

MANUAL DE USUARIO

¡MODERNIZAMOS TU ESTRATEGIA DE MARKETING!

emozion
wibi

Emozionbot!
www.emozion.net

Fidelización de Clientes desde Padrón

Para Farmacias que tengan sistema NOVA.

NOVA^{EVO}

Alta de Clientes

Acceso al sistema

1. Ingresar al sistema Nova con usuario y contraseña asignados.
2. Dirigirse a la pestaña Facturación.



Activación de clientes en fidelización

1. Seleccionar la opción "F4 – Agregar".
2. Completar los datos requeridos para dar de alta al cliente en el sistema de fidelización:
 - Apellido y Nombre
 - Condición frente al IVA
 - Tipo y N° de Documento
 - Sexo
 - Obra Social
 - Plan
 - N° de Afiliado
 - Teléfono

- Email

👉 Recomendación: corroborar que todos los datos estén correctos para asegurar la correcta asignación de beneficios.

Punto de Dispensación y Venta

Facturación | Créditos | Comprobantes | Pendientes

F3 Buscar | F4 Agregar | Nueva receta | Cambiar O. Social | F7 Cons. Online | Efectivo | Cuenta Corriente | Tarjeta | Clasific. Atc | Grupo General | Droga Labor... | F11 Venta | F12 Nta. C...
 Anular Receta | Receta electróni... | Programas | Facturar | Ingreso Manual | F9 Lista Precios | F10 Emitir | Presupuest. Emisión

Cientes | Obras Sociales | Productos

Totales | PARTICULAR

Cant.	Descripción	P.Unit.	Importe	% Dto.	\$ Dto.	% Ajuste	\$ Ajuste	A Pagar
1								

Total Receta: \$ 0,00
 Ajustes: \$ 0,00
 A Pagar: \$ 0,00

Producto: Nombre Final, Consumidor | Mov Cta.Cte. | Cta.Cte. 0,00 \$
 Obra Social: Domicilio Entrega | Domicilio Pago | Croncos | Observacion | General
 Cliente: Documento | Condicion Iva Consumidor Final | Email: |
 Errores: Fecha Nacimiento | C.U.I.T. / C.U.I.L. | Teléfono: |
 Promociones:

Usuario: tecnica | Del Pueblo Centro | Punto de Dispensación y Venta. Versión 3.22.0.20050 FE

Agregar Cliente

Apellido: MARCHINI

Nombre: MARCOS

Condición de Iva: Consumidor Final

Cuit / Cuil:

Tipo Documento: DNI

Número Documento: 12346578

Habilitado Cta. Cte: ☐ Habilitado

Límite Cta. Cte: \$ 0,00

Cargar domicilio ? : ☐ Habilitar

Provincia: Seleccione Provincia

Localidad: Seleccione Localidad

Calle:

Número: Piso: Depto:

Barrio: Seleccione Barrio

Código Postal:

Tipo Domicilio: ☐ Entrega ☐ Otro

Obra Social: MEDIFE

Plan: Ambulatorios 40%

Num. Afiliado: 213123124124

Teléfono particular:

Email:

Observación:

Aceptar Salir

Búsqueda de clientes fidelizados

En la misma pestaña de Facturación, seleccionar "F3 – Buscar".

Punto de Dispensación y Venta

Facturación | Créditos | Comprobantes | Pendientes

F3 Buscar | F4 Agregar | Nueva receta | Cambiar Q. Social | F7 Cons. Online | Efectivo | Cuenta Corriente | Tarjeta | Clasific. Atc | Grupo General | Droga | Labor... | F11 Venta | F12 Nta. C...
 Anular Receta | Receta electróni... | Programas | Ingreso Manual | F9 Lista Precios | F10 Emitir Emisión

