

Winning the Pharmacy's Heart: Shortcut Terukur Menangkan Market Share Produk Swamedikasi Tanpa Bakar Uang Iklan



Introduction

The Voice of Pharmacies

Kami bertanya langsung ke 1.700 pemilik apotek yang aktif menggunakan Farmacare untuk mengelola apoteknya setiap hari.

Sebagai pemilik brand, kamu wajib paham psikologi pemilik apotek & frontliners. Apa yang membuat mereka menyediakan produkmu dan apa yang membuat mereka mengganti brand kamu dengan kompetitor.

Kita akan membedah kesenjangan antara strategi brands di HQ dengan realita di lapangan. Menangkan pelanggan produk swamedikasmu melalui kaca mata apotek.

Daftar Isi

<u>Introduction:</u> <u>The Voice of Pharmacies</u>	<u>I</u>
<u>Bagian 1:</u> <u>Realita Lapangan</u>	<u>01</u>
<u>Bagian 2:</u> <u>Buat Hidup Pemilik Apotek Jadi Mudah</u>	<u>04</u>
<u>Bagian 3:</u> <u>Mudahkan Hidup Frontliners</u>	<u>10</u>
<u>Layanan Farmacare</u> <u>untuk Brands Farmasi</u>	<u>14</u>

Bagian 1: Realita Lapangan

Brand Awareness Tinggi

Sebagian besar pelanggan apotek tahu brand mana yang mereka ingin beli

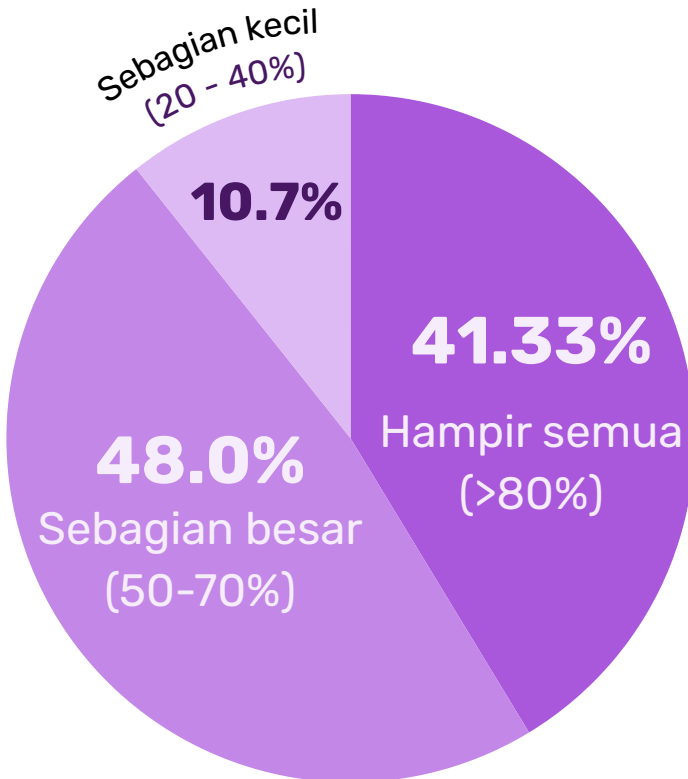
tapi ...

Loyalitas Merek Ternyata Amat Rapuh

Brands menghabiskan milyaran untuk awareness, tapi di detik terakhir, keputusan pasien bisa berubah dalam hitungan detik karena rekomendasi orang di balik meja kasir apotek

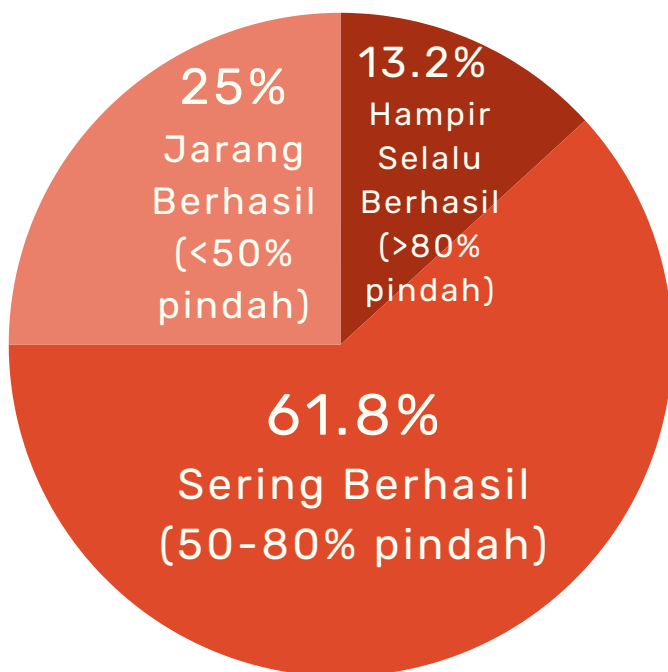
Observasi Pemilik Apotek Spesifisitas Permintaan Merek

