

O LAYOUT DA FARMÁCIA

O layout de um estabelecimento influencia diretamente o consumidor no ato da compra. Para fidelizar clientes antigos, conquistar novos clientes e alavancar vendas é necessário proporcionar, na farmácia, um ambiente aconchegante, chamativo e, acima de tudo, organizado. Lembre-se, a farmácia não é um lugar onde normalmente as pessoas se sentem felizes em estar.

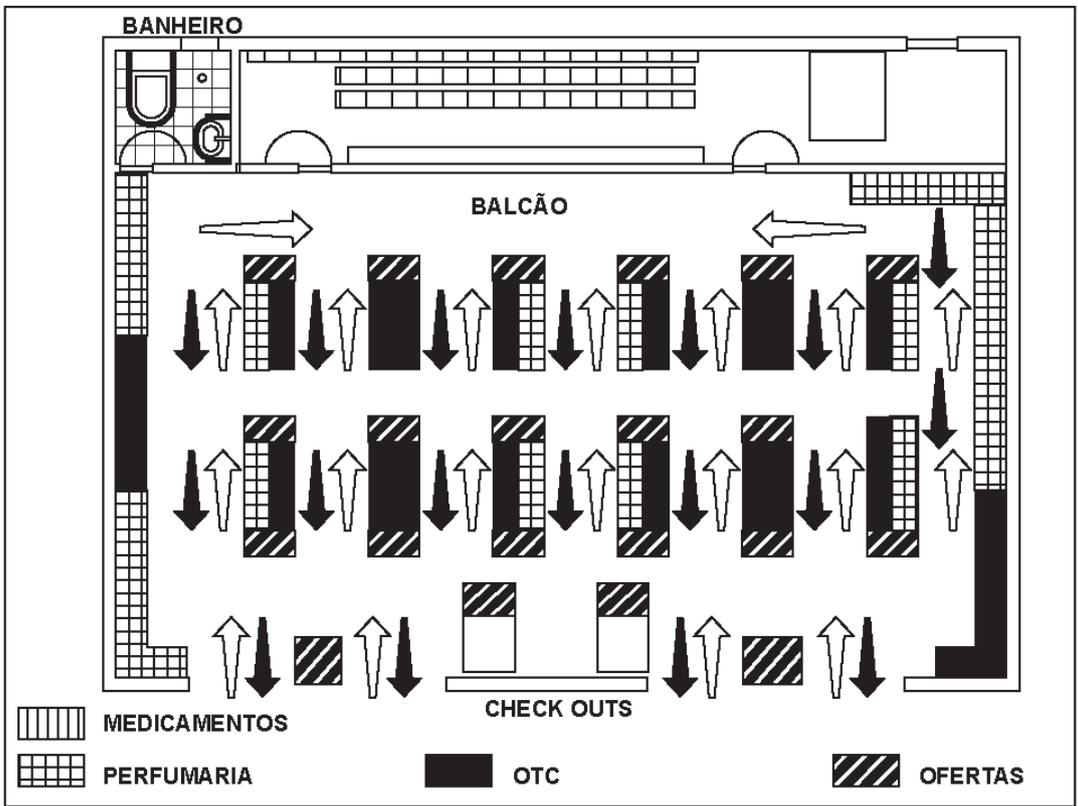
Algumas farmácias, às vezes, não destinam grande importância a essa questão e, em consequência disso, podem acabar perdendo boas oportunidades de agregar valor às vendas, fidelizar um cliente ou partir para a conquista de novos consumidores



Layout e faturamento: uma dupla dinâmica

Em muitos casos, os proprietários e gerentes desconhecem que a distribuição do mobiliário pela farmácia pode ter influência direta sobre o faturamento do estabelecimento. Se for aperfeiçoado, melhorado e atualizado de acordo com as necessidades dos clientes, o layout da loja influenciará positivamente no faturamento do estabelecimento.

O fluxo e a circulação dos clientes dentro das farmácias podem ser previamente definidos e provocados pelo layout. Pense na circulação “inteligente” dos clientes dentro de uma loja.



