

Visual Merchandising para Farmacia



MODALIDAD

4 clases online en vivo de 2 hs.

CURSADO

Martes 18–20 hs. (Arg.)

CERTIFICACIÓN

Profesional + Materiales Descargables

DISEÑO ACADÉMICO

I-Brokers

EJES TEMÁTICOS



Zonas calientes y frías

Identificá los puntos de mayor circulación y diseñá el layout para maximizar la exposición.



Optimización de espacios

Aprovechá cada metro de la farmacia equilibrando stock, categoría y rotación.



Comunicación visual

Señalética y cartelería que guían el recorrido y refuerzan la decisión de compra.



Recorridos comerciales

Diseño de circuitos que exponen al cliente a más categorías durante su visita.

DIRIGIDO A

Encargados de Local

Equipos de Exhibición

Propietarios

Visual Merchandisers



• **DOCENTE**

Javier Vergara Molina

Consultor. Esp. en Desarrollo Comercial, Expansión, Layout, Gestión de Categorías. +20 años de experiencia en Retail y Visual Merchandising.

• Inversión: **117** USD



Descuento
10% al 25%
Para Grupos y Empresas



Exhibición **Estratégica** y Visual Merchandising

4 clases en vivo para optimizar la exhibición y organización comercial de la farmacia: más experiencia de compra, más rentabilidad por metro cuadrado y más conexión con el cliente.

[📺 Clases Online en Vivo](#)[📄 Certificado Profesional](#)[📄 Materiales Descargables](#)[📺 Clases Grabadas](#)

01 CLASE 1

La farmacia actual y el nuevo consumidor

Cómo cambió el shopper farmacéutico y qué principios de Visual Merchandising aplicar desde ya.

- Cómo ha cambiado el shopper farmacéutico
- La farmacia como punto de venta y como experiencia
- Comportamiento de compra y toma de decisiones
- Principios básicos de Visual Merchandising aplicado a farmacia
- Errores frecuentes de exhibición en LATAM
- Diagnóstico visual de farmacias reales

02 CLASE 2

Organización comercial y Category Management

Cómo aplicar Category Management para construir categorías más claras y rentables.

- Qué es Category Management y cómo aplicarlo en farmacia
- Roles de categorías: destino, rutina, impulso y estacional
- Asignación estratégica de espacios
- Relación entre surtido, rotación y exhibición
- Introducción a planogramas y lectura comercial del espacio
- Trabajo grupal sobre organización de categorías

03 CLASE 3

Recorrido del cliente y exhibición estratégica

El recorrido dentro de la farmacia, sus puntos de impacto y cómo aumentar la compra por impulso.

- Zonas calientes y frías
- Flujo de circulación y puntos de impacto
- Exhibición vertical y horizontal · Eye level = buy level
- Cross merchandising y venta complementaria
- Comunicación visual y señalética
- Dinámica: rediseño de layout y análisis de recorrido

04 CLASE 4

Farmacia rentable y experiencial

Cómo medir si una exhibición funciona y construir una farmacia más moderna, humana y rentable.

- Cómo medir si una exhibición funciona · KPIs del espacio comercial
- Rentabilidad por metro cuadrado
- Experiencia de compra y fidelización
- Tendencias internacionales en retail farmacéutico
- Dinámica final: presentación de propuestas y mejoras aplicadas