

- **Sección** => Gestión de la oficina de farmacia
- **Palabra clave principal** => Ticket medio farmacia
- **Título SEO** => Ticket medio en farmacia: qué es y 6 modos de aumentarlo
- **Metadescripción** => La farmacia no es cualquier negocio. ¿Quieres aumentar el ticket medio de la tuya? Conoce 6 formas efectivas de hacerlo
- **Slug** => ticket-medio-farmacia
- **Alt portada** => Venta cruzada en la farmacia para aumentar el ticket medio

Ticket medio en farmacia: qué es, cómo calcularlo y formas eficaces de aumentarlo

Toda empresa necesita de una buena salud financiera para subsistir y crecer. Ahora bien, aquí no hablamos de un negocio cualquiera. ¿Quieres **aumentar el ticket medio de tu farmacia**? Te contamos 6 modos de hacerlo que funcionan.

Contenido

[Qué es el ticket medio y cómo se calcula en una farmacia](#)

[6 modos de incrementar el ticket medio en la farmacia](#)

[#1 Sé estratega, piensa de forma global](#)

[#2 Invierte en la formación del equipo](#)

[#3 Ventas cruzadas y ascendentes desde la atención farmacéutica](#)

[#4 Potencia las ventas online en tu ecommerce](#)

[#5 Optimiza los espacios en tu farmacia](#)

[#6 Servicios farmacéuticos basados en el asesoramiento](#)

[Excel para aumentar el ticket medio de tu farmacia](#)

[Referencias](#)



Qué es el ticket medio y cómo se calcula en una farmacia

El ticket medio es el **importe promedio por operación realizada en la farmacia en un periodo concreto**. Es decir, lo que gasta de media cada cliente.

Es uno de los principales indicadores clave de rendimiento o KPI (por sus siglas en inglés) que **permite evaluar el desempeño en ventas**. Lo puedes sacar con la mayoría de *softwares* de gestión farmacéutica.

¿Cómo se calcula? La fórmula es muy sencilla:

Ticket medio = ventas totales (€) / número de operaciones.

Una operación es cada transacción que se registra en el programa informático. Por ejemplo, persona que compra unas cápsulas multivitamínicas y un sérum capilar, todo por 40€. Eso correspondería a una operación.

Supón entonces que en junio has tenido ventas por un importe total de 90.000€ y que has realizado 3.000 operaciones.

El ticket medio sería de 30€ (90.000€ / 3.000 operaciones).

6 modos de incrementar el ticket medio en la farmacia

#1 Sé estratega, piensa de forma global

Lo primero de todo: **ten claro quién es tu clientela**.

¿Cuáles son los rangos de edad mayoritarios en tu población local? ¿Hay muchas familias o casi no hay niños? ¿Es una zona adinerada o con pocos recursos?

Si por ejemplo el **nivel de renta** de tu público es bajo, no pretendas vender productos caros. No te los van a comprar. Valora marcas con buena relación calidad-precio y ofertas tipo duplos, pack de 3, programas de fidelización, etc.

Si el nivel socioeconómico es más alto, entonces sí puedes plantearte introducir en tu farmacia líneas de “alta gama” con PVP elevado.



Otros aspectos clave que deberías considerar:

- **Cómo es el consumidor de cada categoría.** ¿Está dispuesto a invertir lo mismo el usuario de dermo que el de fitoterapia? Conoce a tu cliente al dedillo para saber qué ofrecerle, cuándo y cómo.
- **Precios, márgenes y rotación en cada familia.** ¿Es la nutrición infantil una categoría que te permita escalar en ticket medio? ¿Te merece la pena priorizarla teniendo en cuenta el beneficio que te da?
- **Estacionalidad y campañas.** Vitaminas para las defensas en invierno, solares en verano... Planifica las distintas épocas y fechas relevantes del año.
- **Objetivos realistas.** Si presionas demasiado a tu equipo con metas complicadas a las que no se llegan, habrá frustración y desmotivación.
- **Qué hace tu competencia.** Tienes que diferenciarte. Si decides potenciar líneas de alta cosmética para incrementar tu ticket medio, pero una farmacia cercana ya se especializa en ello y es referente en el barrio... ¿te funcionará?

#2 Invierte en la formación del equipo

Una persona formada es mucho más capaz en todos los sentidos.

Hay al menos 3 áreas esenciales a cultivar para subir el ticket medio en una farmacia:

- **Atención farmacéutica:** si no conoces a la perfección las patologías, tratamientos, guías de actuación, etc., no podrás dar buenas recomendaciones ni despejar bien las preguntas del paciente.
- **Comunicación y ventas.** Transmitir seguridad con el lenguaje verbal y no verbal, mostrar empatía y escucha activa, ser persuasivo sin fallar a la ética... te ayudará a vender y mejorar tu calidad asistencial.
- **Productos y servicios.** Empápate de lo que ofreces: para qué sirve, su propuesta diferenciadora, argumentos clave, perfil de cliente al que se dirige, dudas frecuentes, ventas cruzadas, etc.

En Faes Farma Farmacias dispones de [cursos online para farmacia](#) y otros muchos recursos gratuitos para farmacéuticos comunitarios. Echa un vistazo.



#3 Ventas cruzadas y ascendentes desde la atención farmacéutica

El ticket medio se puede aumentar de 2 formas:

- vendiendo más productos en cada operación;
- o los que tengan un precio unitario más alto.

Para lo primero son básicas las ventas cruzadas o **cross-selling**. Cliente viene a por X, yo se lo doy y le aconsejo otro producto Y complementario que le puede ayudar.

Para lo segundo las ventas ascendentes o **upselling**. Recomendando un artículo similar a X (lo que me ha pedido), pero de mayor precio y más beneficioso para él.

