

MANUAL DE USUARIO

¡MODERNIZAMOS TU ESTRATEGIA DE MARKETING!

emozion
wibi

Emozionbot!
www.emozion.net

Fidelización de Clientes desde Padrón

Para Farmacias que tengan sistema Plex de Galbop.

plex²⁵
galbop

Dentro de la opción Padrón de Clientes de PlexOnze, se permitirá “activar” un cliente en el sistema de Fidelización Fidelity de la empresa NEXUSCOM. Los datos que se informarán al sistema de Fidelización son: Apellido y Nombre, Tipo Documento, Nro. Documento, Sexo, Nro. de Tarjeta Fidelity.

Debe tenerse en cuenta, que NEXUSCOM requiere que el apellido y nombre vayan por separado y debido a que PlexOnze almacena ambos datos en un único campo, deberá cargarse el Apellido separado del Nombre por una coma “,”. De esta forma al fidelizar un cliente se enviará como **Apellido el texto anterior a la coma y como Nombre el texto posterior a la coma (Por ej. PEREZ, JUAN)**.

Nuevo Cliente

Cliente **Código** 000113

Tipo de Cliente Cuenta Corriente **Estado** Cuenta Activa **Fecha de Bloqueo:** 5/ 6/2020

Condición IVA CF (Consumidor Final) **Condición IIBB** NO INSCRIPTO **CUIT**

Tipo Doc. DNI **Nro.Doc.** **Grupo** **Legajo** **Sexo**

Cuenta Contable

Nro. de Socio **Cuota Mensual** Deshabilitada

Entidad Trazabilidad <Ninguna> **GLN Trazabilidad**

Localidad **Dirección**

Fecha Nacimiento 15/ 6/2012 **Teléfono** **eMail**

CBU ☐ Habilitar para Débito Automático

Límite de Cuenta **Descuento** **Número Tarjeta**

Sistema de Puntos FIDELY **Tarjeta Fidelity**

Observación

☐ FCE MiPyME (Importe Base):

Aceptar Cancelar

Los demás campos “requeridos” (además del campo “Cliente”) que deberán completarse en la ficha del cliente, para poder “fidelizarlo” son: “Teléfono”, “Email”, “Nro.Doc”, “Sexo” y “Número de Tarjeta Fidelity”.

Importante: En caso de que la Red tenga activada la fidelización de clientes utilizando “Tarjetas Virtuales”, el campo Tarjeta Fidelity se encontrará deshabilitado, ya que el “número” de tarjeta será devuelto por el NEXUSCOM, al momento de fidelizar el cliente.

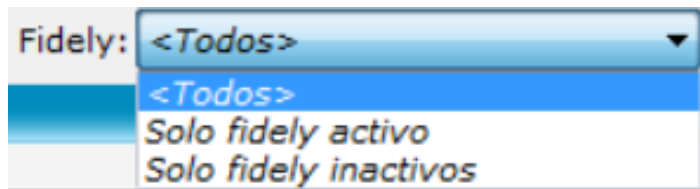
Fidelización de clientes con CTRL + F

Al aceptar los cambios, se fidelizará el cliente automáticamente, caso contrario, parados sobre el cliente que desea Fidelizar (activar) debe presionar la combinación de teclas <Ctrl+F>, de esta manera se enviará el mensaje para realizar dicha acción.

Consulta de Puntos.

De un Cliente desde Padrón: Si desea consultar los puntos que posee acumulados un cliente en particular, posicionado sobre dicho cliente, deberá presionar la combinación de teclas <Ctrl+P>.

