

club de la **farmacia**
Science by Almirall



Objetivos Generales

La visión del líder

Con el site Club de la Farmacia refuerza su liderazgo :

1. Renovar el portal Club de la Farmacia orientado al cliente Farmacéutico.
2. Dar un salto cualitativo a nivel de experiencia de usuario y usabilidad (UX/UI)
3. Transmitir una imagen fresca e innovadora
4. Comunicación fluida con los clientes generando engagement.
5. Generar un portal que conviva la parte pública y la privada
6. Disponer de un CMS (gestor de contenidos) de fácil manejo e intuitivo.





Challenge & Future
Innovation
Commitment
Leadership
Transparency
Sharing Knowledge
Product Focus
Not just what, but how



Escuchar. Necesidad

Queremos que nuestra red de farmacéuticos se sientan involucrados desde la relevancia, sabiendo que en este espacio se genera y se comparte conocimiento, con gran énfasis por el "cómo" más allá del "qué", con un fuerte compromiso por la innovación y el futuro.

Club de la Farmacia

MODERNIZAR Y ENFOCAR EL DISEÑO
ORIENTADO A LA AUDIENCIAS.

DESIGN FRIENDLY

MEJORAR
LA EXPERIENCIA
DE USUARIO.

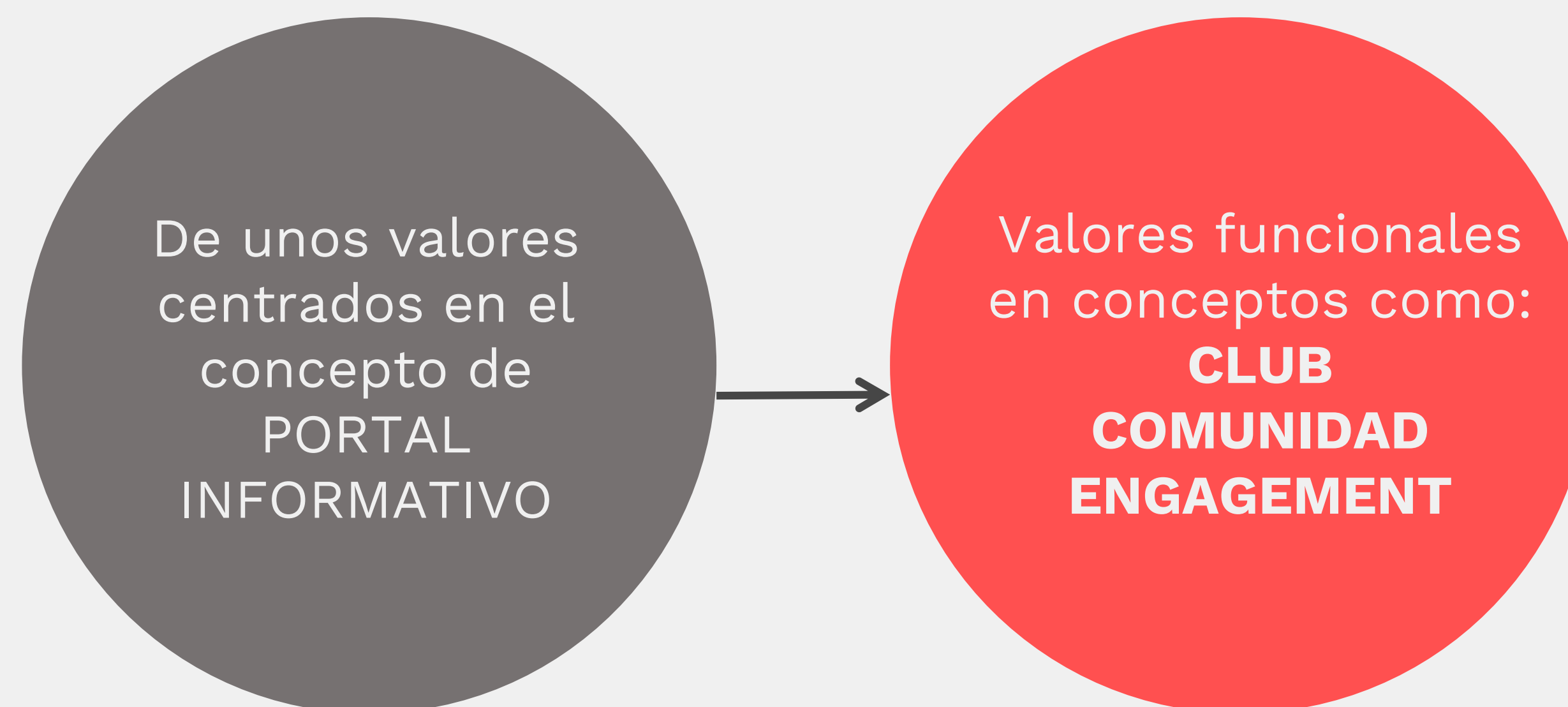
USER FRIENDLY

SHARE FRIENDLY

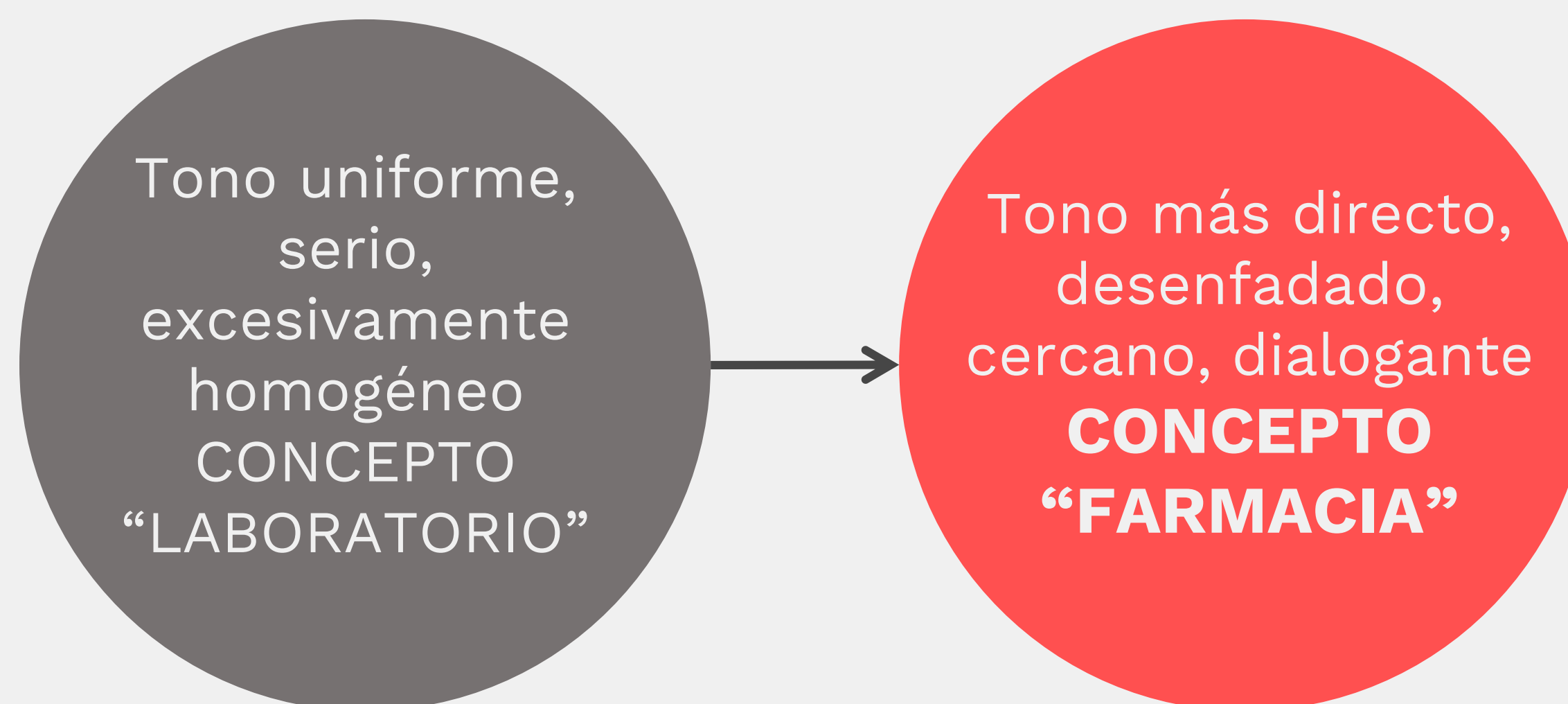
WEB/CLUB COMO EL CENTRO
DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