Dari 10 pasien yang datang membeli obat tanpa resep (OTC), kira-kira berapa pasien yang sudah menyebutkan merek tertentu sejak awal?



Observasi Pemilik Apotek Brand Switching Rate

Jika merek OTC/suplemen yang diminta pasien kosong, seberapa sering pasien bersedia pindah ke merek yang kamu rekomendasikan



Bagian 2: Buat Hidup Pemilik Apotek Jadi Mudah

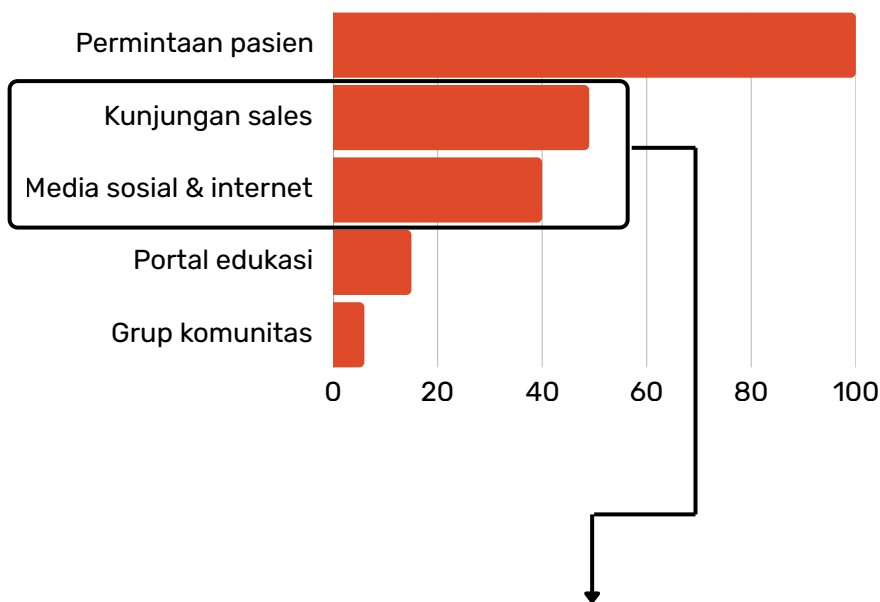
Daripada membom konsumen dengan iklan, mengedukasi satu Pemilik Apotek memberikan efek domino ke ribuan pelanggan. Buat mereka aware tentang produk kamu di channel offline (sales) maupun online.

Risiko stok mati lebih menakutkan bagi apotek, mengalahkan iming-iming potensi keuntungan.

Jangan sampai stok produkmu sampai kosong dan menjadi peluang terbesar kompetitor untuk melakukan brand switching.

