

c•ncep°

ZARAGOZA

Retail Tour



Retail Tour Concep

BIENVENIDO AL RETAIL TOUR DE CONCEP.

¡Antes de nada queremos darte las gracias! Si estás aquí, es porque realmente te preocupas por tu farmacia, y este es el punto de partida perfecto para inspirarte y mejorarla.

Empecemos repasando un par de puntos que nos permitirán sacarle el máximo partido a esta ruta:

¿QUÉ ES UN RETAIL TOUR?

Un Retail Tour es una ruta guiada a través de comercios seleccionados, que trabajan el punto de venta como parte estratégica de su modelo y son líderes en ello. En este tipo de jornadas no sólo se ayuda a inspirar y a ser conscientes de las últimas tendencias en retail, sino que está ideado para observar y tomar consciencia plena de lo que sentimos como consumidores al entrar en cada uno de estos comercios.

¿CÓMO DEBES EXPERIMENTARLO?

Despierta tus sentidos, mantente atento, y se crítico con lo que ves y sientes. El objetivo es el de experimentar las sensaciones a las que los compradores se exponen a la vez que se sacan conclusiones claras sobre qué conforma nuestra brand experience y cómo es percibida por parte del comprador. Y sobre todo, disfrútalo.



Zaragoza

- 1 | **NESPRESSO**, algo más que comprar un café
- 2 | **PRIMOR**, grandes marcas a pequeños precios
- 3 | **KIEHL'S**, una boutique que nació como farmacia
- 4 | **FLYING TIGER COPENHAGEN**, diseño nórdico a precio competitivo.
- 5 | **RITUALS**, una marca que cuida todos los detalles
- 6 | **TEA SHOP**, pionera en la cultura del té de calidad en nuestro país.
- 7 | **CIERZO BREWING CO**, la cerveza artesana de ZGZ

ENLACE MAPA ONLINE: [HTTP://TINY.CC/GCROFZ](http://tiny.cc/gcrofz)



Nespresso: *algo más que comprar un café*

Nespresso: a pesar de ser un producto “aburrido” del día a día, esta marca ha conseguido hacer de él un producto selecto, diferente y único.

Nespresso trae a España su nuevo concepto de boutique, que apuesta por las experiencias y la sostenibilidad. En éstas se puede experimentar la celebración del mundo del café a través de rituales personalizados.

Combina una tienda de café de primer nivel y servicio para llevar ('take-away') con el Cubo Nespresso, una solución minorista automatizada para la cómoda compra de paquetes. Todo con el propósito de ofrecer a sus clientes una experiencia de lujo exclusiva y personalizada.

El Café Nespresso combina el diseño estético con la tecnología punta. Materiales de alta calidad, iluminación elegante y música suave crean una atmósfera refinada y relajante. Los clientes pueden saborear los cafés Grand Cru Nespresso y un abanico de más de 20 recetas con cafés permanentes y estacionales.

Además disponen de un Club Nespresso del cual puedes hacerte socio "Nespresso&You", gracias a éste

puedes beneficiarte de ventajas, promociones y descuentos Nespresso exclusivos para socios, así como descubrimientos inspirados en el café, y todo ello pensado para que disfrutes del café cada día.

Por otro lado, también se genera una atmósfera acogedora y de calidad, así como la manifestación de la sostenibilidad y una sincronización entre el entorno físico y digital.

Nespresso dispone de centros de recogida de los residuos de las cápsulas. La empresa trabaja el proceso de reciclaje y mantiene un compromiso de llevar a cabo sus negocios de forma responsable, buscando cambiar las cosas allí donde puede, como acercar al consumidor una forma sencilla de reciclaje del aluminio.

”

Su comunicación y todo lo que rodea a la marca, hacen que comprar Nespresso sea algo más que comprar café



¿Qué destacaríamos?

- 1 IMAGEN**
De lujo, exclusiva, con imágenes negras, espacios bien decorados... Una imagen limpia y muy elegante.
- 2 TONO COMUNICACIÓN**
Los empleados te tratan con una educación y una profesionalidad como si fueras su mejor cliente.
- 3 PRODUCTO**
Colocación perfecta del producto como si se tratara de obras de arte o joyería. Las cápsulas tienen un color y material bien seleccionado.
- 4 BOUTIQUES NESPRESSO**
El producto es tan bueno y tan selecto, que necesita su propio espacio para venderse.
- 5 EXPERIENCIA**
Un camarero te invita a degustar todas sus variedades de café. La boutique ofrece a sus clientes una experiencia de lujo exclusiva y personalizada.
- 6 SOSTENIBILIDAD**
Mesas fabricadas con posos de café, madera proveniente de programas de reforestación, sistemas para reducir el consumo de agua y energía, punto de recogida para reciclaje.
- 7 ROBOTIZACIÓN ABSOLUTA**
Hay un Cubo que prepara cualquier pedido personalizado en cuestión de segundos.