INBOUND CONTENT

CONTENIDOS FOCALIZADOS A
ATRAER A LOS PÚBLICOS
OBJETIVOS



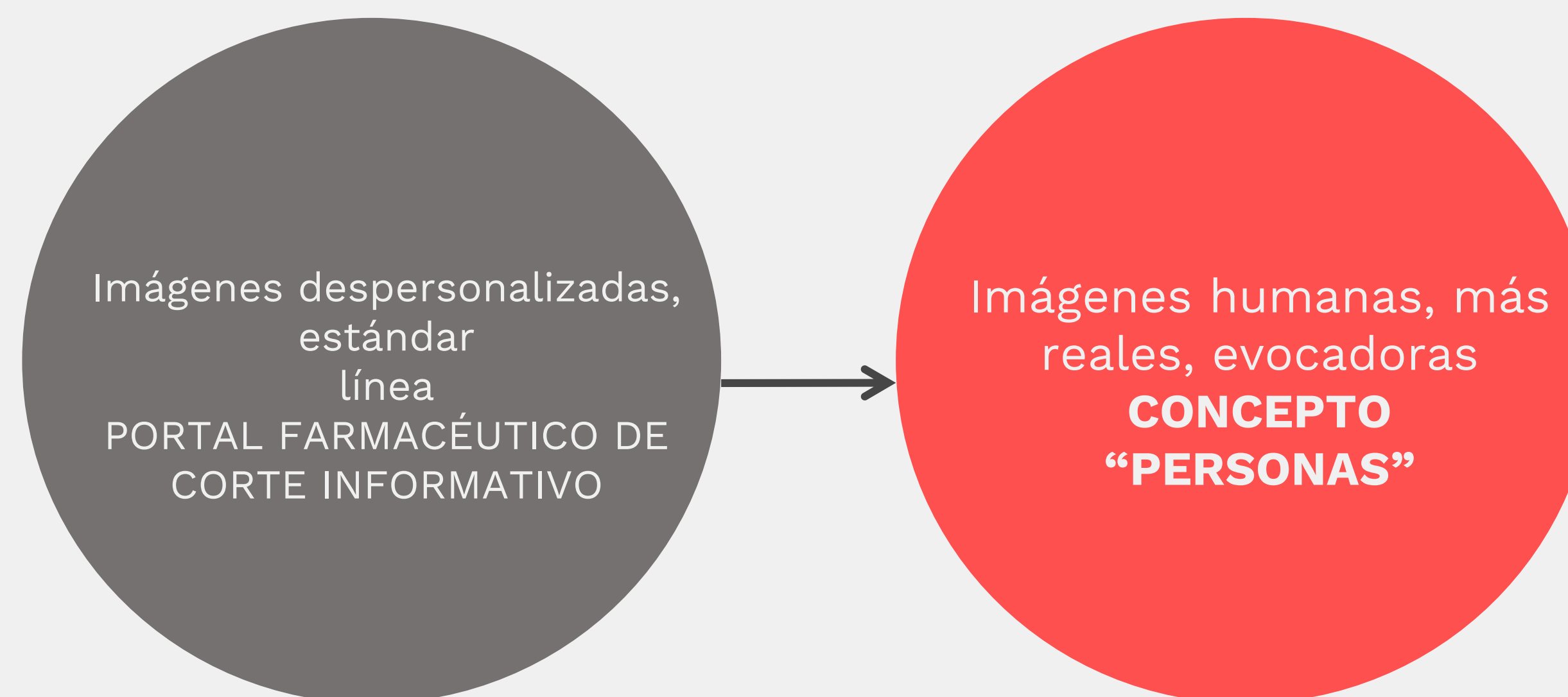
MÁS ALLA DE UN PORTAL DE NOTICIAS Y RECURSOS => SOMOS UN CLUB
Que enseñe la voluntad de interacción, participación e incentivos comunes,
la fuerza de la unión



No hemos de dirigirnos desde la voz del laboratorio, hemos de trasladar el tono al nivel de la oficina de farmacia y hablar de tú a tú con nuestro usuario para que se sienta en casa, dialogando entre iguales.

Enfoque

Evolucionar la plataforma web



club de la farmacia

Bienvenidos.

Este espacio es nuestro compromiso con vosotros

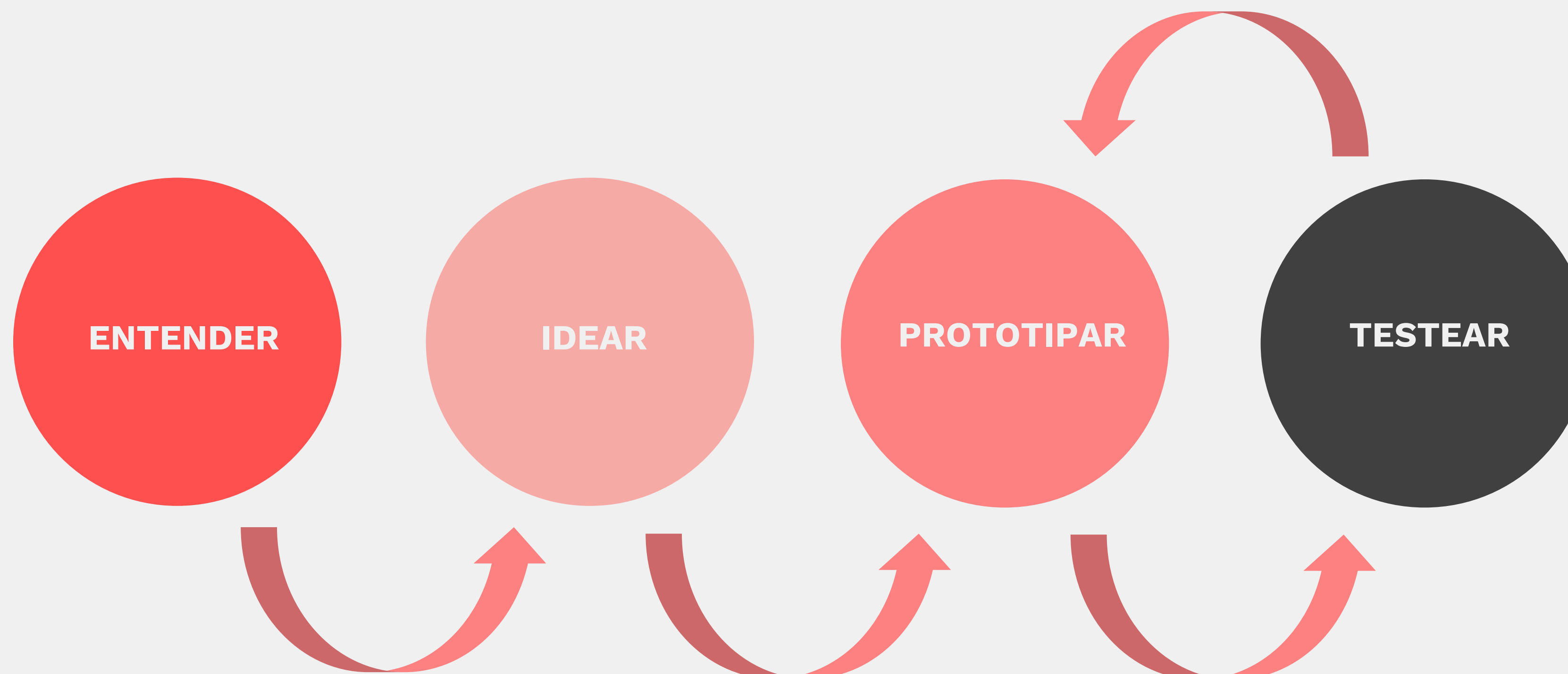
No queremos ser otro portal.