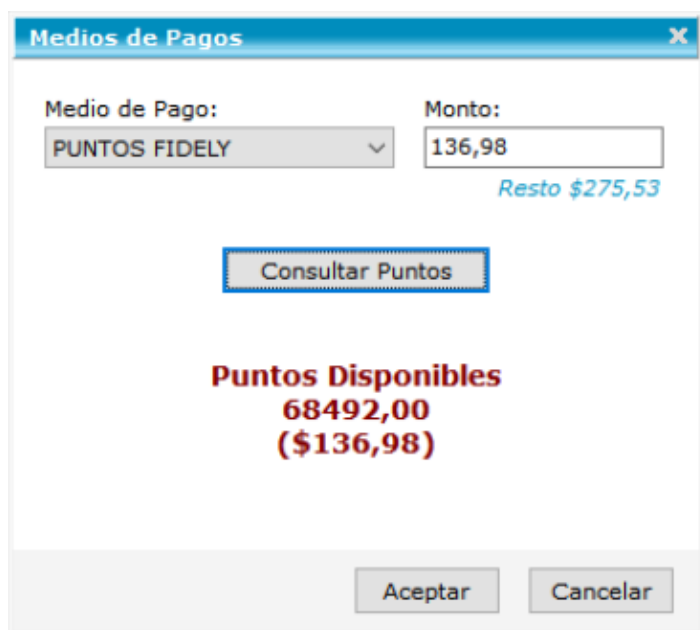
Desde Facturación: Desde la pantalla de facturación, se puede seleccionar el cliente al que se le va a realizar la venta y presionando la combinación de teclas <Ctrl+P>, podrá consultar los puntos que el mismo posee en el sistema de Fidelización, apareciendo una pantalla como la que se puede visualizar a continuación.



Filtro en Padrón de Clientes

Además en el padrón de clientes se cuenta con un filtro para poder controlar el estado de fidelización de los clientes por si es necesario por ejemplo, realizar una fidelización manual.

Uso de Puntos como Medio de Pago desde Facturación



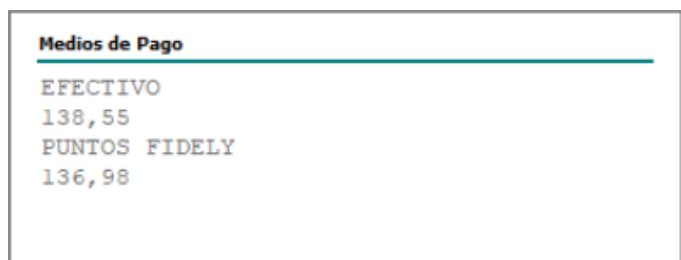
Es posible utilizar los puntos acumulados en Fidelity como Medio de Pago en PlexOnze. Cabe aclarar que NO se permite utilizar los puntos para el pago de comprobantes realizados en Cuenta Corriente, sino solamente se puede usar en ventas de Contado.

En la pantalla de Facturación de Plex Onze, luego de cargar el cliente (quedando el check "Cuenta Corriente" desmarcado) al cerrar el comprobante deberá presionar <Ctrl+F12> para cambiar los Medios de Pago, y seleccionar PUNTOS FIDELY.

Aparecerá un botón que permite consultar los puntos disponibles para el cliente, al hacer click en este botón, se consultarán los puntos disponibles en la plataforma Fidelity el resultado se visualizará en pantalla, es el equivalente en dinero para utilizar como Medio de Pago.

Al presionar Aceptar se visualizará en la ventana de cierre de comprobante los puntos Fidelity como medio de pago

Si volvemos a consultar los puntos del Cliente luego de emitir el comprobante veremos qué pasó de 68492 puntos a 1382 puntos



Consulta de Comprobantes

En caso de que un comprobante de venta no pueda ser informado al momento del cierre del mismo, se podrá desde la opción Consultas de Comprobantes, volver a informarlo nuevamente, estos comprobantes aparecen en la columna "Fidelity" con estado "ERROR", y presionando las teclas <Ctrl+F> se vuelven a informar.

También podrá consultar para el comprobante en que está posicionado, los puntos del cliente, con la misma combinación de teclas previamente descripta dentro de la opción padrón de clientes <Ctrl+P>.

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 "si" 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.
- Escaneo de un QR genérico disponible en distintos puntos de contacto.

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.

Toda la información actualizada se sincronizará automáticamente tanto en Wibi como en Plex, garantizando coherencia en los sistemas y mejorando la calidad del vínculo con el cliente.