Ideas a tener en cuenta

DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: CALLE JOAQUÍN COSTA, 10 · NESPRESSO.COM



Primor: *grandes marcas a pequeños precios*

Primor: *declarada por la OCU como la perfumería más barata de España*

El grupo Primor, son un conjunto de perfumerías dedicadas a la venta de productos de perfumería, maquillaje, cosmética y parafarmacia a bajos precios.

Primor es un grupo fundado en 1953, un claro ejemplo de éxito de la empresa familiar, 100% malagueño. Actualmente consta de más de 90 tiendas que abarcan desde Málaga a Madrid, pasando por Granada, Córdoba, Sevilla, Barcelona... En sus tiendas te ofrecen la mejor calidad al mejor precio en todos sus productos de perfumería, maquillaje, cosmética, corporal, cabello, parafarmacia, solares y más; para mujeres, hombres y niños.

¿Su fórmula para prosperar? Una buena política de precios, unas instalaciones muy selectivas, una gestión de stocks eficiente y, lo que es más importante, tener un negocio que evolucione día a día con las tendencias del mercado. Todo ello hace que Perfumerías Primor sea un referente.

Primor además, fue declarada por la OCU como la perfumería más barata de España, un objetivo que consiguieron con una estrategia muy sencilla: reduciendo sus márgenes para conseguir la máxima rotación posible, para lo cual también es imprescindible una estructura de coste general muy baja.

Este cóctel de ideas se ha visto recompensado con varios premios nacionales, entre ellos el de Mejor Perfumería del año 2008 y el de Mejor Evolución en 2004. Además del reconocimiento de miles de clientes satisfechos por el buen trato y garantizar siempre los mejores precios.

El lema de Primor es: "Grandes marcas a pequeños precios". "No dejamos que nadie venda más barato que nosotros", así de contundente es Juan Ricardo Hidalgo.

”

Lo que es más importante, tener un negocio que evolucione día a día con las tendencias del mercado.



Ideas a tener en cuenta

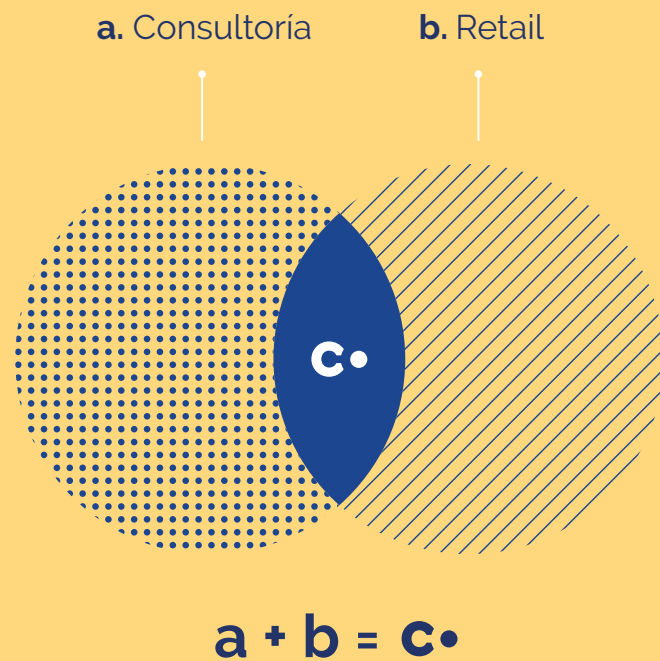


Otros puntos a destacar...

- 1 LA ENTRADA**
Sus tiendas disponen en la entrada de corners con productos muy económicos, que funcionan como “gancho” para atraer tráfico de clientes. La entrada es la carta de presentación de un negocio y Primor quiere que el cliente perciba lo más rápidamente posible que entra a un lugar donde le van a ofrecer miles de artículos diferentes que van a cubrir sus necesidades.
- 2 CÓMO VEN EL MOMENTO QUE VIVE EL SECTOR DEL RETAIL**
Según Juan Ricardo Hidalgo, la perfumería como tal ha evolucionado muy poco en nuestro país, prácticamente la diferencia entre una perfumería de los años 70 y una actual, ha sido la desaparición del mostrador y la introducción del mass market. Lo que según él está claro, es que las cadenas que no consigan emocionar a sus clientes y no les inviten a entrar a sus tiendas a disfrutar de una buena experiencia de compra, tendrán una difícil subsistencia en los años venideros.