Preferensi Pemilik Apotek Sumber Informasi Produk Baru

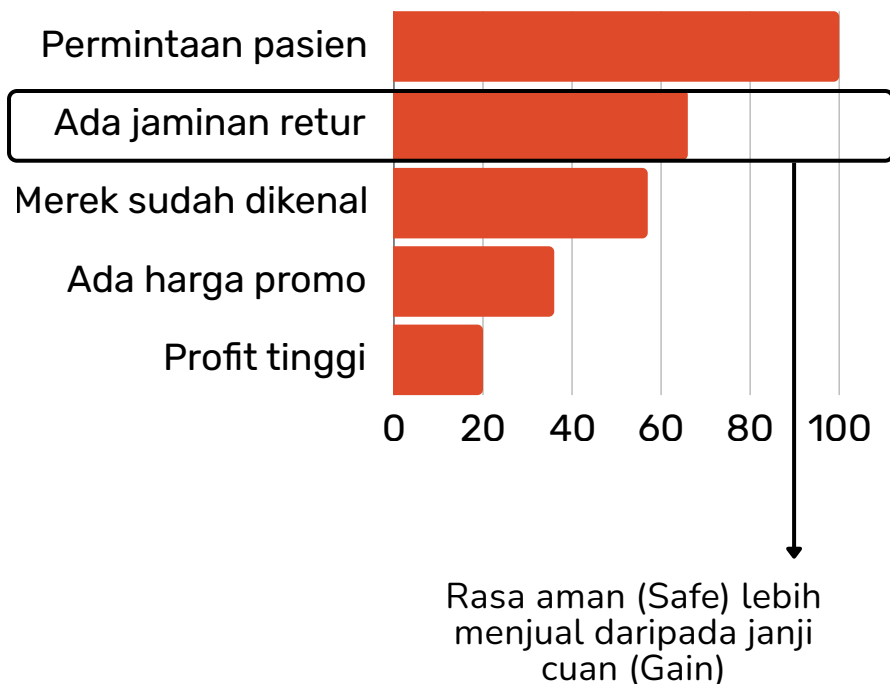
Dari mana sumber informasi yang paling mempengaruhi keputusan Anda untuk akhirnya membeli produk OTC baru sebagai stok?



2 channel utama yang memperkuat faktor “pull” dari pelanggan

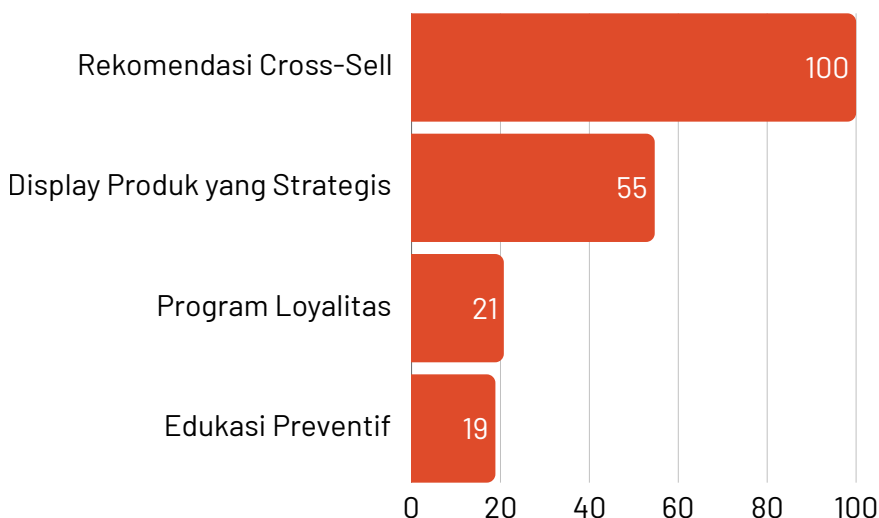
Preferensi Pemilik Apotek Faktor Pembelian Produk Baru

Jika Sales menawarkan merek OTC baru, faktor wajib apa yang membuat Anda mau langsung membeli saat itu juga?



Preferensi Pemilik Apotek Strategi Peningkatan Omzet

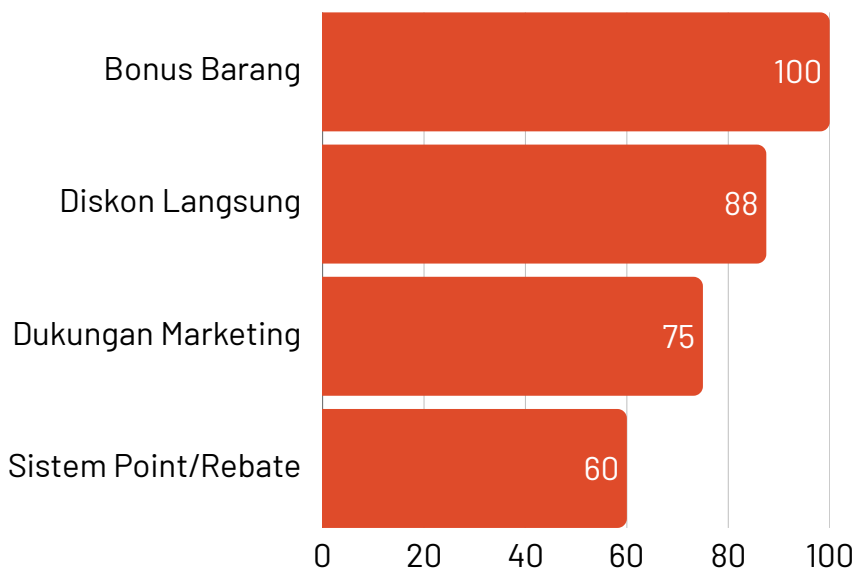
Strategi apa yang paling sering Anda lakukan untuk meningkatkan omzet apotek dengan produk baru?



