

Diagnóstico Comercial con BI + IA

"Tus datos te muestran oportunidades que no sabías que tenías."

Objetivo del Bloque:

Detectar oportunidades comerciales ocultas en tus datos y convertirlas en acciones concretas para mejorar ventas, ticket medio y rotación. Aprenderás a diagnosticar objetivamente el estado de tu farmacia y tomar decisiones basadas en evidencia.



Panel de tickets



Análisis productos



Comparativa red



Ventas por laboratorio



Prompts IA comercial

1 ¿Qué te dice tu ticket medio sobre tu farmacia?

Apartado BI

Ticket medio por tipo (libre, receta, total)

Prompt IA

mejorar_ticket_medio

"Cada venta cuenta una historia. Vamos a entenderla."

2 ¿Estás perdiendo oportunidades sin darte cuenta?

Apartado BI

Nº de tickets + evolución mensual

Prompt IA

analisis_tickets_perdidos

"No es que vendas poco. Es que quizá no estás viendo dónde puedes vender más."

3 ¿Qué productos te están haciendo crecer (o frenar)?

Apartado BI

Top productos por facturación y margen

Prompt IA

productos_clave_farmacia

"Tu farmacia tiene estrellas... y lastres. Vamos a identificarlos."

4 ¿Cómo te comparas con otras farmacias de tu red?

Apartado BI

Comparativa con red por categoría

Prompt IA

benchmarking_comercial

"No se trata de competir. Se trata de aprender de lo que otros ya están haciendo bien."

5 ¿Qué laboratorios te están impulsando... y cuáles no?

Apartado BI

Panel de ventas por laboratorio

Prompt IA

analisis_laboratorios_clave

"Algunos laboratorios te ayudan a crecer. Otros solo ocupan espacio."

Convierte **números** en **decisiones rentables** para tu farmacia

BLOQUE 1

Diagnóstico Comercial con BI + IA

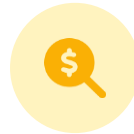
Visión global de oportunidades comerciales ocultas en tus datos

Objetivos del bloque



Optimizar ticket medio

Estrategias basadas en datos para incrementar valor sin perder operaciones



Detectar oportunidades

Identificar áreas de mejora comercial que no son evidentes sin análisis



Aumentar rentabilidad

Decisiones informadas para mejorar margen y eficiencia operativa

Contexto General Farmacia (Bloque 0)



Datos básicos ya recopilados

Base de conocimiento común para todos los bloques del taller

Datos BI GestionFarma

Equipo y horarios

Ubicación y clientela

Categorías clave

Histórico ventas

Síntomas específicos de este bloque



Ventas que no crecen al ritmo esperado



Ticket medio estancado a pesar de subir precios



Gran diferencia entre ticket receta y venta libre



Equipo desmotivado por falta de objetivos claros



Ventas sin patrón claro ni estacionalidad definida



Tickets disminuyendo en categorías estratégicas



Productos llenos sin saber rentabilidad real



Precios desalineados sin datos comparativos

1

Identifica necesidad

2

Reúne datos BI

3

Analiza con IA

4

Aplica tareas

5

Cuenta con soporte

BLOQUE 1 · MICROVIDEO 1

¿Estás perdiendo oportunidades sin darte cuenta?

Tus datos te muestran oportunidades que no sabías que tenías.



EVOLUCIÓN TICKETS/CLIENTES

Tendencias 12-24 meses, descensos sostenidos, estacionalidad.



CLIENTES HABITUALES

Frecuencia de visita, cambios de hábitos, migración.



CONVERSIÓN Y OPORTUNIDADES

% visitas sin compra, tickets perdidos, venta adicional no aprovechada.



FRANJAS/DÍAS

Horas y días de baja actividad, recursos y cobertura.



COMPARACIÓN Y DATOS

Benchmarking con sector/red, desvíos frente a la media.



ESTRATEGIA Y PROTOCOLOS

Captación, fidelización, objetivos y procesos del equipo.



COMPETENCIA Y ENTORNO

Nuevos competidores, obras/accesos, cambios en la zona.



SEGUIMIENTO Y CONTROL

Tracking de nuevos y recurrentes, KPIs y reporting.



Test completo con 30 preguntas clave para detectar oportunidades perdidas en la siguiente diapositiva.