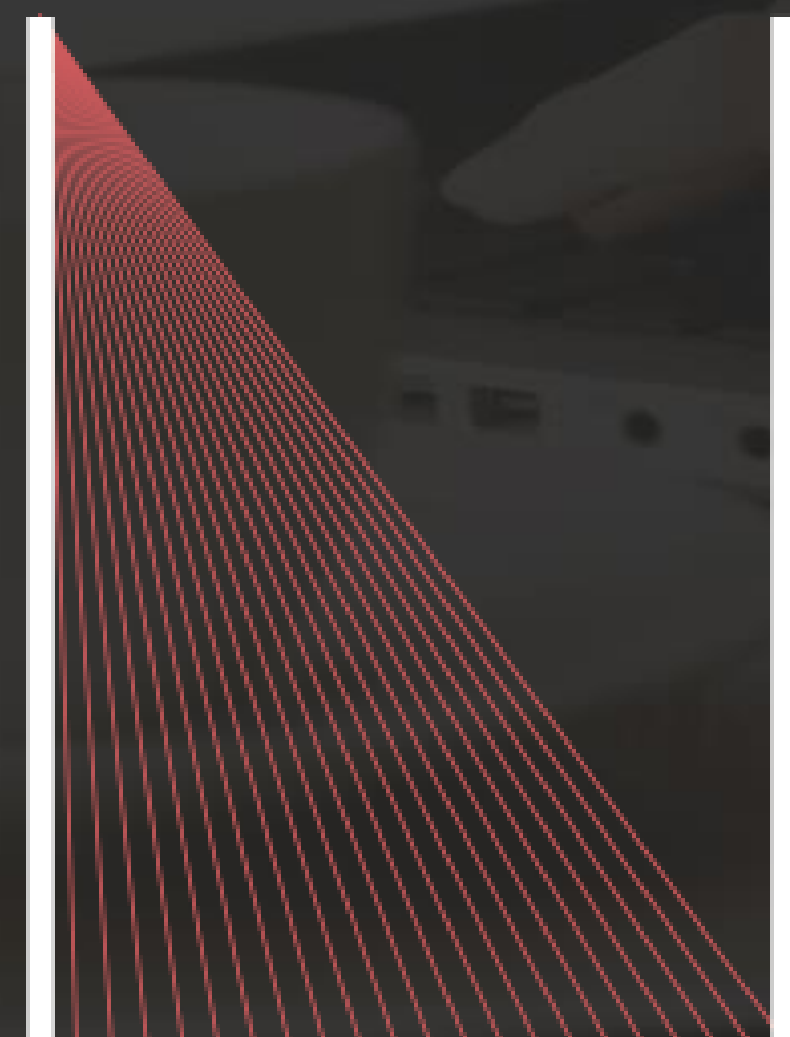
Queremos ser tu espacio.

Somos un club, tu comunidad

Nuevo Club de la Farmacia

Fases del proyecto





PROPUESTA UX

TRANSVERSALIDAD DE LOS CONTENIDOS

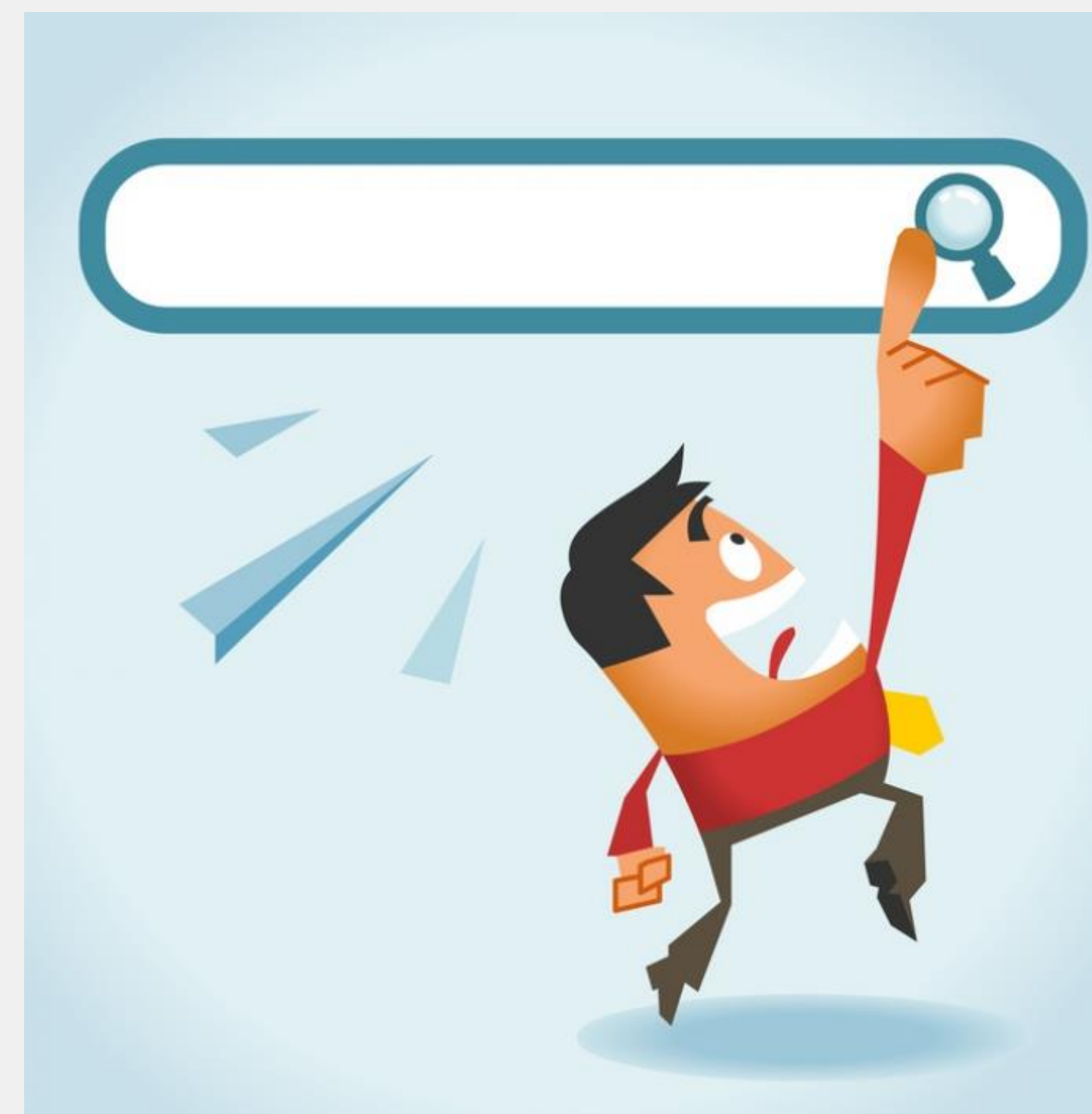
Al margen del árbol de contenidos, no queremos que las secciones se consideren compartimentos estancos, sino establecer un **sistema de navegación contextual que interrelacione los contenidos**, en el sentido que en las páginas se pueden destinar **destacados a artículos, descuentos, ebooks...etc. vinculados al contenido principal de la página** del Club en la que se halle el usuario.