Tipos de farmácia e seus layouts

Farmácias tradicionais	Farmácias de conveniência	Farmácias de rede
<p>Nesse tipo de estabelecimento, todos os medicamentos, inclusive os de venda livre (OTC) e, em alguns casos, os produtos de higiene e beleza também, encontram-se atrás do balcão. Assim, quando se interessa por algum produto, o cliente tem, necessariamente, que recorrer a um funcionário, posicionado atrás do balcão (balconista), e esse é o principal motivo pelo qual os medicamentos OTC e outros produtos de venda livre têm suas vendas diminuídas quando comparadas às farmácias de autosserviço. Normalmente, a farmácia tradicional não é informatizada, possui salão grande com poucos produtos expostos (perfumaria e higiene e beleza) e sua mobília, em geral, é em madeira ou fórmica.</p>	<p>Essas farmácias, geralmente, estão localizadas em bairros ou em shopping centers e são mais arrojadas e bonitas. Quando localizadas nos shoppings, são mais sofisticadas e, em alguns casos, possuem produtos importados ou diferenciados, além de uma grande variedade de produtos de beleza e cuidados pessoais.</p> <p>Normalmente, não possuem um preço muito competitivo, mas, em compensação, estão mais próximas e oferecem outras facilidades, como segurança, estacionamento fácil, atendimento personalizado, entrega em domicílio, administração de injetáveis em domicílio.</p>	<p>Esse tipo de farmácia funciona em sistema de autosserviço, sendo que seus atendentes distribuem-se por toda a loja; são extremamente otimizadas, organizadas e bastante informatizadas, possuindo check-outs modernos.</p> <p>A maioria possui uma maneira eficiente de atrair consumidores, que é através dos cartões de fidelidade ou cartões de frequência.</p> <p>Nesse tipo de farmácia, as decisões normalmente são tomadas na matriz, e as lojas têm pouca autonomia.</p>



Layouts que funcionam

O layout de uma farmácia pode ser modificado e aperfeiçoado de modo a facilitar e impulsionar as vendas. O objetivo maior em otimizar a distribuição do mobiliário e dos produtos é aumentar o conforto dos clientes no momento das compras. A fim de facilitar o entendimento do assunto, apresentamos a seguir dois tipos opostos de layout:



1) Layout considerado ideal:

- a. A farmácia deve ser, de preferência, retangular, sendo que uma proporção 3:2 entre os lados é bastante adequada devido à maior facilidade de organizar os balcões (curtos para agilizar o atendimento) e gôndolas (de forma ordenada e respeitando o tráfego dos clientes).
- b. Quando a área utilizada segue a proporção 3:2, o mobiliário pode ser distribuído de forma a aproveitar melhor o espaço da loja e ainda garantir maior conforto aos clientes, melhor visualização dos produtos, redução de aglomerações e menor dificuldade em transitar pela loja.
- c. As portas amplas também são facilitadoras quando o assunto é layout, pois, através delas, até mesmo pessoas que estejam do lado de fora terão a oportunidade de observar o interior da farmácia.
- d. Nesse tipo de layout, é possível observar ainda que o espaço atrás do balcão ocupa pequena parte da área útil da farmácia (cerca de 20%), sendo que a maior parte (cerca de 80%) destina-se ao autosserviço – uma tendência de mercado bastante promissora. O check-out localiza-se na frente da farmácia e, ao seu redor e ao redor da balança, situada no centro da loja, encontram-se produtos promocionais, estrategicamente distribuídos.

2) Layout considerado inadequado:

- a. Neste, as gôndolas dificultam o tráfego dos clientes devido à sua disposição confusa. Além disso, todas estão concentradas numa pequena área, deixando o restante do espaço útil sem ocupação.
- b. O espaço físico também é um agravante, pois não segue uma boa proporção entre os lados, pois tem formato quadrado (1:1).
- c. O balcão de atendimento é longo e muitas vezes torna o atendimento mais lento por impedir a fácil locomoção dos funcionários quando estes precisam atender um cliente que se encontra do outro lado.
- d. O check-out está situado no fundo da farmácia e não possui, nas suas proximidades, produtos em promoção ou ofertas.
- e. Existe apenas uma porta estreita, o que impede a fácil visualização da loja pelos pedestres.