Para recuperar oportunidades, primero identifica dónde estás perdiendo clientes

Test de diagnóstico: Oportunidades y Tickets

“Marca las casillas que reflejen la situación actual de tu farmacia.”

Organizado en 8 ámbitos. Total ítems: 30



1. EVOLUCIÓN DE TICKETS/CLIENTES

- ☐ ¿El número de tickets ha descendido en los últimos 3–6 meses?
- ☐ ¿La evolución de tickets no sigue patrones estacionales esperados?
- ☐ ¿El número de clientes únicos ha disminuido recientemente?
- ☐ ¿No dispones de histórico claro de tickets/clientes?



2. COMPORTAMIENTO CLIENTES HABITUALES

- ☐ ¿Acuden menos clientes habituales que antes?
- ☐ ¿Han reducido su frecuencia de visita los habituales?
- ☐ ¿Detectas cambios de hábitos sin causa aparente?
- ☐ ¿No diferencias habituales vs nuevos en tus informes?



3. CONVERSIÓN Y OPORTUNIDADES PERDIDAS

- ☐ ¿Hay bajos ratios de conversión (visitas sin compra)?
- ☐ ¿No controlas el % de tickets perdidos o visitas sin venta?
- ☐ ¿Se desaprovechan oportunidades de venta adicional?
- ☐ ¿No identificas qué visitas se van sin comprar y por qué?



4. PATRONES POR FRANJAS/DÍAS

- ☐ ¿Existen franjas horarias con muy baja actividad?
- ☐ ¿Hay días de la semana con descensos notables?
- ☐ ¿No analizas tickets por franja/día de forma regular?
- ☐ ¿No aplicas acciones proactivas en franjas flojas?



5. COMPARACIÓN Y DATOS

- ☐ ¿Desconoces si tu descenso es mayor al del sector?
- ☐ ¿No comparas con red/localidad y farmacias de tamaño similar?
- ☐ ¿No tienes una media de tickets/día de referencia?



6. ESTRATEGIA Y PROTOCOLOS

- ☐ ¿No existen protocolos de captación de nuevos clientes?
- ☐ ¿Falta una estrategia clara de fidelización?
- ☐ ¿No hay objetivos explícitos de nº de tickets/clientes?
- ☐ ¿El equipo no sigue un guion de captación/retención?



7. COMPETENCIA Y ENTORNO

- ☐ ¿Han aparecido competidores cerca y no has reaccionado?
- ☐ ¿Cambios en accesos/obras afectan el flujo de clientes?
- ☐ ¿La competencia lanza campañas y tú no respondes?
- ☐ ¿No monitorizas sistemáticamente a la competencia?



8. SEGUIMIENTO Y CONTROL

- ☐ ¿No haces seguimiento de clientes nuevos captados?
- ☐ ¿No mides la tasa de retención de clientes recurrentes?
- ☐ ¿Las campañas no aumentan el número de tickets?

Total de síntomas identificados: 0 de 30

“A mayor número de síntomas identificados, mayor potencial de mejora para recuperar oportunidades.”

BLOQUE 1 · MICROVIDEO 2

¿Qué datos BI necesitas para analizar oportunidades y tickets?

“Los datos exactos para validar y dimensionar el problema de tickets perdidos en tu farmacia”

Datos específicos a extraer del BI GestionFarma



Evolución tickets totales

Detecta tendencias y descensos sostenidos en 12–24 meses.

📍 Panel KPIs / Evolución Tickets



Evolución clientes únicos

Verifica si se reduce la base de clientes.

📍 Módulo Clientes / Clientes Únicos



Tickets por franja y día

Identifica horas y días de baja actividad.

📍 Módulo Tiempo / Matriz Tickets-Franja



Comparativa con sector/red

Valida si el descenso es propio o general.

📍 Benchmarking / Tickets Comparado



Ratio de conversión

Cuantifica visitas sin compra y tickets perdidos.

📍 Análisis Conversión / Oportunidades Perdidas



Habituales vs nuevos

Detecta pérdida de habituales o falta de nuevos.

📍 Clientes / Fidelización y Recurrencia



Tickets por campaña

Mide el impacto real de acciones de captación.

