

Francisco Araesá y Rubén González
Co-CEOs y Fundadores de Pharmadate

“PharmaDate tiene el firme propósito de potenciar la figura de los equipos comerciales porque son quienes marcan la diferencia y aportan el valor a la farmacia”



¿Cómo nació la idea de crear este tipo de plataforma?

La idea de Pharmadate nace de los retos encontrados por 2 farmacéuticos (Francisco y Rubén) y de su experiencia personal y profesional alrededor de las interacciones comerciales entre farmacia y laboratorio. El sector farmacéutico (y en concreto en el ámbito de la farmacia) se ha caracterizado históricamente por tener unos modelos comerciales muy tradicionales, basados en la presencialidad y en las relaciones personales entre farmacéuticos y delegados. Estas interacciones son de un altísimo valor, pues permiten a la farmacia mantenerse actualizada, ofrecer información, recomendaciones e indicaciones acertadas a sus pacientes, y posicionan al farmacéutico como una figura de alto valor.

Sin embargo, estas interacciones también están sujetas a muchas ineficiencias y por ende a ciertas oportunidades de mejor que estos 2 farmacéuticos identificaron. De este modo, PharmaDate pretende solucionar las visitas ineficientes, la visibilidad de oportunidades limitada y los desperdicios en merchandising entre otras.

Uno de los principales objetivos de Pharmadate es digitalizar el sector de marketing de los laboratorios ¿Cuáles son los retos, en este aspecto, a los que tiene que dar solución una plataforma como la suya?

Para la industria farmacéutica, ganar visibilidad en el punto de venta (farmacia) es fundamen-

tal, ya que, en la mayoría de los casos, la farmacia es el punto de mayor afluencia de leads cualificados (los pacientes). Actualmente el modelo pasa por ofrecer material publicitario a la farmacia, en muchas ocasiones sin que lo necesite o lo quiera, generando desperdicios al ser estos descartados incluso antes de colocación. PharmaDate pretende optimizar el modelo mejorando la visibilidad de espacios disponibles desde la farmacia y virando hacia comprometer determinados espacios publicitarios que den lugar a acciones de marketing mucho más *targetizadas* y con una inversión mucho más eficiente para todos.

¿Qué ventajas obtienen los proveedores de la industria farmacéutica al trabajar con Pharmadate?

Antes de todo, es importante mencionar que PharmaDate no pretende cambiar la esencia de los modelos comerciales del sector farmacéutico, sino optimizarlos. Su uso ofrece 3 ventajas fundamentales y destacables:

- **Speed-to-Market:** Un aumento significativo de la velocidad con la que la industria farmacéutica pone su información comercial a disposición de las farmacias. Aun hoy, las comunicaciones comerciales con la farmacia pasan por los equipos de laboratorio recorran toda una cartera de clientes, por distinto canales, dando lugar a tiempo mejorables.
- **Segmentación:** La capacidad de hiperpersonalizar la oferta de productos hacia segmentos o grupos de clientes para

ofrecer condiciones específicas es una de las bases para aumentar el porcentaje de éxito en las relaciones comerciales. PharmaDate permite realizar una segmentación personalizada de aquellos grupos de clientes a los que queramos ofrecer condiciones o productos que estén alineados con la filosofía de su negocio o con sus preferencias.

- **Visibilidad:** Estar presente y visible para las farmacias es uno de los retos actuales del sector. PharmaDate es, además de todo lo anterior, un escaparate que permite a las farmacias acceder a diversa información laboratorios en solo un par de clics.
- **Real Time:** La velocidad que han cogido los distintos mercados (entre ellos el farmacéutico) hace que las necesidades de las farmacias se vean cubiertas de forma cada vez más rápida. Ser capaz de tomar acciones en base a información en tiempo real es uno de los factores diferenciales a la hora de abordar esta problemática. PharmaDate permite conocer el tiempo real las necesidades de las farmacias para ser capaces de darles un servicio óptimo en tiempo y forma.

¿Creen que en algún momento Pharmadate podría llegar a estandarizarse en España como enlace principal entre los laboratorios y las farmacias?

Definitivamente nosotros esperamos que así sea. Los modelos comerciales en la in-

dustria farmacéutica han sido siempre muy tradicionales y sus cambios lentos pero sostenidos, por eso es tan importante ofrecer soluciones digitales que no pretendan reinventarlos sino potenciarlos. En PharmaDate no concebimos otra forma de abordar la tecnología que no sea estrictamente basada en los procesos de negocio. Dar respuesta a problemas reales, y facilitar el día a día a los distintos actores del sector solo se puede conseguir de una manera: con un amplio conocimiento previo de la problemática de negocio. Haber sido creada por 2 farmacéuticos que han vivido estos procesos desde dentro es sin duda alguna uno de los fuertes de PharmaDate y uno de los motivos por los cuales está teniendo tan buena aceptación en el mercado.

¿En qué medida puede impactar la aparición de PharmaDate a la estructura de los equipos comerciales?

