

L'autorevolezza del farmacista

Durante la pandemia da Covid-19, i farmacisti hanno consolidato le tecniche di vendita per affiancare, attraverso strategie di cross-selling, l'attenzione agli aspetti igienico-sanitari dettati dalla pandemia. Ora, invece, il focus è tornato sui temi tecnico-scientifici.

Infatti, la loro autorevolezza è rafforzata grazie alla fiducia generata dall'effetto «camice» su cui fa leva il background scientifico.

Grazie a tale percezione, il consumatore associa più facilmente claim legati alla funzionalità nella scelta dei cosmetici in farmacia, soprattutto legati al mondo della cura pelle, avvalorando il ruolo consulenziale dell'addetto al reparto dermocosmesi o dello stesso farmacista.

Strumenti più importanti per migliorare la capacità di consiglio

