

București, 26 noiembrie 2009

Sensiblu Cotroceni - un model de farmacie care duce cu un pas înaintea piața de retail farmaceutic din România

Evoluția brandului și cererile tot mai complexe ale clienților Sensiblu au dus la lansarea unei altfel de farmacii în noua locație Sensiblu din Cotroceni.

Odată cu adaptarea farmaciilor Sensiblu la nevoile clienților au apărut noi standarde în domeniul retail-ului farmaceutic din România. Modelul de business, orientat spre dezvoltarea pe termen lung a companiei, a condus la consolidarea poziției de lider de piață și întărirea brandului, Sensiblu fiind cea mai mare rețea de farmacii, cu 220 de unități în 51 de orașe și un portofoliu de peste 20.000 de produse.

Claudiu Opran, Chief Operating Officer Retail A&D Pharma spune că „*Sensiblu este un brand care reușește să fie cu un pas înaintea pieței și evoluează odată cu standardele de calitate pe care le așteaptă clienții. Oferta de servicii personalizate, gama largă de produse ușor accesibile și comunicarea pe teme de sănătate și prevenție au ridicat ștacheta cerințelor clienților noștri. Răspunzând la evoluția acestor așteptări, am creat o altfel de farmacie, care va reprezenta, cu siguranță, un model inovator pentru întregul retail farmaceutic.*”

La un an de la lansarea conceptului standard de farmacie, în care soluțiile pentru o viață sănătoasă se îmbină cu cele pentru frumusețe și stare de bine (septembrie 2008), **Sensiblu - liderul pieței farmaceutice din România - se adaptează la nevoile de evoluție ale clienților săi, propunând un nou format: farmacia de destinație.**

Noul concept de farmacie Sensiblu reprezintă **o altfel de farmacie** decât cea cu care ne-am obișnuit până acum. Procesul de reconfigurare a farmaciilor Sensiblu, după modelul noii locații din Cotroceni, are la bază **o evoluție firească a mărcii și o continuare a strategiei de abordare a clienților**. Acest concept este rezultatul interacțiunii dintre propunerile creative ale agenției Checkland Kindleysides cu viziunea realistă a arhitectului de retail Sensiblu, reprezentând o investiție strategică, parte a planului de dezvoltare pe termen mediu și lung.

„*Ideea unei astfel de farmacii Sensiblu a pornit de la clienți. În focus grupurile de la finele anului 2007, aceștia ne-au cerut un mediu mai elegant, mai primitiv, mai cald, cu soluții puternic orientate către prevenție și ingrediente active, fie ele naturale sau produse ale cercetării farmaceutice și cosmetice moderne. Astăzi putem onora aceste așteptări și chiar le depășim prin adaptarea conceptului de farmacie la nevoia de schimbare a clienților Sensiblu*”, a declarat **Andreea Ionescu, Director Retail Marketing A&D Pharma.**



COMUNICAT DE PRESĂ

Noua farmacie Sensiblu include o serie de schimbări menite să aducă mai multe beneficii clienților: un mediu plăcut, soluții pentru nevoile complexe ale clienților, de la cele mai des întâlnite și până la cele mai noi, cum sunt serviciile suplimentare gratuite.

Farmacia devine un spațiu prietenos și optimist datorită design-ului de mobilier, modului de iluminare și personalului specializat în interacțiunea cu clienții și consilierea acestora.

Farmacia Sensiblu din Cotroceni are o **suprafață de 141 de m²**, organizată cu ajutorul formei organice de design al mobilierului care amenajează spațiul; **categoriile sunt împărțite după cerințe: tratare, îngrijire, mama și copilul și medicație alternativă**, fiecare categorie având la rândul ei subcategorii. Unele dintre acestea sunt nou apărute, ca răspuns la interesul clienților pentru produse naturale, de spa, produse pentru bărbați și altele. În reorganizarea categoriilor s-a avut în vedere facilitarea accesului la produsele care răspund celor mai des întâlnite cereri din partea clienților. Portofoliul de produse este gândit astfel încât să cuprindă de toate pentru toți: de la aspirină și până la produse cosmetice de calitate superioară, integratori alimentari de nouă generație, de la ceaiuri și până la remedii naturiste moderne.

Noua farmacie Sensiblu oferă acum **servicii constante de asistență și consiliere a clienților**. Programul de servicii cuprinde sesiuni de educație pentru sănătate, dermatostări, ședințe dedicate mamicilor și copiilor, sesiuni de machiaj, asistență specializată și sfaturi cu privire la produsele aflate pe rafturi și tratamente.

„Suntem 100% dedicați dorințelor și așteptărilor venite din partea clienților noștri. Prin noul concept Sensiblu dorim să le oferim clienților o altfel de experiență în farmacie. Ne dorim să le inspirăm optimism, să le dăm puțin mai multă sănătate cu ajutorul soluțiilor propuse, să găsim împreună produsele de care au nevoie și să creăm un mediu de relaxare, propice testării celor mai noi soluții de îngrijire și înfrumusețare. Acesta a fost și motivul pentru care am dorit ca pe lângă farmaciști să aducem o echipă de experți în educația pentru sănătate care să îi consilieze pe clienți gratuit.” a explicat **Mihaela Dumitrescu, Business Concepts Manager Sensiblu**.

Despre Sensiblu:

Recunoscut anul acesta pentru a doua oară ca SUPERBRAND, Sensiblu este de peste 10 ani lider pe piața de sănătate și frumusețe din România, fiind cea mai mare rețea de farmacii. Propunerea unică a Sensiblu, adresată pacienților și clienților celor 220 farmacii din 51 de orașe, este îmbinarea între soluțiile pentru o viață sănătoasă și cele pentru frumusețe și stare de bine. Pentru mai multe informații vizitați site-ul www.sensiblu.com.