



TOP 20

AÇÕES DE MARKETING E MERCHANDISING

SUMÁRIO

Ação 01 - Blitz Saúde.....	3
Ação 02 -SEM Blitz.....	4
Ação 03 - Posts, Folders e Encartes (off-line e on-line).....	5
Ação 04 - Cupom de Desconto ou Cash Back (Fidelidade).....	6
Ação 05 - Divulgar Pagamento parcelado.....	6
Ação 06 - Sorteios Promocionais em datas comemorativas.....	7
Ação 07 - Campanhas mensais.....	8
Ação 08 - Programa Fidelidade Drogabel.....	9
Ação 09 - Marketing Digital impulsionado.....	10
Ação 10 - Entregas: telefone, whatsapp.....	11
Ação 11 - Convênio empresariais.....	12
Ação 12 - Campanhas Posts semanais.....	12
Ação 13 - Exposição Privilegiada.....	13
Ação 14 - Organização e limpeza.....	14
Ação 15.....	14
Ação 16 - Clinibel.....	15
Ação 17 - Ações semanais.....	15
Ação 18 - Disponibilizar na loja.....	22
Ação 19.....	22
Ação 20 - Estabeleça metas para sua loja e equipe.....	23

Ação 01 - Blitz Saúde:

Realizar mensalmente com serviços grátis para aferição de pressão, temperatura, atenção farmacêutica e Glicose a baixo custo ou grátis, aos clientes em uma área externa da loja;



Materias de Comunicação da Blitz:



Banner (80x120cm)

Pré divulgação

a) Lojas com Clinibel: Receber o cliente na entrada da loja, cadastrá-lo e leva-lo até a Clinibel, realizar o serviço oferecido, apresentar e entregar materiais da Clinibel.

Cadastrar o Cliente no Clinibel e Fidelidade;

b) Lojas sem Clinibel: montar mesa e banner na parte externa da loja. Cadastrar cliente no Fidelidade e apresentar vantagens;

Ação 02 -SEM Blitz - Arco balão com ou sem sorteio

Realizar mensalmente com serviços grátis para aferição de pressão, temperatura, atenção farmacêutica e Glicose a baixo custo ou grátis, aos clientes em uma área externa da loja;



Utilizar nos balões as cores Drogabel junto com cores das campanhas mensais (outubro rosa, black week, setembro amarelo, etc)

a. Periodicamente, em especial início de mês, inserir arco de balões verdes e brancos, podendo ser em outras cores alusivos a Campanhas Drogabel do mês, como outubro rosa, novembro azul, Black Friday, etc. podendo também colocar um locutor divulgando campanha, promoções e serviços especiais da loja, com ou sem o Jingle Drogabel tocando ao fundo;

b. Comunicação Externa com faixas/banners/cavalete:

- i.** Sorteios (cupom, roleta ou estoura balão) - sempre cadastrar o cliente.
- ii.** Promoções;
- iii.** Genérico Lv3 Pg2
- iv.** Ligou, Chegou!
- v.** Campanha Semana

Jingle Drogabel: utilizá-lo sempre que possível, na entrada da loja e em carros de som, não muito alto e de forma que não comprometa o ambiente interno.

Ação 03 - Posts, Folders e Encartes (off-line e on-line):

Divulgação e distribuição de material promocional na forma de folder ou encarte, físico e/ou digitais. A Franqueadora disponibiliza suporte e criação para as lojas postarem e/ou entregarem suas próprias promoções;

Mês da Mulher e da Beleza na Drogabel

OFERTAS EXCLUSIVAS DO MÊS DE INAUGURAÇÃO DROGABEL PIRAJU!!

Outubro Rosa

OFERTAS IMPERDÍVEIS SÓ NA DROGABEL!!

SUPER PROMO

Oferta pra levar!

VIVA O VERÃO na Drogabel

FARMÁCIA POPULAR

Medicamentos

CONFIRA NOSSAS OFERTAS EXCLUSIVAS!

Medicamento Genuíno

ATÉ 90% Traga o seu orçamento

Segredo/RS

Pedi, chegou!

Passa Sete/RS

PROGRAMA DE BENEFÍCIOS EM MEDICAMENTOS

Descontos de até 75% em medicamentos de receitas médicas

www.drogabel.com.br

@farmaciadrogabelsegredo

Ação 04 - Cupom de Desconto ou Cash Back (Fidelidade):

Oferecer cupom de desconto de R\$ 10,00 para compras acima de R\$ 100,00 válido para a próxima compra de, no mínimo, R\$70,00 (o objetivo é fazer o cliente retornar à loja) para os clientes balcão, Delivery e/ou Fidelidade.