Totales

Enviar	S/T	S/R	R/D	Cant.	Descripción	P.Unit.	Importe	% Dto.	\$ Dto.	% Ajust.	\$ Ajuste	A Pagar
												Total Receta
												\$ 0,00
												Afiliado
												\$ 0,00
												Obra Social
												\$ 0,00
												Coseguro
												\$ 0,00
												Ajustes
												\$ 0,00
												A Pagar
												\$ 0,00

Nombre: Mov. Cta. Cte. Cta. Cte.
 Cliente: Domicilio Entrega | Domicilio Pago | Cronicos | Observacion | General
 Documento: Condicion Iva: Email:
 Fecha Nacimiento: C.U.I.T. / C.U.I.L.: Teléfono:

Usuario: tecnica | Del Pueblo Centro | Punto de Dispensación y Venta. Versión 3.22.0.20050 FE

Localizar al cliente por nombre y/o apellido.

Seleccionar Cliente

Nombre: Convenio:
 Documento: Telefono:
 Cuit / Cuil: N° Afiliado:
 Obra Social: Condicion Iva:

	Nombre	Documento	C.U.I.T. / C.U.I.L.	Telefono Particular
▶	ANDREO, MARCOS EZEQUIEL	35219524		
▶	CABRERA, MARCOS GUILLERMO	14409192		2964-538164
▶	DE LOS SANTOS, MARCOS JAVIER	38778370		
▶	DELGADO MARCOS	34375881		294603891
▶	MARCOS, NORMA (PAMI)	5647477		443606
▶	TATAR, MARCOS ALBERTO	12492041		2964530162

Verificar que figure como activado en el sistema de fidelización.

Registro de Planes

Es indispensable registrar en el apartado "Planes" la condición correspondiente a cada cliente.

Punto de Dispensación y Venta

Facturación | Créditos | Comprobantes | Pendientes

Clientes: F3 Buscar, F4 Agregar

Planes: PARTICULAR (Sin Obra Social), ASOCIAR ART Plan general, BERKLEY ART Plan general, BONOS PAP Plan general, DASUTEN Planificación Familiar, DASUTEN Plan Materno Infantil, DASUTEN Reciprocidad

F7 Cons. Online, Programas

Efectivo, Cuenta Corriente, Tarjeta

Clasific. Atc, Grupo General, Droga, Labor...

Ingreso Manual, F9 Lista Precios

F11 Venta, F12 Nta. Ct

F10 Emitir, Presupuest. Emisión

Enviar S/T	S/R	R/D	Cant.	Descripción	P.Unit.	Importe	%Dto.	\$Dto.	%Ajuste	\$Ajuste	A Pagar

Total Receta: \$ 0,00

Aliado: \$ 0,00

Obra Social: \$ 0,00

Coseguro: \$ 0,00

Ajustes: \$ 0,00

A Pagar: \$ 0,00

Totales: Nombre ANDREO, MARCOS EZEQUIEL, Mov Cta.Cte., Cta.Cte.

Cliente: Domicilio Entrega, Domicilio Pago, Cronicos, Observacion, General

Producto: Documento 35219524, Condicion Iva Consumidor Final, Email:

Obra Social: Fecha Nacimiento, C.U.I.T. / C.U.I.L., Teléfono:

Usuario: tecnica Del Pueblo Centro Punto de Dispensación y Venta. Versión 3.22.0.20050 FE

Punto de Dispensación y Venta

Facturación | Créditos | Comprobantes | Pendientes

Clientes: F3 Buscar, F4 Agregar

Nueva receta, Cambiar Obra Social, F7 Cons. Online, Anular Receta, Receta electróni..., Programas

Obras Sociales

Efectivo, Cuenta Corriente, Tarjeta

Clasific. Atc, Grupo General, Droga, Labor...