BUSCADOR CON ALTO GRADO DE USABILIDAD, PRINCIPAL PIEZA DE NAVEGACIÓN

El menú principal de la página contiene un buscador, que permita igualmente el acceso a todos los contenidos. El tagline y el buscador tienen una presencia predominante para que el usuario sepa qué puede hacer y cómo encontrar la información. Los filtros y la búsqueda avanzada se muestran en la pantalla de resultados.

Se ha de tratar de minimizar el número de ítems de navegación para facilitar una rápida de comprensión de la estructura de contenidos, facilitar el encuentro de la información que se busca y permitir una buena adaptación a los distintos dispositivos.



PROFILLING Y PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS

Una vez definido el árbol de contenidos general, se ha establecido qué contenidos van a mostrarse a los diferentes perfiles de usuarios establecidos por Almirall:

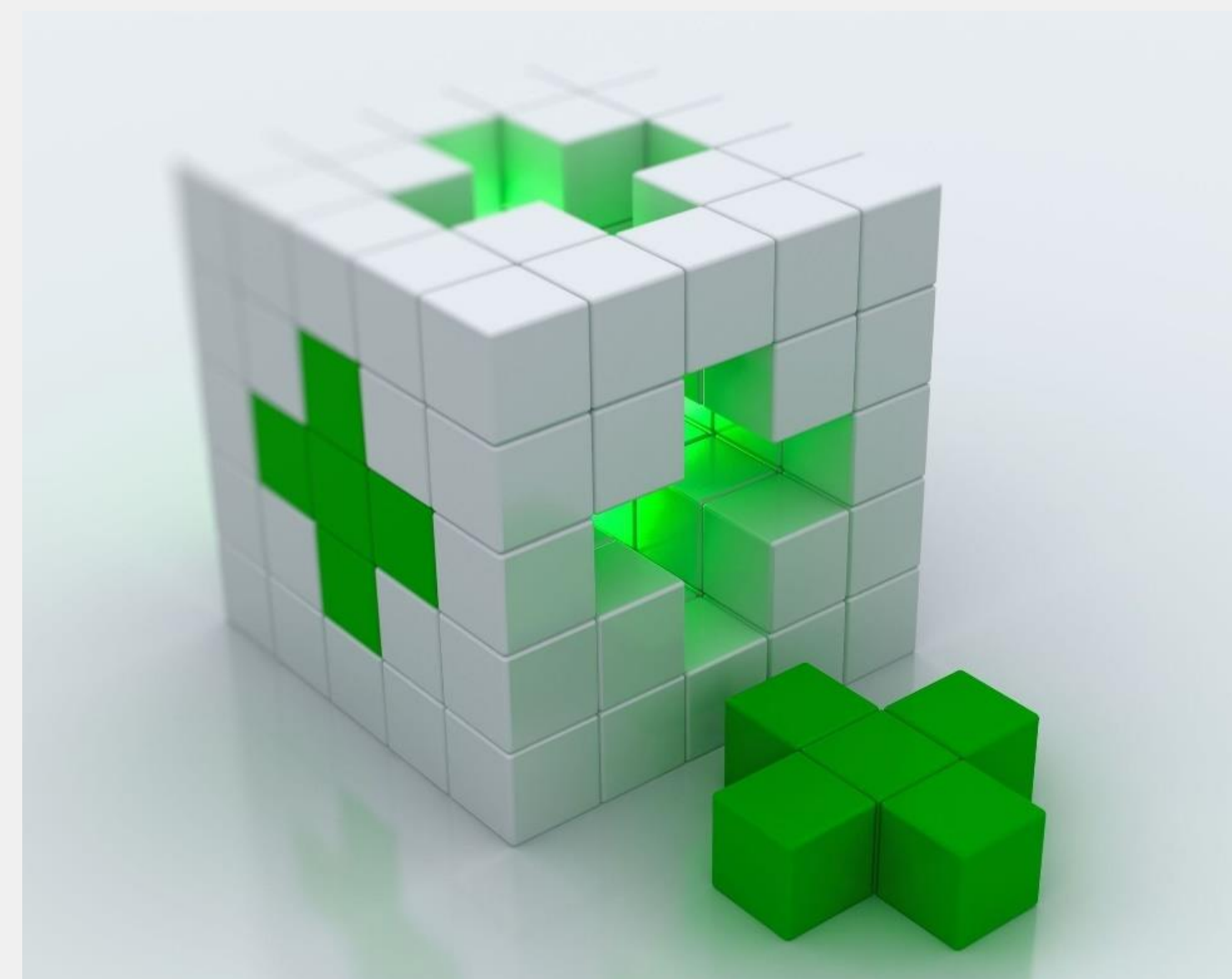
- Farmacéuticos Titulares
- Farmacéuticos Adjuntos
- Farmacéutico Sustituto
- Auxiliares de Farmacia
- Instituciones
- Grupos de farmacia
- Colegios oficiales