📍 Marketing / Efectividad Campañas



Estacionalidad y patrones

Distingue estacional vs. problema estructural.

📍 Análisis Temporal / Estacionalidad



Competencia y entorno

Contextualiza con cambios en la zona.

📍 Registro manual / Observación



1

Identifica necesidad

2

Reúne datos BI



Analiza con IA

4

Aplica tareas

5

Cuenta con soporte

BLOQUE 1 · MICROVIDEO 3

¿Qué información necesita la IA (Oportunidades/Tickets)?

"Combinando las piezas clave para obtener análisis y estrategias precisas"



NOTA IMPORTANTE: Revisa el Contexto General de tu farmacia (Bloque 0) cada vez que analices un problema con la IA.

1



Contexto General Farmacia

Base del Bloque 0: información estructural clave.

- ✓ Tipo de farmacia y dimensiones
- ✓ Equipo y especialidades
- ✓ Perfil de clientela
- ✓ Ubicación y competencia
- ✓ Situación financiera general

2



Contexto del Problema

Síntomas específicos de oportunidades/tickets.

- ✓ Descenso de tickets; habituales no acuden
- ✓ Bajos ratios de conversión
- ✓ Franjas/días con baja actividad
- ✓ Cambios en competencia/entorno
- ✓ Faltan protocolos de captación/fidelización

3



Datos BI Específicos

Métricas cuantitativas para la IA.

- ✓ Evolución tickets totales / clientes únicos
- ✓ Tickets por franja horaria y día
- ✓ Comparativa con sector/red
- ✓ Ratio de conversión y tickets perdidos
- ✓ Habituales vs nuevos; impacto campañas
- ✓ Estacionalidad (patrones históricos)



Metodología ROPLA para construir tu prompt

R

ROL

Consultor en desarrollo comercial y captación en farmacias.

O

OBJETIVO

Recuperar oportunidades y aumentar tickets un 20% en 3 meses.

P

PETICIÓN

Proponer 5 estrategias de captación y fidelización basadas en datos.

L

LENGUAJE

Claro y accesible para el equipo farmacéutico.

A

ARMAZÓN

Diagnóstico, Estrategias y Plan de acción priorizado.



Combina los 3 inputs clave + ROPLA para un análisis preciso y accionable de tus oportunidades y tickets.

Diagnóstico Oportunidades/Tickets (para IA) · copiar y pegar

 Copiar prompt

 ROPLA

 Datos BI y contexto

ROL

Eres un consultor experto en desarrollo comercial y optimización de farmacias, especializado en descensos de tickets/clientes, detección de oportunidades perdidas y estrategias de captación y fidelización.

OBJETIVO

Recuperar oportunidades perdidas, detener el descenso de tickets y aumentar clientes y ventas al menos un 20% en 3 meses, de forma sostenible y adaptada a mi situación.

PETICIÓN

Analiza el contexto y datos adjuntos y responde:

- ¿Cuáles son las causas y barreras del descenso de tickets y la pérdida de clientes?
- Propón 5 estrategias para recuperar habituales, captar nuevos y mejorar la conversión, diferenciando por franja horaria, tipo de cliente y canal.
- Prioriza por impacto y facilidad de puesta en marcha.
- Incluye un miniplan con pasos, responsables y KPIs (tickets, clientes nuevos, retención).

LENGUAJE

Claro, práctico y didáctico, para compartir con el equipo farmacéutico.

ARMAZÓN

Organiza tu respuesta en:

- Diagnóstico del problema (datos y síntomas clave).
- Estrategias de mejora (5 propuestas de captación, fidelización y conversión).
- Plan de acción priorizado (pasos, responsables, indicadores y calendario).

DATOS DE CONTEXTO Y BI PARA ANALIZAR

Incluye, además del Bloque 0:

- Contexto farmacia: tipo, localización, horarios, competencia, cambios en el entorno, protocolos de captación/fidelización, barreras internas y acciones previas.
- Test de síntomas oportunidades/tickets: checklist de 30 ítems cumplimentado.
- Datos BI adjuntos: evolución de tickets y clientes únicos, tickets por franja/día, comparativa sector/red, ratio de conversión y tickets perdidos, habituales vs nuevos, impacto de campañas, estacionalidad y observaciones. Adjunta plantilla Excel/PDF.

