto para bien como para mal los productos recomendados por el farmacéutico. La mejor forma de actuación ante estos casos consiste en no recomendar más allá de dos productos y desarrollar la serie de ventajas que pueden ofrecerle cada uno de ellos para su salud así como el modo de empleo.



4.3 Datos en Atención al Público en Farmacia

En la actualidad, no representa ningún secreto que el éxito de los negocios va de la mano con la satisfacción de los clientes. Sin embargo, para rubros como la farmacia esto implica un doble reto, pues no se trata únicamente de clientes sino también de pacientes.

En este caso, es importante destacar que la atención al público en farmacia es parte del servicio que le ofrecemos a los pacientes que están buscando algún medicamento o revisión médica.

→ Clasifica a tus clientes/pacientes

Una herramienta muy útil para dar una atención personalizada es identificar los puntos comunes que existen entre tu público y que de alguna manera te permita clasificarlos. No obstante, ten mucho cuidado con caer en las generalizaciones totales, este consejo te ayudará a conectar más rápido con el paciente e incluso saber a quién deberías darle mayor prioridad.

Existen algunas clasificaciones por parte de la comunidad farmacéutica que pueden darte una idea:

1. Nosofóbicos

Este paciente irá a la farmacia por temor de sufrir algún padecimiento grave. Es el cliente que irá con mayor frecuencia a tu negocio buscando tranquilidad o consuelo frente a su malestar.



2. Apurados

Este tipo de consumidores son aquellos que suelen acudir con poca frecuencia a las farmacias, pero que tienen claro el objetivo de su visita. Por lo general, son clientes apresurados, contrarreloj, que esperan una atención rápida porque nunca llevan demasiados productos consigo.



3. Favoritistas

En todos los negocios, incluyendo el farmaceuta, existen clientes que tienen una atención mucho más personalizada que el resto de los consumidores, esto puede deberse por años de atención previa, por ser una persona cercana, entre otras. En este caso, es importante que, si bien puedes consentir a tu cliente, no olvides dejar los límites claros.



4. Dudosos

Es un caso muy común en las farmacias encontrar a clientes o pacientes que no saben exactamente qué producto llevarse a casa entre todos los que ofreces. Asimismo, tienden a ser muy inseguros frente a tantas posibilidades, por lo que lo mejor que puedes hacer es acompañar a este tipo de consumidores en toda su experiencia, explicando cuál medicamento debería escoger y por qué.



→ Haz que tu farmacia sea cómoda

En cada uno de los casos anteriores que expusimos como ejemplos, ninguno está exento de la necesidad de una farmacia que se acomode a sus necesidades. Cuando decimos que hagamos un negocio más cómodo, no nos referimos a muebles para sentarse, sino a implementar nuevas herramientas que permitan una atención más eficaz y personalizada.

Un claro ejemplo es el uso de software de sistema de filas y de turnos de espera, los cuales le permiten a tus pacientes hacer citas previas para ser atendidos por tus farmacéutas. Estas ventajas tecnológicas representan una comodidad garantizada para tus pacientes, pues esperarán menos para ser mejor atendidos.



→ Optimiza a tus colaboradores

La atención al público en farmacia pasa, obligatoriamente, por tus colaboradores, los cuales pueden ser el mismo farmacéuta o un empleado abocado a la atención al cliente. En cualquiera de los dos casos, es importante sostener una formación en la que tus trabajadores adquieran mejores herramientas para garantizar la satisfacción de tus clientes.

Características como la amabilidad y un trato personalizado, son increíbles potenciadores en la experiencia de los pacientes que están asistiendo a tu farmacia por alguna enfermedad o malestar.



→ Servicios Post-Venta

Un poderoso elemento que ha dado paso a la mejora de la atención al público en farmacia ha sido los seguimientos post-venta. Este tipo de servicio hace que tus clientes o pacientes se sientan importantes frente a su compra.

Con ello, puedes saber cómo está funcionando los productos o medicamentos que vendes en tu local, y con ello estarás promoviendo una mayor fidelidad y confianza con tu público.



→ Recuerda lo que no debes hacer

Finalmente, damos un espacio para recordarte lo que debes de abstenerte de hacer si quieres brindar una atención al público en farmacia satisfactorio.

En primer lugar, no brindes una atención al cliente que sea homóloga o equiparable con el producto que está adquiriendo tu cliente. La experiencia del comprador no puede verse afectada solo por el consumo inmediato, recuerda que estas personas no irán una sola vez a tu farmacia.

En segundo lugar, toma en consideración las dudas de tus pacientes, no los presiones a escoger un producto del cual no conocen. Guíalos y explícales por el proceso que están pasando o van a pasar, de esta manera te aseguras un cliente de por vida.

En tercer lugar, no te cierres detrás del mostrador cuando tu cliente te habla, sobre todo si se trata de un paciente enfermo, lo que seguro necesitará en un trato mucho más cálido y cercano.