Ingreso Manual, F9 Lista Precios

F11 Venta, F12 Nta. Ct

F10 Emitir, Presupuest. Emisión

Totales: PARTICULAR

Cant.	Descripción	P.Unit.	Importe	%Dto.	\$Dto.	%Ajuste	\$Ajuste	A Pagar
1	VARIOS MEDI	\$ 120,00	\$ 120,00	0,00	\$ 0,00	-10	-12	\$ 108,00

Click aquí para agregar nueva fila

Total Receta: \$ 120,00

Ajustes: \$ -12,00

A Pagar: \$ 108,00

Producto: Laboratorio, Grupo, Barras, Código 730001, Droga, Troquel

Obra Social:

Cliente:

Errores:

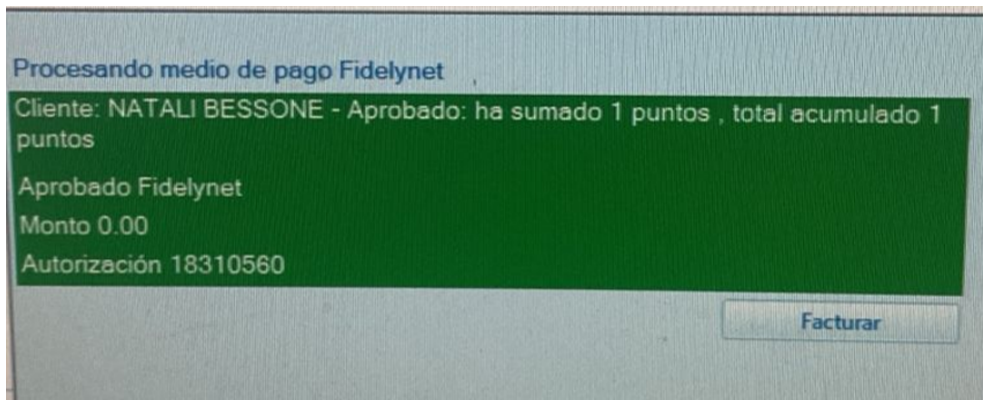
Promociones:

Usuario: tecnica Del Pueblo Centro Punto de Dispensación y Venta. Versión 3.22.0.20050 FE

Este paso garantiza que los beneficios se apliquen de forma correcta y personalizada.

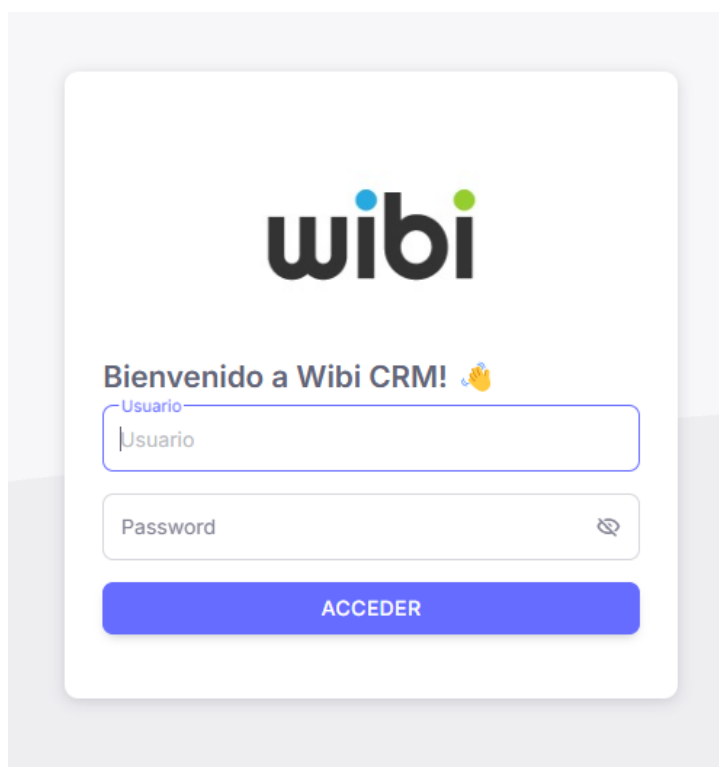
Facturación y sumatoria de puntos

1. Realizar la facturación habitual de la venta.
2. Emitir el ticket correspondiente.
3. Automáticamente, el cliente sumará los puntos asociados a su compra.