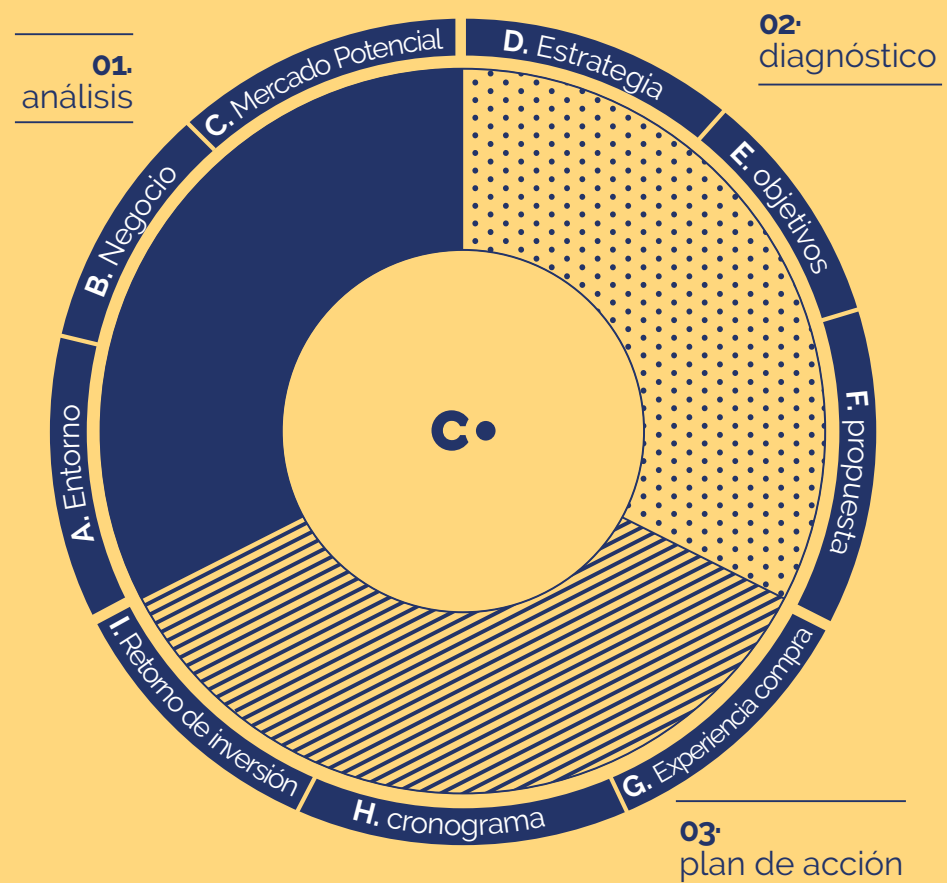
DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: CALLE SIERPES, 72 · PRIMOR.EU

Nuestra forma
de trabajo es única,
igual que nuestras
farmacias.
¡Descubre por qué!



Nuestro objetivo es mejorar la rentabilidad de tu farmacia

Hacemos
planes de acción
y te ayudamos
a desplegarlos.



Kiehls:
*una boutique
que nació
como farmacia.*

Kiehl's: la marca de cosméticos especializada en productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y cabello.

Kiehl's es una empresa de cosmética que nace como farmacia en el East Village de Nueva York, al estilo de las boticas de la vieja Europa. Su fundador, John Kiehl, crea un negocio cuya originalidad y riqueza residen en una asociación única de conocimientos cosméticos, farmacéuticos, botánicos y medicinales que han ido enriqueciéndose a lo largo de generaciones cautivando a personas en todo el mundo por haber sabido mantener tanto los estándares de eficacia y calidad de sus fórmulas, así como la obsesión por el servicio a sus clientes.