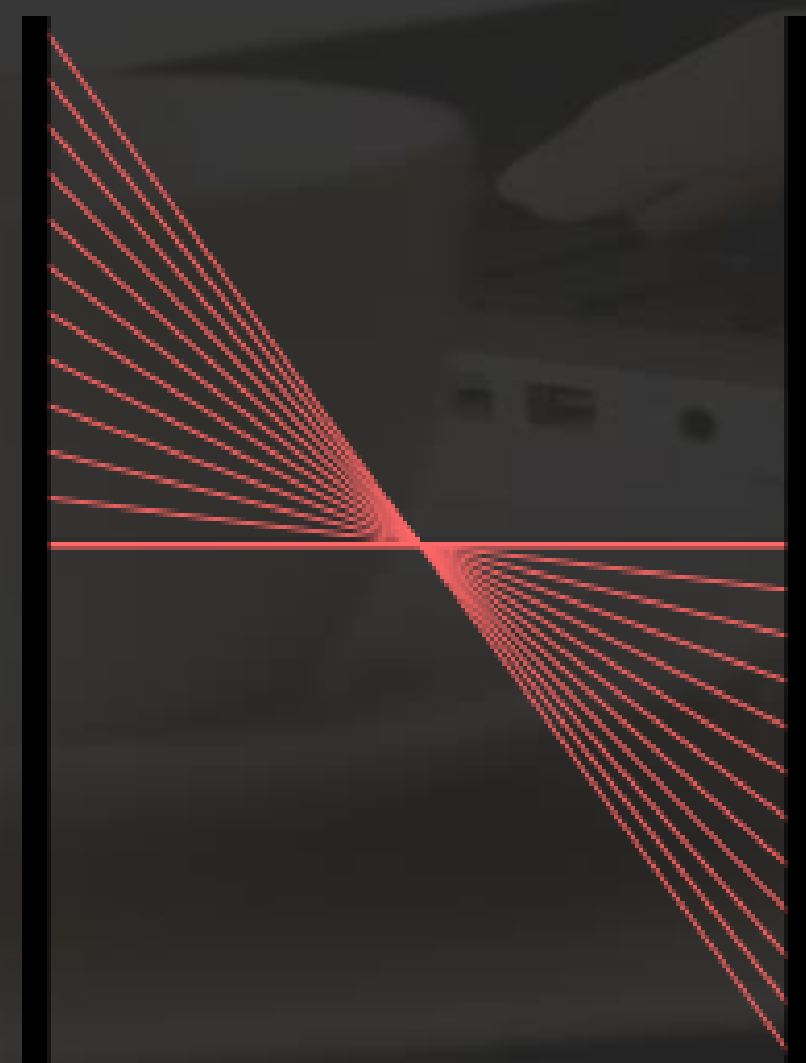
Los destacados de la Home se personalizan, si se trata de un usuario ya autenticado; y presentan los contenidos que encajan más con su perfil, para Behavioral targeting y re-targeting. Los destacados pueden tener tamaños diferentes para permitir editorialización, según su relevancia.



ÁREA DE USUARIO / FARMACIA

Hemos construido un área de usuario que permita registrar la actividad tanto del individuo registrado como el de la farmacia . Para constatar las preferencias del usuario y mejorar el acceso a los contenidos que le interesan, se recomienda habilitar un área de Mis favoritos, para que pueda almacenar aquellos recursos, artículos y noticias que seleccione como de su interés.





PROPUESTA DISEÑO

Se ha buscado un concepto en el que la idea de club, la imagen de marca y el incentivo a la participación son la clave.

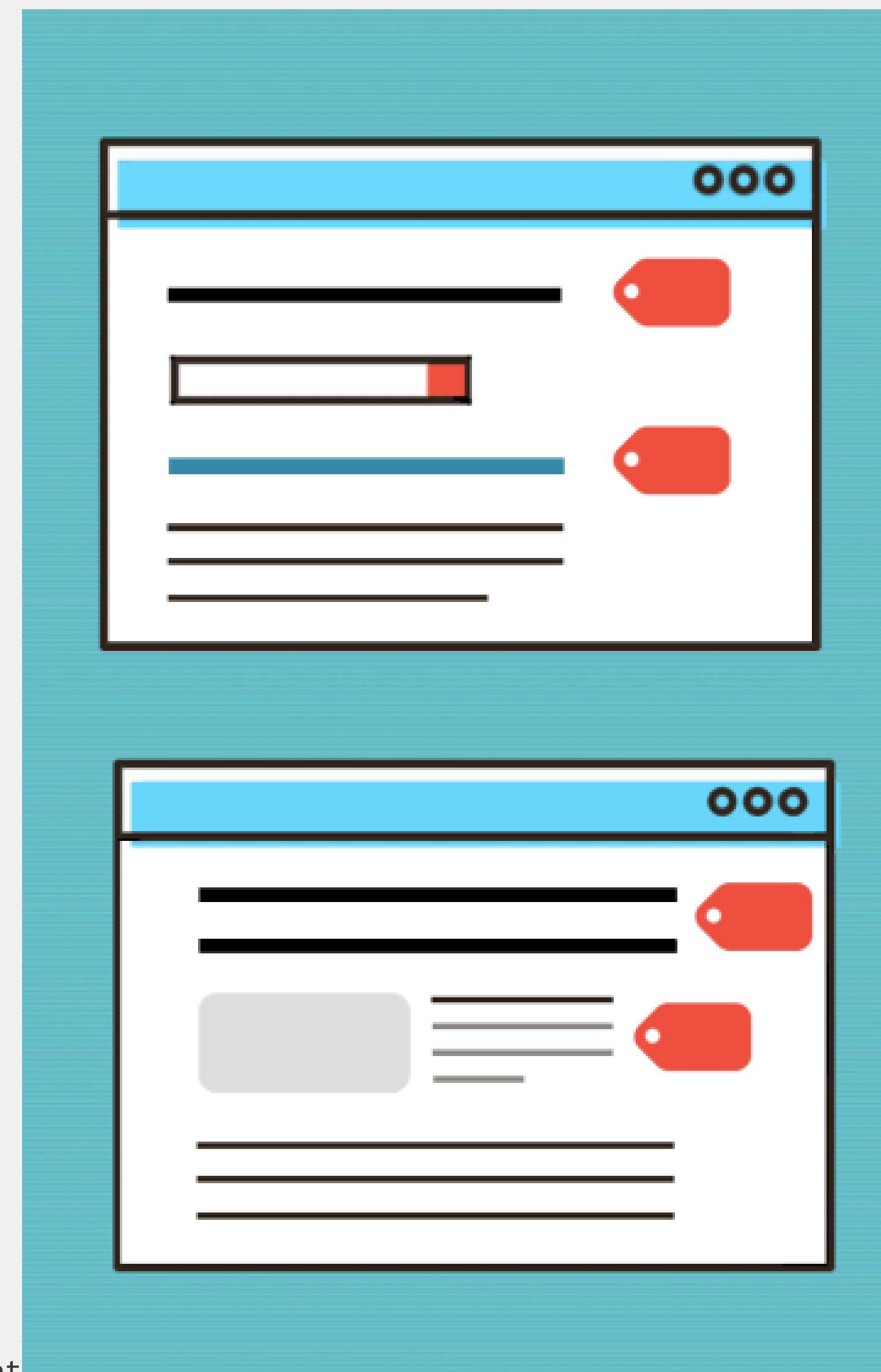
Los claims y las imágenes tienen un papel relevante para que el tono comunicativo sea muy atractivo.

Los contenidos que se muestran están muy seleccionados para generar la sensación de contenido dinámico y ameno.



Se ha realizado un cambio radical en el labelling de las opciones, menos rígido, más evocador, que incite más a la acción, despierte mayor interés por la información que se halla tras ellas y genere mayor engagement. Queremos conectar directamente con el usuario, generar empatía e interés, y que esto eleve el nivel participativo del Club.

Un tono comunicativo directo, ameno y fresco que alimenta el sentimiento de Club.



¿QUÉ HEMOS HECHO?

