



David Pardo destaca que el ecommerce debe impulsar una experiencia omnicanal que posicione la farmacia como referente de salud y al farmacéutico como profesional cercano y experto

Durante su intervención en la mesa de actualidad de Infarma *Internet y los cambios de comportamiento del consumidor*

Gavà, 19 de marzo de 2019.- El director general de fedefarma, David Pardo, ha destacado la necesidad de orientar el ecommerce a favorecer una experiencia omnicanal que posicione la farmacia como centro de salud y al farmacéutico como profesional cercano y experto.

En esta línea, según la perspectiva del director general de la cooperativa, cabe aprovechar la capacitación y formación del farmacéutico y su profesionalidad en el canal offline y reflejarlos de la misma manera en el canal online.

En relación a ello, cabe tener en cuenta el perfil del consumidor 3.0, que como ha apuntado David Pardo es un consumidor que entiende de experiencias y las busca, que está preocupado por su salud, tiene sensibilidad social y está al día de las tendencias, pero es al mismo tiempo muy vulnerable a determinadas informaciones, lo que hace que busque confianza y consejo también.

Y es que, al consumir productos relacionados con la salud, el consumidor, también el online, busca seguridad, consejo, calidad, confianza atención personalizada, es decir, “atributos diferenciales del canal farmacia que debemos ser capaces de reforzar y poner en valor”.

Por último, David Pardo ha hecho hincapié en las amenazas desreguladoras del sector que provendrán de entornos digitales y start-ups de capital no farmacéutico.

David Pardo ha intervenido en la mesa de actualidad *Internet y los cambios de comportamiento del consumidor*, dentro del programa del Congreso Europeo de Oficina de Farmacia (Infarma).

Modelo de ecommerce en beneficio de la farmacia

Durante su intervención, David Pardo ha expuesto la propuesta de valor de la cooperativa para abordar, junto a las farmacias, el fenómeno de la compra online, teniendo en cuenta el hecho de que es imprescindible crear un espacio online complementario que conforme una experiencia de compra y atención profesional y segura.

En este contexto, David Pardo ha recordado el objetivo principal de la cooperativa: reforzar a la oficina de farmacia e impulsar el canal farmacia. Por lo que, ante el reto del ecommerce, la propuesta de fedefarma se basa en que la venta online pase por la farmacia.

Con ello presente siempre, como ha explicado el director general, fedefarma plantea un modelo de ecommerce, vehiculado por la plataforma Farmapremium, en el que el dominio del big data es fundamental para poder ofrecer una respuesta individualizada a las necesidades del cliente y una atención farmacéutica profesionalizada, favoreciendo siempre el tráfico hacia la oficina de farmacia.

Más información: [Laura Baeza](#) | lbaeza@fedefarma.com | [663 23 00 08](tel:663230008)

www.fedefarma.com/actualitat



Fedefarma es la cooperativa de farmacéuticos que ofrece servicios integrales a la farmacia para su desarrollo comercial y empresarial, líder en distribución de productos farmacéuticos en Cataluña y Castellón. A través de sus 7 almacenes robotizados y estratégicamente ubicados, distribuye a sus cerca de 3.000 socios de Cataluña y la Comunidad Valenciana el vademécum más amplio de todo el Estado con 110.000 referencias. Su liderazgo se basa en su amplio portfolio de soluciones para mejorar la rentabilidad de la farmacia y posicionarla como centro de salud y bienestar, su amplia oferta formativa y sus servicios complementarios para potenciar la competitividad de la farmacia.