Uso de Puntos como Medio de Pago desde Facturación

- Ingreso: Entrar a Wibi CRM con usuario y contraseña.



1. Canje de Puntos: En el tablero, clic en Canje de Puntos.



Clientes

NUEVO CLIENTE



Movimientos

NUEVO MOVIMIENTO



Canje de Puntos

CANJE DE PUNTOS

- Completar formulario
 - Buscar cliente: por DNI o nombre.
 - Comercio: elegir sucursal.
 - Puntos: ingresar cantidad ($\leq$ saldo disponible)
 - Motivo: breve descripción.
 - Presionar ACEPTAR.

Canje de Puntos

Documento

14852567



Cliente

MEIRONE ELSA RAQUEL

Comercio

Noya Biale Masse



Puntos (max: 27677).

Valor Total 1 por punto.

\$

0

Motivo

VOLVER

ACEPTAR

- Confirmación. Revisar comprobante. Clic en IMPRIMIR. El cupón debe entregarse y redimirse en caja como efectivo.

Buenas prácticas

- Confirmar identidad del cliente.
- Siempre poner motivo.

Errores comunes

- Cliente no aparece → verificar DNI o buscar por nombre.
- Puntos insuficientes → corregir.
- Botón inactivo → falta completar campos.
- Sin cupón → repetir impresión.

PROTOCOLO DE VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE

¡MODERNIZAMOS TU ESTRATEGIA DE MARKETING!

emozion
wibi

Emozionbot!

www.emozion.net

PROTOCOLO EN VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE

Recepción del Cliente

Saludo inicial: Recibir al cliente con una sonrisa y contacto visual: "Bienvenido/a a Farmacia [Nombre]. Mi nombre es [Nombre], ¿en qué puedo ayudarle?. Si hay espera: "Gracias por su paciencia, lo atenderé en un momento" (con contacto visual).

Regla de Oro.

- Mostrar empatía y generar confianza desde el primer momento.
- Evitar distracciones como hablar con compañeros o atender otras tareas mientras se está con el cliente.

Recepción de la Receta

Interpretación de la receta: Identificar los medicamentos y la patología del cliente.

Utilizar esta información para ofrecer productos complementarios relacionados con su dolencia (por ejemplo, productos de higiene, perfumería, etc.).

- Preguntas de interés: Demostrar interés genuino por el bienestar del cliente con preguntas como: ¿Necesita algún otro producto para complementar su tratamiento? Siempre hacer preguntas cerradas, que la respuesta sea "sí" o "no" o "bien" o "mal".

Fidelización del Cliente

- Programa de puntos: Preguntar al cliente si está registrado en el programa de fidelización: "¿Formas parte de nuestro programa de fidelización?"

- Si el cliente no está registrado, explicarle los beneficios del programa. Con cada compra acumulas puntos que se traducen en pesos. Podes usarlos para pagar lo que quieras en futuras compras." Los mismos serán acumulados y puedes utilizarlo para pagar lo que quieras comprar.

- Ofrecer productos de perfumería masiva u OTC directamente, independientemente si le deja la receta. "Le podemos ofrecer: "¿necesita un desodorante o shampoo hoy?"

Si ya es cliente registrado: "¡Sus puntos ya están sumados! Recuerde que puede canjearlos por perfumería o dermocosmética"

- Cargar la compra al cliente registrado para que acumule puntos.
- Incentivos adicionales: Recordar al cliente que puede canjear sus puntos por productos de perfumería u otros artículos: "Recuerde que puede canjear sus puntos para comprar lo que desee".