Jangan minta apotek menjualkan produk kamu. Jadikan produk sebagai cara mereka mencari untung melalui cross-selling dan loyalty.

Preferensi Pemilik Apotek Program Promosi untuk Apotek

Jika ada 3 brand dengan kualitas setara, insentif pembelian apa dari PBF/brand yang paling membuat Anda memprioritaskan salah satunya?



Apotek ingin keuntungan instan,
bukan jangka panjang

Observasi Pemilik Apotek Kendala Distribusi

Kendala apa yang paling sering Anda alami terkait kebijakan distribusi dari Principal/Manufaktur?



Apotek butuh fleksibilitas operasional,
bukan sekadar diskon.

Bagian 3: Mudahkan Hidup Frontliners

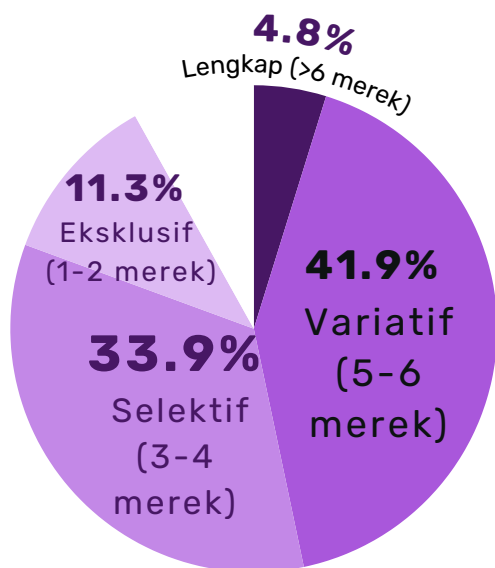
Ada ribuan SKU produk di tiap apotek. Frontliners tidak butuh brosur tebal. Mereka butuh materi edukasi yang singkat & visual dan program promosi yang menguntungkan

Pemenang sejati bukanlah produk yang paling terlihat, melainkan produk yang berhasil menjadi 'jawaban otomatis' bagi apoteker/TTK.

Dengan insentif yang tepat, produk kamu akan menjadi rekomendasi utama setiap kali ada pasien yang bertanya.

Preferensi Pemilik Apotek Rata-rata Kedalaman Stok (Brand Assortment) per Kategori OTC

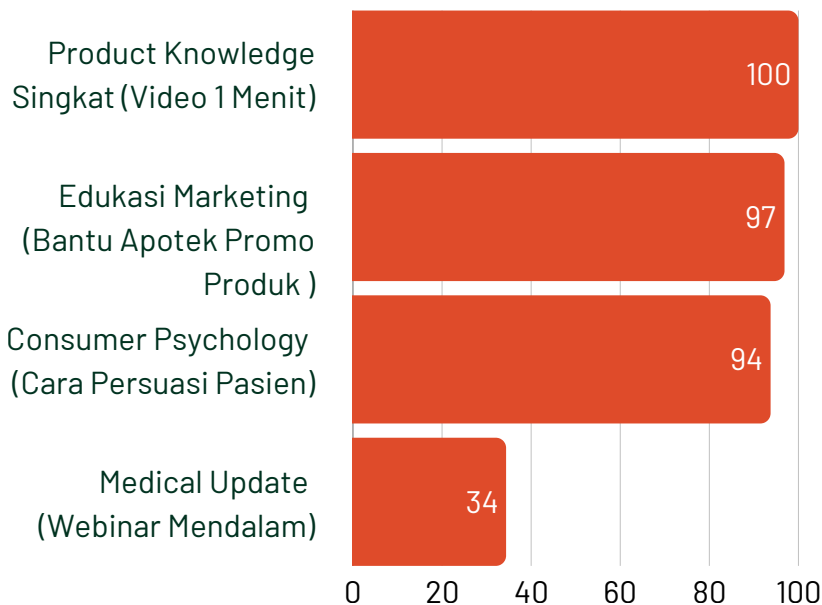
Untuk satu kategori populer, biasanya berapa jumlah merek berbeda yang Anda sediakan di rak/etalase?