Analizando os valores, compras acima de \$ 70 já podem participar, pois, com o custo médio da mercadoria em 60%, o cálculo é: R\$70 x 60% = R\$42,00. O foco aqui é que o cliente conheça a loja, os produtos e serviços, e, acima de tudo, retorne. **Cadastrar o cliente**



Ação 05 - Divulgar Pagamento parcelado:

Pesquisar na concorrência o que oferecem em questão de parcelamento e tentar alcançar ou superar essas condições, incentivando o cliente a comprar na loja, principalmente compras com valor alto;



Ação 06 - Sorteios Promocionais em datas comemorativas:

Sempre cadastrar o cliente

Elaborar sorteios (urnas, roletas ou estoura balão) para campanhas pontuais, com alguns direcionamentos citados abaixo:



Ação 07 - Campanhas mensais Drogabel:

Selecionar itens da loja e participar das Campanhas realizadas mensalmente pela Franqueadora, enviadas peças de criação via Whats e Dfranquias, como:

- Campanha verão;
- Campanha Carnaval;
- Campanha páscoa,
- Mês da mulher, namorados, pais, outubro rosa, Black Friday, natal, etc, descritos no Calendário Anual de MKT disponível no Portaldrogabel.





Ação 08 - Programa Fidelidade Drogabel - vinculado a preços e prêmios (0,75% faturamento)



Ação 09 - Marketing Digital impulsionado na sua região (n.1, hoje)

a) Criar eventos no Facebook, Instagram, Tik Tok e demais Redes Sociais, buscando atingir o maior número de pessoas possíveis, no raio de atuação da loja, utilizando os Posts semanais entregues mensalmente pela Franqueadora e Posts pontuais divulgando de forma intercalada o Institucional, Educativo e Promocional – Promover brindes e sorteios;

b) Google Ads, divulgar para clientes em consulta no Google os serviços de entrega (whats e App) no raio de atuação da loja, de forma gerenciada de tráfego.

c) Sugestão: Investir inicialmente, no mínimo, R\$ 40,00 dia em tráfego pago.
Consultar Manual de Impulsionamento de Redes Sociais para mais detalhes.



Importante: Criar vídeos e Lives no interior da loja

Ação 10 - Entregas: telefone, whatsApp

Implantar: Whats integrado HOS;

- a)** Realizar semana da entrega grátis (clientes inativos);
- b)** Montar kits de ofertas baseado no histórico de consumo (clientes ativos ou não) Entregar imã de geladeira no balcão de atendimento e na entrega (divulgação);
- c)** Levar um mimo, um brinde como lixa de unha, pequeno álcool em gel, caneta, chaveiro ou squeeze, personalizados com o logo e Delivey;
- d)** Definir valores baseado em pesquisa regional: taxa, sim ou não? Limite R\$? Raio, tempo?



Ação 11 - Convênio empresariais:



Convênios diretos com desconto em folha ou desconto pagamento balcão/entregas. Pense em minimercados, padarias, postos de combustível, salões de beleza, lojas, etc.

- Convênios indiretos (via PBM);
- Consultórios médicos, clínicas, academias.

Ação 12 - Campanhas Posts semanais Drogabel:

Selecionar itens da loja e também participar das Campanhas enviadas mensalmente pela Franqueadora, via grupos de whats e Dfranquias, para site e App.



Ação 13 - Exposição Privilegiada:

Diversos fatores podem influenciar na realização de uma ação de marketing bem-sucedida para a sua farmácia. Porém, o cuidado com o layout, exposição e especificação de sua farmácia deve anteceder todas as etapas e estratégias descritas aqui. Um ambiente limpo, bonito, corretamente especificado e bem-cuidado interfere diretamente na experiência de compra do cliente, o que pode definir se ele voltará ou não para uma próxima compra, e a disposição dos produtos dentro de um estabelecimento é um dos fatores que mais influenciam o consumidor na hora de tomar uma decisão. Assim sendo, organize em locais privilegiados os produtos promocionais selecionados para as ofertas de sua drogaria anunciadas nas Redes Sociais, folders e encartes da loja, como também os produtos de alto giro, curva A, utilizando-se de pontas de gôndola, da área da entrada e, inclusive, da porta da loja, conforme Manual Merchandising Drogabel, disponível em nosso Portal.