1. **Agrupar los contenidos bajo epígrafes atractivos** que **apelan directamente de “tu” al usuario**, para crear conexión y empatía
2. **Limitar el número de opciones del menú** para no generar dispersión, y **a la vez poner en valor los contenidos más atractivos** (ebooks, videos, descuentos, blog) dándoles visibilidad en el menú
3. **Incrementar la participación en la web** dando **prioridad a aquellos ítems con un claro Call to action**: “Consúltanos”, “Participa y gana”, “Comparte tus inquietudes”...etc.
4. Agregar ítems informativos sobre el **funcionamiento del Club**: ventajas, descuentos, ser socio...con formulas similares a las webs de clubs

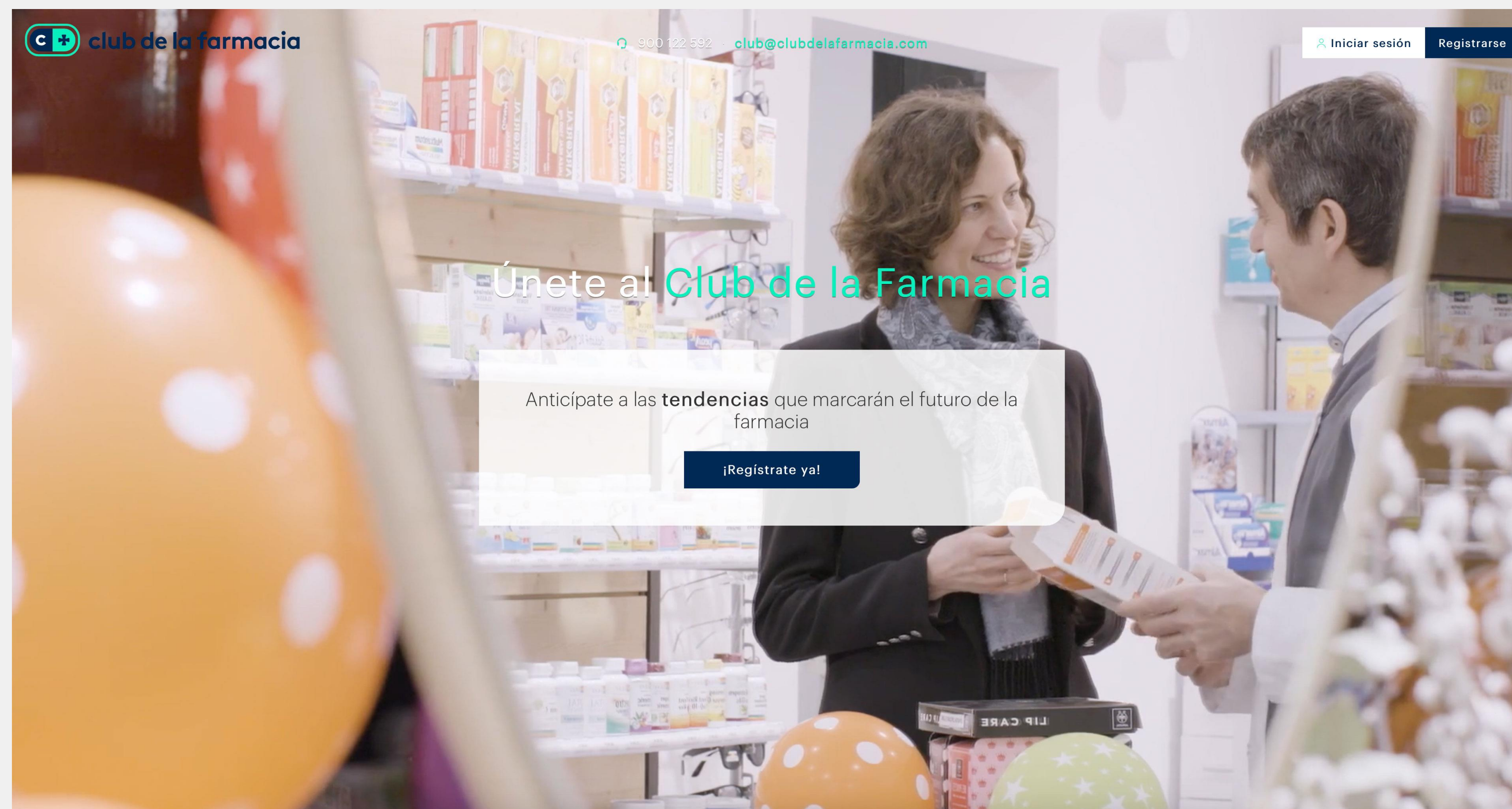


LANDING

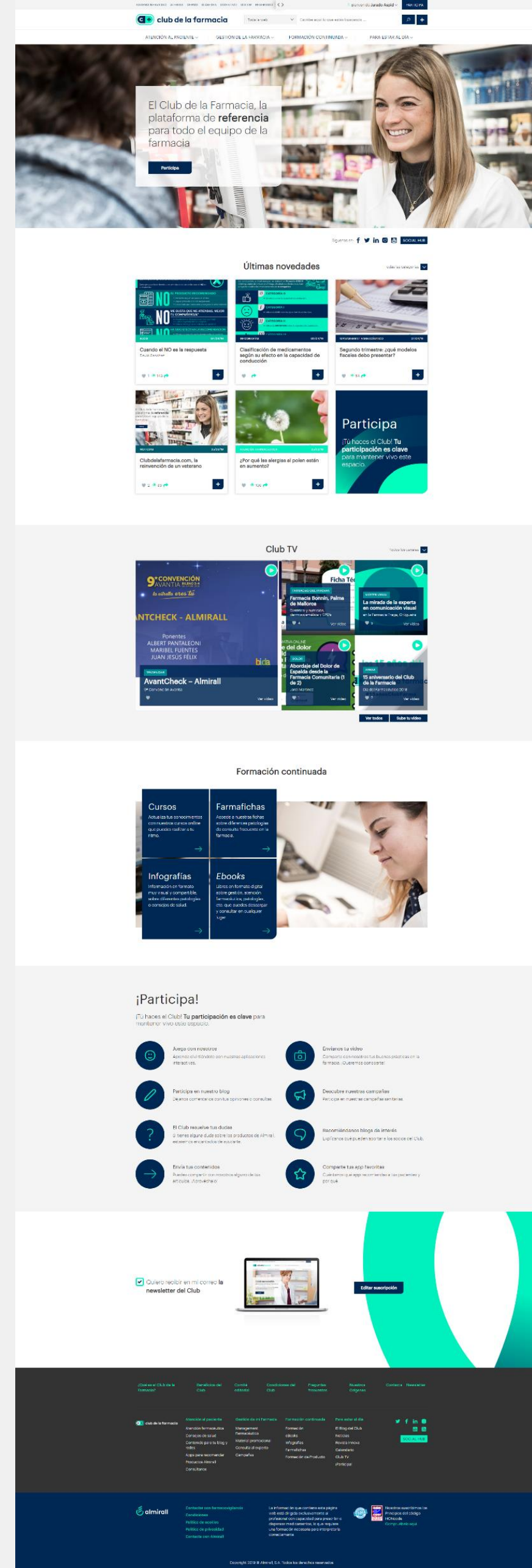
Hemos implementado una landing de entrada para usuarios no registrados que permite autenticarse al usuario ya logado anteriormente, pero que principalmente sirve a su vez de reclamo para que aquel usuario que no forme todavía parte del club se registre y acceda

Es por tanto una pantalla muy atractiva, one page, dando prioridad visual a los botones Call to Action y pone en valor mediante destacados los principales atributos y ventajas del club

La cabecera de la landing la protagoniza una gran imagen video con un **claro call to action hacia el registro y acceso**, así como acompañada de frases y claims que definen la propuesta de valor del club



Hemos implementado una Home muy visual, atractiva y organizada, donde ofrecemos toda la información sin que el usuario se pierda. Igualmente ponemos en valor tanto el contenido visual como el participativo para realizar con éxito esta transición de portal hacia el concepto de club.