Kiehl's es conocida por crear productos unisex para pieles sensibles eficaces para el rostro, el cuerpo y el cabello, utilizando siempre el máximo número de ingredientes naturales combinados con la mayor innovación científica. Los productos persiguen respetar, restablecer y reforzar la barrera de la piel, consiguiendo que esté más joven, radiante y saludable. Tal es el compromiso con la salud de la piel que Kiehl's garantiza que ésta luzca más joven y revitalizada en tan solo 28 días. Además, en Kiehl's, están comprometidos a utilizar, sola-

mente, las fórmulas más suaves y eficaces para obtener el mayor beneficio y los mejores resultados en todos sus productos, ya que siempre diseñan sus productos teniendo en cuenta las necesidades de la piel sensible.

No solo ofrecen el mejor producto de cosmética, sino que quieren ofrecer el mejor servicio y el más personalizado. Sus expertos se toman el tiempo necesario para tratar las necesidades de todos sus clientes. Para ello te invitan a reservar una cita personal para consultar tus preocupaciones individuales y otra cita, pasada unos días, para hacer un seguimiento y asegurarse de que los productos seleccionados continúan siendo los más beneficiosos.

Este servicio personalizado está extendido por todo un programa exclusivo de muestras en el cual tú, el cliente, estás invitado a probar una fórmula antes de comprarla. De este modo, se le asegura al cliente la eficacia del producto, como también su compatibilidad con su propia piel o cabello, antes de realizar la compra.

”

El cliente está invitado a probar una fórmula antes de comprarla para asegurarse la eficacia del producto.

Ideas a tener en cuenta



¿Qué destacaríamos?

- SERVICIO DE CALIDAD**
El servicio de un producto a través de un compromiso enérgico con cada cliente es un principio básico de la tradición de Kiehl's. Las personas que componen su familia están comprometidas a mantener sus estándares de excelencia y calidad, adoptados y preservados durante más de 160 años.
- ATENCIÓN AL CLIENTE**
En cada boutique, los representantes toman el tiempo necesario para tratar las necesidades individuales de los clientes. Cuando visitas una tienda o un mostrador de Kiehl's en cualquier parte del mundo, debes esperar recibir una consulta personalizada sobre el cuidado de la piel y el cabello, seguidas de las recomendaciones sobre los productos apropiados.

DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: Pº DE LA INDEPENDENCIA, 18 · KIEHLS.ES

Flying Tiger: *diseño nórdico a precio competitivo.*

Flying Tiger Copenhagen: *prácticos, divertidos y decorativos*

Lo que empezó hace 23 años como un juego en un barrio pequeño de Copenhague, hoy es una compañía que abre una nueva tienda física cada 3 semanas, que está presente en 30 países en 3 continentes y emplea a más de 5800 personas.

Flying Tiger Copenhagen es una cadena danesa de venta de productos prácticos, divertidos o decorativos con diseño original y a precios muy económicos (el 80% de los productos valen menos de 5€); una especie de 'todo a 100' de diseño escandinavo. Todos sus productos cuentan con un diseño propio, exclusivos de la tienda y tienen precios fijos. ¿Su apuesta diferenciada? Un diseño 'nórdico' al estilo de IKEA pero muy competitivo en precio. Tiger pretende sorprender, inspirar y hacer reír a sus clientes gracias a productos que fomenten el juego, la creatividad o la actividad social.

Tiger es una cadena que cada vez estaba expandiéndose más y, como es habitual en este tipo de procesos, estaba empezando a perder una esencia diferencial. Convirtiéndose cada vez más en un genérico de tienda de objetos curiosos y económicos. Por este moti-

vo y porque en cada país le llamaba de una forma diferente, la marca necesitaba un proceso estratégico de revisión de su ADN y actualización de la forma como ésta lo expresaba y comunicaba.

Este proceso afectó también a su identidad visual y su arquitectura de marcas. Querían una marca que consensara la esencia de la compañía, sus valores, su historia y su promesa, por eso se creó un nuevo logo, con aspecto de haber sido hecho a mano, como si estuviera recortado de una cartulina negra. Esta actitud relacionada con las típicas 'manualidades' quiere reflejar el carácter creativo, innovador y sorprendente de las tiendas Tiger.

Maix Mette, CEO de la compañía, ha declarado que "La misión de Flying Tiger Copenhagen es inspirar a las personas a hacer cosas que les importen y pasar más tiempo con sus seres queridos. Nos atrevemos a ser diferentes y nos gusta hacer sonreír a las personas cuando les damos cosas que necesitan o cosas que ni siquiera sabían que existían, todo a precios asequibles. Por eso prestamos especial atención a cada producto que diseñamos".

” Nos gusta hacer sonreír a las personas cuando les damos cosas que necesitan o cosas que ni siquiera sabían que existían

Ideas a tener en cuenta



Otros puntos a destacar...