Importante los matices “que le puede ayudar” y “más beneficioso”.

El paciente y su salud deben estar SIEMPRE en el centro. Esto no es forzar ventas ni “colar” nada. Debe nacer de una labor asistencial pura, lo cual no solo incrementará el ticket medio en tu farmacia. También mejorará tu reputación y la fidelización.

Si algo sabes que no va a hacer nada, no lo ofreces.

Iremos abordando este tema en próximos artículos del blog de Faes Farma Farmacias. Si quieres que te avisemos de las novedades, [apúntate a nuestra newsletter](#).

#4 Potencia las ventas online en tu ecommerce

Terreno digital: otro mundo.

Las [ventas online](#) son una gran vía para aumentar el ticket medio global de tu farmacia. Según el último estudio de conversión en e-commerce y negocios digitales (referencia al final), **el valor medio de pedido en parafarmacia está en 67,29€.**

En salud y belleza en 41,46€.

¿Cómo puedes incrementar este valor medio de pedido?

Por ejemplo, **prueba qué gasto mínimo para envío gratuito te genera más ventas** sin sacrificar demasiada rentabilidad. En el proceso de pago, si el usuario no alcanza ese mínimo, recomiéndale productos relacionados de poco valor para que llegue.



También es esencial aplicar aquí **cross-selling** y **upselling**. En el módulo 14 de nuestro **curso gratuito** [Fundamentos del e-commerce para farmacia](#) puedes ahondar en ello (te pedirá registrarte).

#5 Optimiza los espacios en tu farmacia

Las personas muchas veces **compramos por impulso**.

En ocasiones si vamos a por lo que sea y vemos en un expositor otro producto que teníamos pensado adquirir (no ahora, pero sí en algún momento), pues **aprovechamos el viaje y nos lo llevamos**.

Hay veces que ni siquiera estaba en nuestros planes comprar nada más, pero **algo nos llama la atención y pagamos**.

Todo ello empuja tu ticket medio.

Por eso en una farmacia **el espacio debe estar muy bien diseñado y organizado** para poder mostrar la oferta de manera eficiente. Tanto el **recorrido** que sigue el usuario como los **elementos que se cruzan**: escaparate, mobiliario, expositores, etc.

Por ejemplo:

- ¿Agrupas categorías relacionadas para incentivar la venta cruzada?
- ¿Dispones de alguna zona de atención personalizada?
- ¿Das visibilidad a tus marcas más rentables?

Más allá de eso, trabajar otros aspectos como la **iluminación** y los **colores** puede ayudarte a destacar ciertos artículos y favorecer su salida.

Los **aromas** y la **música ambiente** también mejorarán la experiencia del cliente. Si está a gusto puede estar más abierto a adquirir lo que le aconsejes.

#6 Servicios farmacéuticos basados en el asesoramiento

Imagina que realizas unas jornadas gratuitas de asesoría nutricional.



Lo anuncias en canales on y offline para captar tanto nuevos clientes potenciales como actuales, motivando la asistencia de algún modo. Si lo haces junto con algún laboratorio, es posible que tengas promociones especiales.

Si durante las citas das un servicio farmacéutico estupendo a las personas, **transmitirás una gran confianza y será más probable que inviertan en tus recomendaciones de producto.**

Esto como es lógico impactará en el ticket medio de tu farmacia.

También puedes **cobrar estos servicios de forma habitual**. Así atraerás a un público más centrado en la calidad que en el precio.

Excel para aumentar el ticket medio de tu farmacia

Lo que no se mide no se puede mejorar.

Frase manida, pero que lleva razón. Y es donde [Excel es muy útil para el farmacéutico](#), ya que es una herramienta muy práctica y eficiente a la hora de manejar datos.

Por poner algunas aplicaciones, te permite:

- **Estudiar la evolución de tu ticket medio.** Puedes hacer comparativas mes a mes o año a año para ver qué tal está funcionando tu estrategia. ¿Debes aplicar cambios? ¿Potenciar alguna acción?
- **Identificar tendencias.** Si ves que cada vez te demandan más jalea real de una determinada marca, quizá debas darle más visibilidad en los lineales y negociar ofertas con el laboratorio.
- **Detectar oportunidades de venta cruzada.** Revisando históricos puedes descubrir nuevas combinaciones de productos que se suelen adquirir juntos.
- **Evaluar la eficacia de las promociones.** Tal vez ese duplo o pack de 3 que pensabas que iba a funcionar muy bien no lo está haciendo y debes pivotar.
- **Investigar el perfil y hábitos de compra de tus clientes** para poder tomar mejores decisiones y desarrollar estrategias más efectivas.



Si quieres dominar las hojas de cálculo para aumentar tu ticket medio, en Faes Farma Farmacias tienes previo registro un **curso específico de Excel para farmacias**.

3 niveles con lecciones en vídeo que van al grano.

Botón: [Accede al curso Excel para farmacias](#)

Referencias

- Garbarino S. **Ticket promedio: qué es, cómo se calcula y cómo aumentarlo** [Internet]. HubSpot; 2023 [citado el 26 de julio de 2024]. [Fuente](#).
- Mailchimp. **What's the Difference Between Cross Sell vs Upsell?** [Internet]. Intuit Mailchimp [citado el 26 de julio de 2024]. [Fuente](#).
- Universidad Internacional de La Rioja. **Principales técnicas de ventas en farmacias** [Internet]. UNIR Revista; 2024 [citado el 26 de julio de 2024]. [Fuente](#).
- Flat 101. **Estudio Anual de Conversión en E-commerce y Negocios Digitales** [Internet]. Flat 101 Digital Business; 2024 [citado el 26 de julio de 2024]. [Fuente](#).