Como comentábamos antes, PharmaDate no pretende modificar la esencia de los

procesos comerciales del sector. Como farmacéuticos, entendemos y comprendemos la importancia y los pilares de los modelos actuales. PharmaDate es una herramienta digital que no pretende trastocar los modelos actuales, y mucho menos eliminar o desplazar las figuras de los delegados farmacéuticos. Todo lo contrario. PharmaDate tiene el firme propósito de potenciar la figura de los equipos comerciales porque son quienes, entendemos, marcan la diferencia y aportan el valor a la farmacia. Por eso, uno de los objetivos de PharmaDate es hacer que estas interacciones sean mucho más eficientes, multiplicando el aporte de valor. En definitiva, hacer posible que los tiempos muertos se conviertan en interacciones fructíferas.

¿Qué características o funcionalidades de PharmaDate se tiene intención de ampliar en un futuro cercano?

PharmaDate es una plataforma totalmente flexible, con la capacidad de adaptarse a las necesidades del mercado. Hoy en día

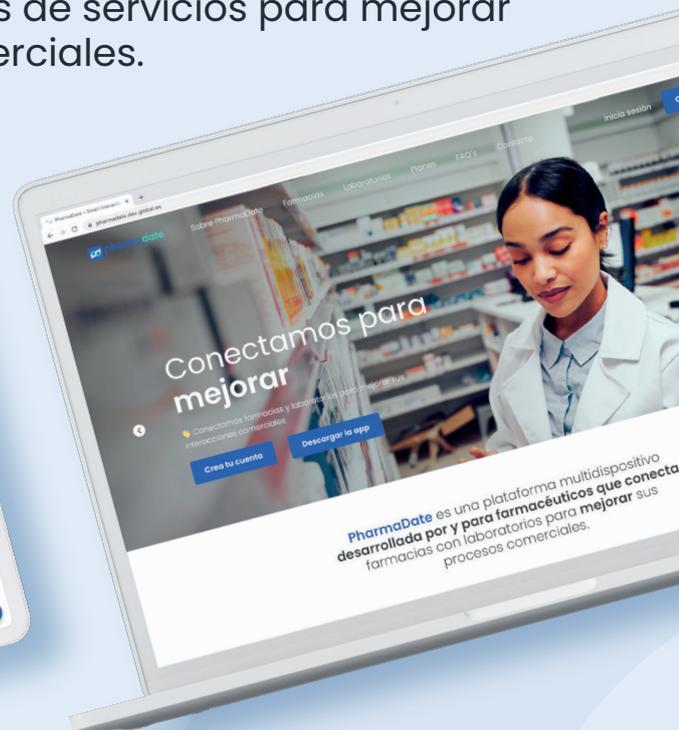
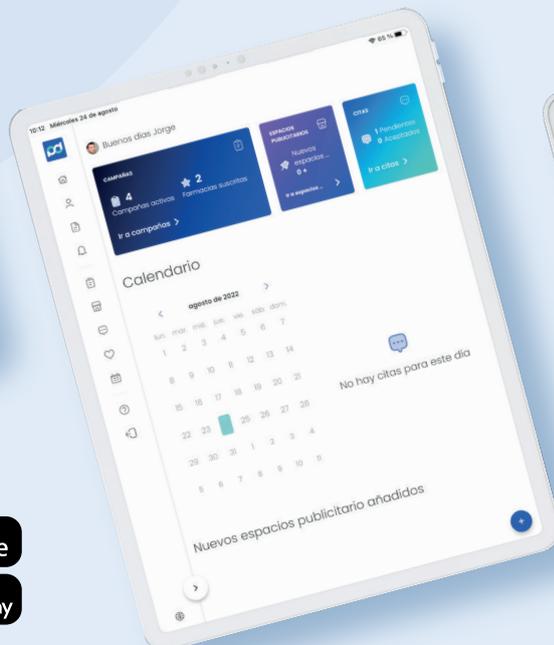
cubrimos una parte muy específica del flujo comercial entre industria farmacéutica y farmacias, y será el propio mercado el que determine hacia donde tendremos que evolucionar. Todos los días recibimos sugerencias que analizamos con detalle, contrastamos con usuarios adicionales y vamos acomodando dentro de nuestro Roadmap de desarrollo tecnológico. Estamos al servicio de lo que necesite la industria farmacéutica en el ámbito de las relaciones comerciales.

¿Existe la posibilidad de que PharmaDate se lance en otros países?

La legislación farmacéutica varía significativamente en función de la geografía en la que nos fijemos, y por ende, el encaje de plataformas como PharmaDate también se ve impactado por la idiosincrasia de cada región. Actualmente estamos centrados en una expansión y estabilización a nivel nacional, pero no descartamos una internacionalización a geografías concretas a largo plazo ●

Mejora la gestión de tu Farmacia de forma gratuita

PharmaDate es una plataforma multidispositivo que conecta Farmacias con laboratorios y empresas de servicios para mejorar sus relaciones comerciales.



Disponible en
 Disponible en
App Store
 Disponible en
Google Play

PharmaDate es una plataforma multidispositivo desarrollada por y para farmacéuticos que conecta farmacias con laboratorios para mejorar sus procesos comerciales.