Mampukah produkmu membuat 6 merek pesaing terlihat seperti barang usang?

Preferensi Pemilik Apotek Materi Program Edukasi

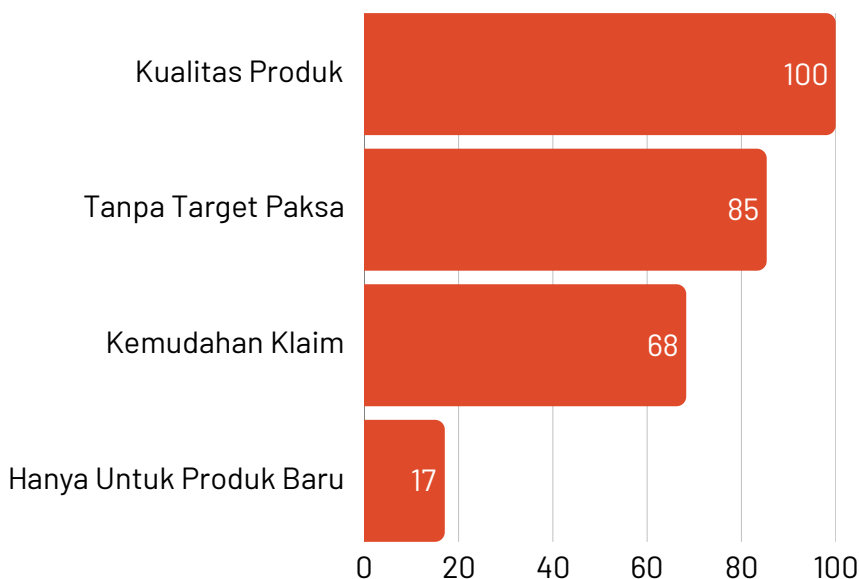
Jika Brand ingin mengadakan program edukasi, materi apa yang paling berdampak langsung bagi performa apotek Anda?



Pemilik apotek tidak membutuhkan lebih banyak edukasi — mereka membutuhkan cara menang lebih cepat di pasar.

Preferensi Pemilik Apotek Program Insentif Frontliner Apotek

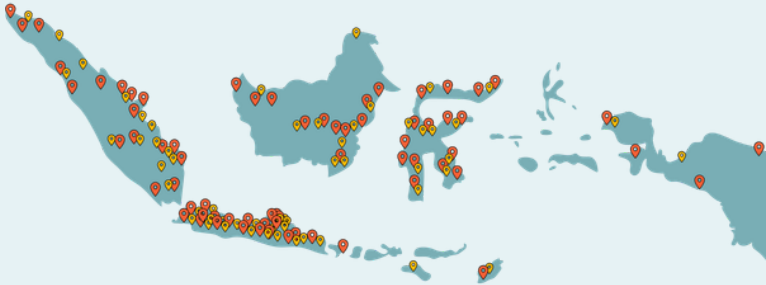
Apa syarat utama agar Anda mengizinkan program “Insentif Frontliner” dari sebuah Brand berjalan di apotek Anda?



Program insentif berhasil ketika membantu sell-out, bukan memaksa sell-in.



Tentang Farmacare



Farmacare membantu brands farmasi strategi mengakselerasi performa di ribuan apotek secara digital dan transparan.



Layanan Farmacare untuk Brands Farmasi

Program Trade Tradisional

Lebih Gacor dengan Farmacare

Laporan Market
Share



Analitik yang
Actionable

Promosi via
Distributor



Promosi ke Owner
Apotek

Gimmick



Insentif ke
Frontliners

Banner



Digital Displays

Survey Pelanggan
Manual



Survey Pasca
Belanja

Laporan Bulanan



Dashboard Harian



Hubungi kami untuk berdiskusi lebih lanjut

Adi Sudewa

adi@farmacare.id

+62-819-0505-9071

Farmacare⁺.id

Hubungi kami:

Website : www.farmacare.id

Email : halo@farmacare.id

Follow:

 [farmacareid](https://www.instagram.com/farmacareid)

 [farmacare ID](https://www.youtube.com/farmacareID)