

FORMACIÓN FARMACÉUTICA CONTINUADA

CURSO

Atención y fidelización de clientes en la oficina de farmacia

La actividad de formación farmacéutica continuada **Atención y fidelización de clientes en la oficina de farmacia** estará abierta a partir del 1 de marzo de 2011 hasta el 1 de marzo de 2012. Los contenidos coinciden con los temas publicados en los 6 números de la revista *Farmacia Profesional* en 2010. Coincidiendo con la publicación de cada número de la revista, se colgará en esta página el tema correspondiente y su cuestionario de autoevaluación. Algunos temas cuentan también con ejercicios prácticos que deberán ser remitidos al coordinador del curso a través del e-mail de contacto.

Cada cuestionario incluye 10 preguntas con respuesta múltiple (4 opciones, sólo 1 correcta y razonada). Al tratarse de una actividad formativa en materia de gestión, no sanitaria, no está acreditada como formación continuada para profesionales de la salud, pero los participantes que completen los 6 cuestionarios de autoevaluación y obtengan un 80% de aciertos sobre el total de preguntas del curso podrán descargarse un diploma que avalará la realización de esta formación, expedido por Elsevier España.

IMPORTANTE: El precio de este curso es de 45 euros. Los suscriptores de la revista *Farmacia Profesional* pueden acceder a él gratuitamente.

DATOS DEL CURSO

| | |
|------------------|--|
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none">• Valorar en toda su magnitud el peso que una buena atención al cliente-paciente puede tener en los resultados de su farmacia.• Aplicar nuevos patrones de relación y comunicación con sus clientes para atenderlos con eficiencia.• Manejar las distintas técnicas de fidelización existentes y su aplicabilidad a la farmacia.• Diseñar e implementar, junto con el resto del equipo humano de la farmacia, un plan de fidelización específico y perfectamente adaptado a sus clientes y circunstancias.• Establecer un servicio posventa adecuado y tratar las quejas como un regalo para fidelizar a los clientes. |
|------------------|--|

| | |
|--------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Transmitir el concepto de «valor cliente» a todo el equipo humano de la farmacia para lograr así un servicio excelente, que destaque claramente sobre la media. |
| Autor | Lda. M. Luz Díez Cremades |
| Coordinación | Ldo. Miguel Á. González Vázquez |
| Extensión | 6 temas |
| Formato | Curso online con texto de referencia y actividades prácticas. Tutoría y asistencia técnica disponible por correo electrónico. |
| Plazo de realización | 1 marzo 2011-1 marzo 2012 |
| Núm. preguntas por tema | 10 (60 en total) |
| Entrega del diploma | Online, en pdf, tras obtener el porcentaje requerido en el cómputo de las 6 autoevaluaciones |

TEMARIO

TEMA 1. El cliente del siglo xxi: importancia de su conocimiento.

TEMA 2. El proceso de compra: psicología del cliente. Tipos de cliente y atención diferenciada.

TEMA 3. La fidelización: cuestión de emociones.

TEMA 4. El marketing relacional: CRM.

TEMA 5. Diseño y desarrollo de un programa de fidelización para una farmacia. Métodos de fidelización.

TEMA 6. El servicio posventa: gestión de quejas y reclamaciones