- 1 EL PRODUCTO**
Una de las fortalezas de Tiger son los productos con estilo, diseño y calidad. Tiger es creatividad, objetos de uso cotidiano pero reinventados, curiosos, extravagantes y de bajo coste. Son líderes en ofrecer un concepto único y especial de regalo, el regalo que guste a todo el mundo; donde están en constante evolución, buscando lo más actual y novedoso. Según ellos, ¡En Flying Tiger todo el mundo debe sentirse como un millonario!
- 2 EL ESPACIO**
La marca ofrece un ambiente i iluminación agradable con una ordenación nipona. Todas sus tiendas tienen un recorrido obligado al estilo Ikea, con chucherías danesas en las cajas para la compra impulsiva.

DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: CALLE SAN ELOY, 5 · FLYINGTIGER.COM

Rituals: *una marca que cuida todos los detalles*

Rituals: *una de las marcas de cosmética de lujo más importantes de los últimos años*

“Los rituales están por todas partes: en cualquier momento, de cualquier día, esperando a ser descubiertos, ansiosos de compartir la belleza que esconden. Son esos momentos que parecen no tener sentido, que solemos no tener en cuenta.”

Rituals nació en el año 2000 en Amsterdam, fue la primera marca de cosmética de lujo con productos para el hogar y para el cuerpo. 15 años después está presente en 21 países, más de 400 productos, 350 tiendas y 1000 puntos de venta. La receta de su éxito está en el cuidado de todos los pequeños detalles de cada una de sus creaciones, desde los ingredientes hasta el envase están inspirados en los rituales de belleza orientales más evocadores, todos ellos creados con gusto y mimo. Rituals, además, no testa sus productos en animales, son productos 100% cruelty free.

Su fundador, Raymond Cloosterman, más que un ambicioso empresario es un maestro que trata de inspirarnos a través de su marca y transmitirnos valores para contribuir a que nuestras vidas sean más felices. Su pasión: transformar una rutina diaria en un momento inolvidable y buscar la felicidad en los pequeños detalles de cada día.

Rituals pretende “promover momentos de relajación, acallar el ruido del mundo exterior y transformar los gestos sencillos en pequeñas ceremonias”.

El primer tema que se cuida en Rituals, y que determina en buena parte la experiencia del cliente, es el que tiene que ver con los sentidos. Esto ocurre desde el segundo cero, desde que pisamos la tienda:

Imagen. El primer beso se da con la mirada. Una imagen poco cuidada no generará más ventas. Rituals da la sensación de entrar en un espacio íntimo, un lugar para ti y tu cuidado.

Aroma. Una tienda de cosméticos tiene que oler muy bien, es evidente. Sin embargo, no todas cuidan el aroma como un aspecto fundamental de la experiencia. Al cliente se le puede anclar mediante el aroma, y merece la pena hacerlo, pues generaremos mayor fidelidad y engagement.

Sonido. La música es fundamental en aquellos locales en los que el cliente deambula probando cosas de un lugar para otro. Ésta acompaña durante el proceso de compra e incentiva a crear experiencias más profundas. En Rituals sientes que has entrado en un SPA de lujo.

” La receta de su éxito está en el cuidado de todos los pequeños detalles.



Ideas a tener en cuenta



¿Qué destacaríamos?

1

EXPERIENCIA

Sus aromas, su imagen, su cuidado envase y la sensación de bienestar que proyectan al consumidor la hacen una marca de cosméticos para el cuidado y belleza para el cuerpo y el hogar reconocida y valorada. Además también busca la experiencia de uso del consumidor, que esta sea única y personalizada, y para ello, entre otras medidas que adopta, mima el packaging de cada producto.

2

ATENCIÓN AL CLIENTE

Cualquier marca que venda a pie de calle sabe que la primera toma de contacto con un cliente es fundamental, por ello en Rituals lo cuida al máximo: nada más entrar es importante recibir una sonrisa, una mirada a los ojos y un buenos días.