Veja Também o PLANOGRAMA (orientações para a perfeita exposição e especificação) disponível no Portal Drogabel.

Ação 14 - Organização e limpeza:

Também é fundamental para o sucesso da loja, manter paredes e móveis limpos e com manutenção em dia, assim como estacionamento sinalizado, fachada conservada, iluminação interna e externa a pleno funcionamento, equipe treinada, uniformizada e conheedora de suas metas e objetivos na loja.

Por isso, complemente esse material lendo os seguintes Manuais, disponíveis em nosso Portal:

- Manual de Merchandising Drogabel;
- Manual de Gestão de Pessoas;
- Planograma.

Ação 15 - Associar ao Fidelidade todas as ações e promoções descritas e sugeridas nesta cartilha.

Além disso:

- a)** Definir metas para a equipe e analisar mensalmente: Vendas e Fidelidade;
- b)** Criar comunicação com clientes da base, cadastrados corretamente no Fidelidade;

Informações Importantes: divulgar sempre, em todos os materiais de comunicação, além das promoções e serviços, a localização da loja, o horário de funcionamento e os canais de atendimento em:

- a)** Materiais gráficos;
- b)** Mídias sociais;
- c)** Veículos de comunicação, como rádio, jornal, revista, etc.

Ação 16 - Clinibel:

Implantar e divulgar os serviços Clinibel. Podemos disponibilizar conversa com demais franqueados que trabalham este serviço para falar sobre os resultados e impactos que este trabalho gera no negócio.



Ação 17 - Ações semanais:

Listas de Transmissão:

aproveitar as diferentes ações (ofertas, promoções, sorteios, Blitz, Fidelidade, Cupom desconto, etc) para **criar lista de transmissão para divulgação dos eventos, campanhas e promoções.**

Promoções Semanal: criar rotina semanal de campanhas, identificando o dia à oferta, a fim de criar hábitos e costume na clientela, como:

Segunda-feira

Segunda dos Suplementos e Vitaminas na Drogabel: colocar produtos em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



CARD/POST



BANNER IMPRESSO (A2)



BANNER DIGITAL



FAIXA

Terça-feira

Terça dos Genéricos na Drogabel: colocar produtos em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv3 Pg2, Lv 2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



CARD/POST



BANNER IMPRESSO (A2)



BANNER DIGITAL



FAIXA

Quarta-feira

Quarta do anticoncepcional na Drogabel: colocar produtos em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



CARD/POST



BANNER IMPRESSO (A2)



BANNER DIGITAL



FAIXA

Quinta-feira

Quinta do Coração Drogabel, produtos para coração, pressão, diabetes, colesterol, coloca-los em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



CARD/POST



BANNER IMPRESSO (A2)



BANNER DIGITAL



FAIXA

Sexta-feira

Sexta-feira da Beleza e Higiene na Drogabel: colocar produtos em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



CARD/POST



BANNER IMPRESSO (A2)



BANNER DIGITAL



FAIXA

Sábado

Sábado Mamãe e Bebê na Drogabel: colocar produtos em oferta, expor em local visível, devidamente precificados e sinalizados, concedendo desconto especial no produto ou Lv2 ganhe desconto X (15, 20, 30%);



Será enviado artes para banners externo e comunicação interna, posts para toda a semana e campanha.

Ação 18 - Disponibilizar na loja:

- Wi-Fi grátis;
- Café, ou chá e água;
- Espaço para Bike;
- Espaço para Pet;
- Cadeiras em frente ao balcão (terceira idade)
- Recarga pra celular

Ação 19 - Divulgue e faça publicidade das Promoções e dos Serviços no PDV

Coloque adesivos, banners e demais matérias que divulguem interna e externamente, sem poluir, e em locais estratégicos na drogaria. Utilize espaços com bastante visibilidade para o consumidor, como os vidros da entrada, paredes, balcões e cestões.



Ação 20 - Estabeleça metas para sua loja e equipe. Premie por:

- Vendas atingidas;
- Venda média por Clientes;
- Unidades vendidas por cliente;
- Número de clientes atendidos;
- Número de clientes cadastrados no Fidelidade;

Todas as sugestões contidas neste material serão perfeitamente aplicáveis pela sua loja, sozinho, ou acompanhado de nossa equipe.

Obs.: Cumpra as exigências da ANVISA contidas na RDC 96/2008. Importante que todas as ações sugeridas aqui cumpram as obrigações definidas na RDC e exigidas pela ANVISA.