Cierre de la Venta

- Oferta de productos complementarios: Sugerir productos adicionales que el cliente pueda necesitar, como perfumería, higiene bucal, desodorantes, etc.
- Utilizar frases como: "¿Necesita agregar un producto de perfumería?" o "¿Le interesa llevar algún producto de higiene personal?".
- Confirmación de la compra: Asegurarse de que el cliente esté satisfecho con su compra y responder a cualquier duda adicional.

Despedida y Post-Venta

- Despedida cordial: Despedirse con frases como: "Muchas gracias por elegirnos" o "Estamos a su disposición para cualquier consulta".
- Seguimiento post-venta: Utilizar el CRM de fidelización para registrar información del cliente y sus necesidades. Contactar al cliente posteriormente para asegurarse de que está satisfecho con su compra y ofrecerle promociones o descuentos futuros.

Momentos Clave en la Atención al Cliente

Primer Momento: Recepción del Cliente: Saludar con una sonrisa y contacto visual. Preguntar cómo se puede ayudar.

Segundo Momento: Recepción de la Receta: Interpretar la receta y ofrecer productos complementarios. Mostrar interés por el cliente.

Tercer Momento: Cierre de la Venta: Ofrecer productos adicionales (perfumería, higiene personal, etc.). Recordar al cliente que puede canjear sus puntos.

Consejos para el Vendedor

- Mantener la conexión: No distraerse, no hablar con compañeros y mantener el contacto visual.
- Empatizar con el cliente: Ponerse en su lugar y preguntarse: "¿Qué necesita este cliente para sentirse bien?".
- Cerrar la venta con amabilidad: Nunca forzar, sino facilitar y ayudar al cliente a tomar decisiones.

ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION

¡MODERNIZAMOS TU ESTRATEGIA DE MARKETING!

emozion
wibi

Emozionbot!

www.emozion.net

Programa de Puntos.

Todos los productos acumulan puntos.

Regla recomendada por Emozion Consultora. Por cada \$100 en compras, el cliente suma 1 punto. Cada punto tiene un valor equivalente a \$1.

Los canjes pueden realizarse en la farmacia o a través de la página web. El cliente cuando compra por la tienda online también suma puntos y puede canjearlos ahí mismo.

Los comprobantes de cuenta corriente también suman puntos, pero los puntos no pueden utilizarse para pagar el saldo de la cuenta corriente. El canje debe realizarse al contado.

Alta en el Programa de Fidelización: Las ventas que generan puntos son las realizadas después del alta del cliente en el sistema. La incorporación al programa puede hacerse mediante:

- Alta manual en el sistema de facturación.
- Link compartido en redes sociales.
- Newsletter con enlace de registro.
- Bot de WhatsApp, al consultar si el cliente ya está registrado. En caso contrario, le envía el link de registro. (En caso que se contrate EmozionBot.)
- Escaneo de un QR genérico disponible en distintos puntos de contacto. (En caso que el ERP le permita)

Beneficios del Programa de Fidelización:

- Mejora la reputación online: Los clientes satisfechos recomiendan la farmacia.
- Aumenta las ventas: Los incentivos adicionales estimulan la compra frecuente
- Proporciona información valiosa: Ayuda a entender el comportamiento del cliente y ajustar estrategias comerciales.
- Genera lealtad y satisfacción: Las recompensas refuerzan el vínculo emocional con la marca.

- Conexión emocional con el cliente: Necesidades racionales: Encontrar rápidamente lo que buscan, ser atendidos con agilidad, y completar su compra sin inconvenientes. Necesidades emocionales: Sentirse bien, cómodos y seguros al confiar en la farmacia.

Este protocolo tiene como objetivo optimizar la experiencia del cliente, promover su fidelización a través de una atención humana y personalizada, e impulsar el crecimiento de las ventas mediante una gestión profesional y estratégica.

Campaña de Modificación de Datos

Esta campaña tiene como propósito contar con una base de datos más precisa y actualizada.

Cuando un cliente escanea el QR de actualización, podrá modificar sus datos personales, que se identificarán a través de su DNI.