Club de la Farmacia

Diseño Home usuarios registrados

Bajo la cabecera hallamos testimoniales reales que describen con sus palabras la misión y valor del Club.

Algunos de nuestros socios nos cuentan su experiencia con el Club



El Club de la Farmacia es una plataforma que nos dota, a los farmacéuticos, de muchísimas herramientas para poder tener presencia digital y para poder comunicarnos. Ya lo he dicho alguna vez: el primer curso que hice de redes sociales fue del Club de la Farmacia. ¡Ahí lo dejo!

Marian García (Boticaria García)



El Club de la Farmacia para mí es un lugar donde podemos encontrar mucha información contrastada, rigurosa, actualizada, para estar al día en áreas en las que no podemos profundizar debido al día a día de la farmacia. Creo que el Club de la Farmacia se ha convertido para muchos farmacéuticos en un punto de referencia.

Gema Herreras



El Club de la Farmacia representa un ejemplo claro de cómo un Laboratorio puede ser un partner estratégico para la Farmacia gracias a la formación de calidad que tiene y a la cantidad de contenidos que se encuentra en la plataforma. Yo animaría a todos los compañeros que tengan acceso a esta plataforma y disfruten del contenido que tiene.

Paco Cobo

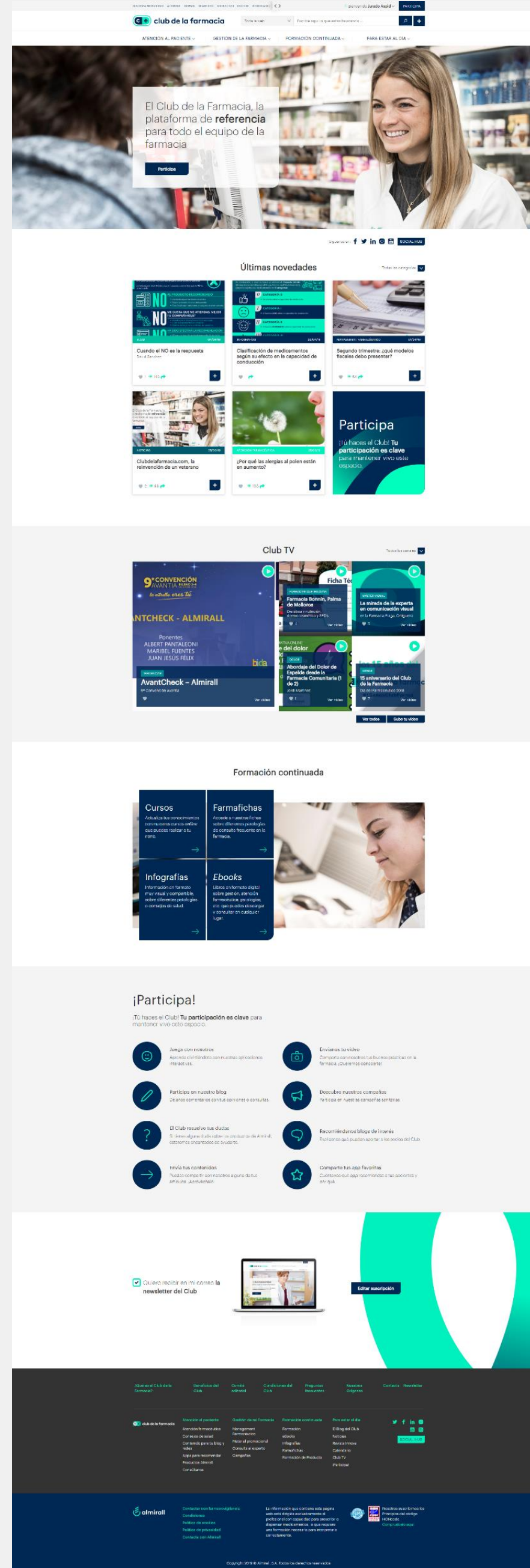


Yo estoy suscrita al Club desde hace mucho tiempo. Soy 2.0 y considero el Club de la Farmacia como mi bibliografía de cabecera en farmacia. Cuando quiero descargar alguna información, hacer algún curso específico o consultar una guía, siempre accedo al Club de la Farmacia. Es la mejor plataforma que hay actualmente, aparte de las sociedades científicas

Teresa Bonnin

[Accede al Club](#)





Menú + cabecera

Últimos destacados

Club TV: material audiovisual

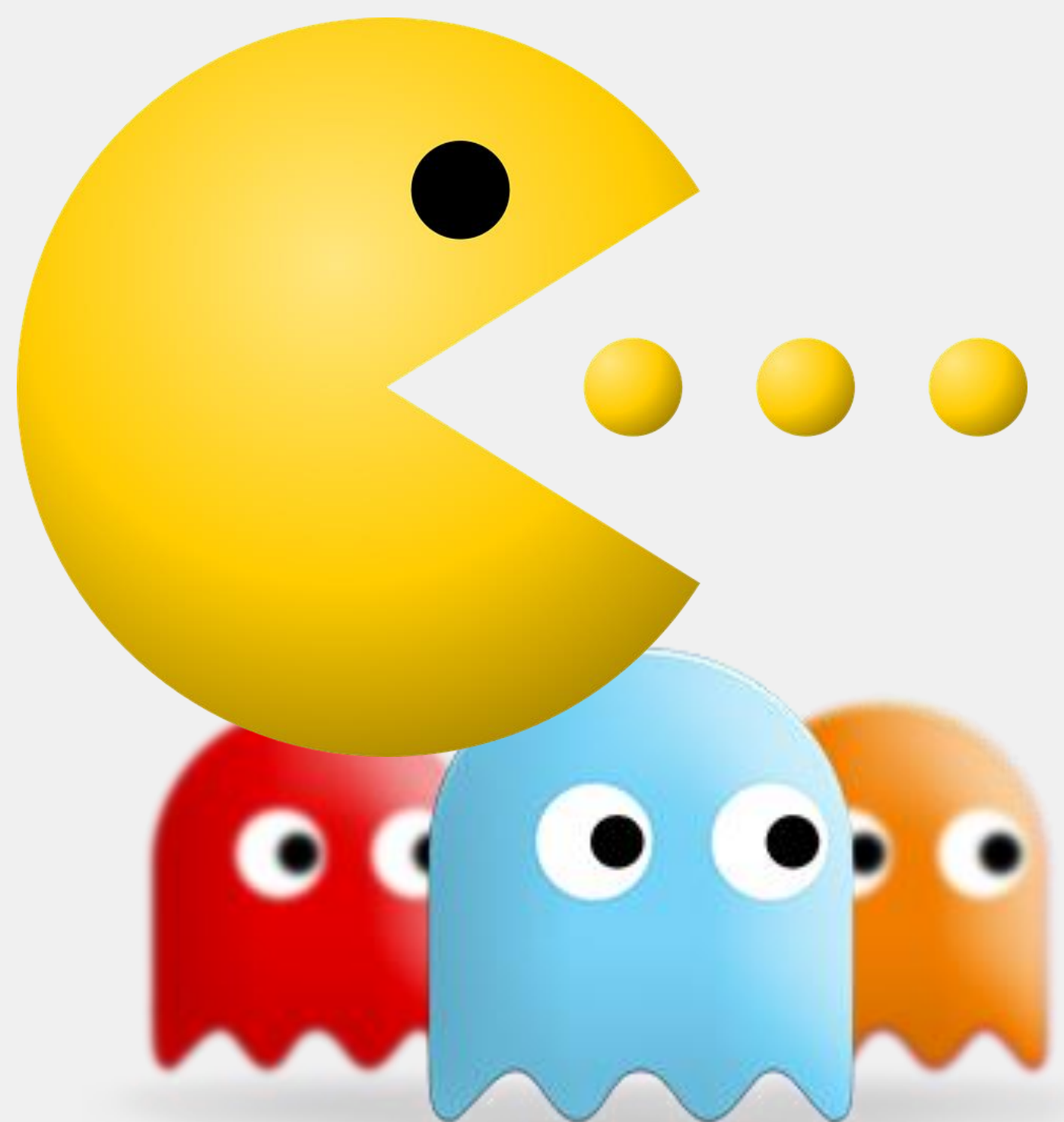
Formación. Centro de recursos

Contenido participativo

Suscripción newsletter



OTRAS ACCIONES DE VALOR AÑADIDO



GAMIFICACIÓN

Con el objetivo de generar engagement con el usuario se van a generar las siguientes funcionalidades:

Valoraciones/rankings: Buscaremos que los usuarios puedan valorar los artículos, vídeos, infografías, etc, a modo de puntuación (estrellas), para que el propio usuario pueda definir cuales son los contenidos más relevantes. También se implementaría un filtrado por contenido más relevante para facilitar la búsqueda al usuario final.

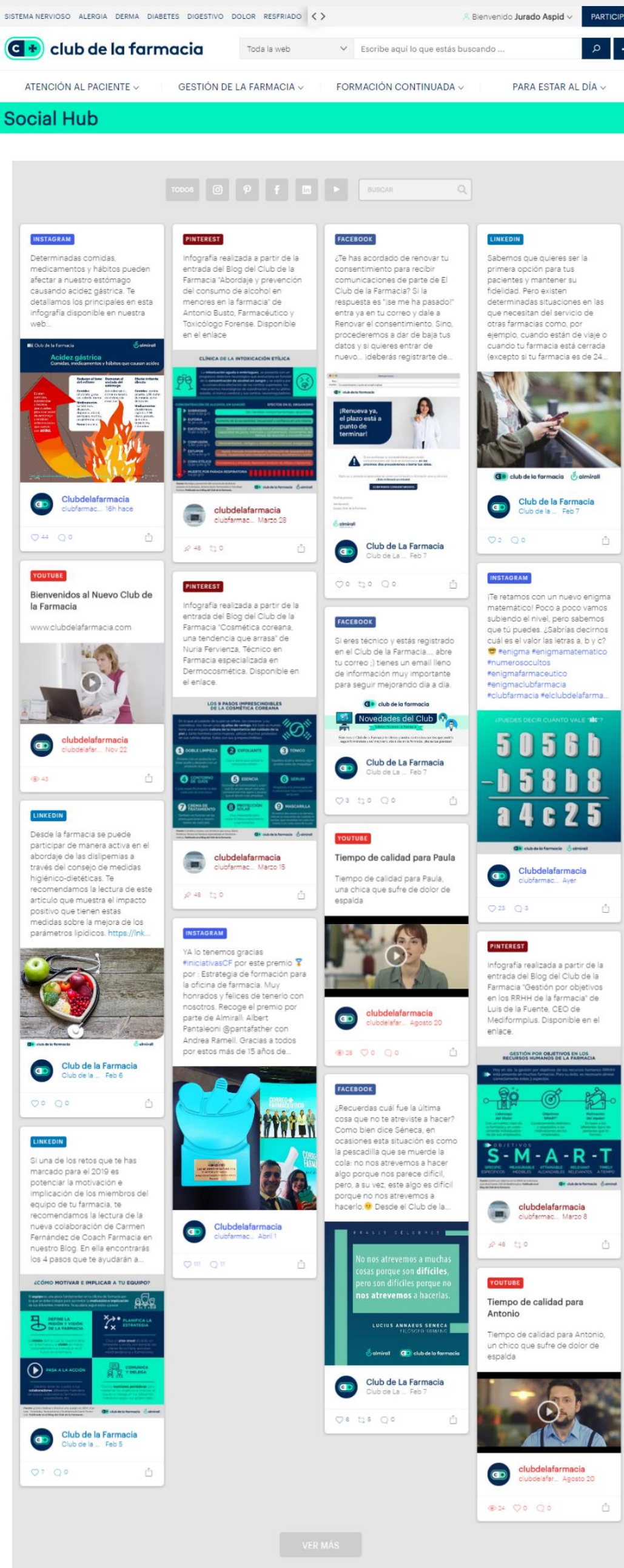
Sistema de puntos: Se generará un sistema de puntos para premiar a los usuarios que mayor interacción realicen en la web, dándole puntos por cada vídeo que visualice, por cada comentario que haga, por la descarga de formaciones, participando en juegos, etc. Los usuarios podrán canjear los puntos por premios.

Club de la Farmacia

Valor añadido

SOCIAL MEDIA HUB

- El antes conocido como **Press room**, un espacio online dedicado a introducir las noticias recopiladas sobre nuestro sector o marca, ha evolucionado hacia el **social media hub**: un espacio que recoge el último que está diciendo nuestra marca en sus redes sociales.
- Este espacio **permite tener actualizada casi de manera automática todas la últimas noticias** generadas en las propias redes sociales.
- Y no sólo eso, sino que representa una forma atractiva y amena de recibir la información combinando textos e imágenes puesto que lo ideal es **aglutinar todas las redes en la que la marca** esté presente: Facebook, Twitter, Linkedin, Youtube, blog ...



ENTORNO DESARROLLO





CARACTERÍSTICAS GENERALES

- ✓ Filtraje de contenidos según usuarios registrados, perfiles y preferencias de usuario.
- ✓ Desarrollo y maquetación de web responsive, adaptativo a distintos dispositivos, específico para el proyecto e implementación mediante HTML5, CSS3, Javascript, jQuery, PHP. Framework Bootstrap v4.
- ✓ Integración con Google Analíticos y Dashboard de Estadísticas en Wordpress
- ✓ Sistema de formularios de consulta, pregunta al autor, solicitud de materiales, etc.
- ✓ Botones de compartir en redes sociales, correo electrónico y whatsapp.
- ✓ Implementación de un sistema de gamificación y engagement basado en puntos de usuario en función de uso de favoritos, cursos, contenidos visitados, otros datos de navegación (número y tiempo de conexión), porcentaje de perfil de usuario completado, comentarios y uso de cupones.
- ✓ Backend de Wordpress simplificado para la gestión de contenidos por parte de Almirall.



GRACIAS