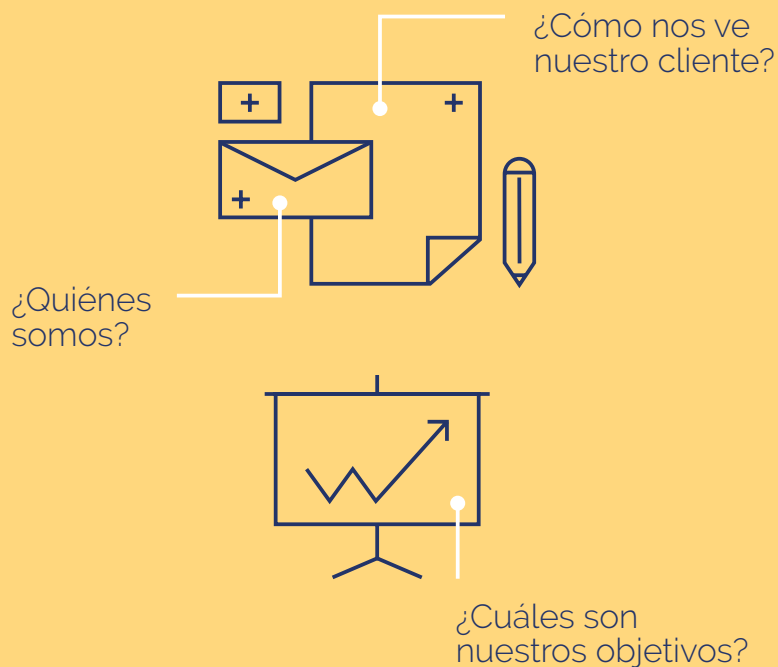
Además se acercan a preguntarte si conoces los productos y en algunas de sus tiendas te ofrecen una taza de té, una experiencia gustativa.

DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: CALLE SIERPES, 48 · [RITUALS.COM](https://www.rituals.com)

¿CÓMO QUIERES QUE TE VEAN?

Te ayudamos a crear tu propio Manual de Marca

La identidad de marca es, hoy en día, imprescindible para cualquier negocio que quiera diferenciarse de la competencia



¿CÓMO SEDUCIR A TU CLIENTE?

Nuestro Plan de campañas te ayudará a potenciar tus categorías

Comunícate con tus clientes de forma estratégica y dale visibilidad a los productos para alcanzar tus objetivos.



A close-up photograph of a silver tea tin with a map illustration on its lid. The tin is open, and a variety of loose-leaf teas, including dried fruits and herbs, are spilling out onto a light-colored surface.

Tea Shop:

pionera en la cultura

del té de calidad

en este país

Tea shop: líderes en España en el comercio especializado de té e infusiones.

Tea Shop desarrolla su actividad en el Mundo del Té, ofreciendo en sus establecimientos un producto artesanal selecto y elaborado con los mejores ingredientes. Son líderes en España en el comercio especializado de té e infusiones. Es un concepto de tienda dedicada exclusivamente a la venta de té fresco a granel, rooibos e infusiones, así como de sus complementos que aportan todo lo necesario para su degustación (teteras, infusores, tazas...) y productos de alimentación gourmet.

El fundador de la compañía, Per Sundmalm, llegó a España a mediados de los años 80 y sorprendido por la dificultad de encontrar un buen té en nuestro país decidió abrir una tienda especializada en la venta de té a granel. Así, en otoño de 1990 se inauguró la primera tienda Tea Shop en Barcelona, bajo un concepto que si existía en otros países del mundo.

Además, Tea Shop elabora sus propias mezclas, armonizando sabores y aromas hasta obtener la fórmula más adecuada según la tendencia del mercado. Con ello consigue ofrecer

sabores propios innovadores que ya son altamente reconocibles como el Gracia Blend o el Christmas tea. Toda su gama de té e infusiones es elegida con esmero con la colaboración de marchantes internacionales, seleccionando las mejores cosechas y plantaciones. Con un exhaustivo control sobre todo el proceso de trazabilidad, desde el origen hasta el consumidor final y también cuenta con certificados internacionales que avalan las prácticas agrarias sostenibles de los té en el país de origen.

Y es que Tea Shop se dedica con pasión al mundo del té. Su personal cuenta con una amplia formación y conocimiento que les permite aconsejar y guiar a los clientes por el fascinante y complejo mundo del té, ofreciendo siempre un mínimo de dos degustaciones gratuitas y el asesoramiento de un experto que en muchas ocasiones se hace imprescindible para encontrar el té adecuado entre una carta de más de 120 propuestas. Además, dentro de sus tiendas se desarrolla el Taller de Té, donde sus clientes aprenden todo lo relacionado con el té y su preparación.

”

Taller de Té, donde sus clientes aprenden todo lo relacionado con el té y su preparación.





¿Qué destacaríamos?

- 1 EXPERIENCIA DE COMPRA**
Los espacios están perfectamente decorados con un elegante diseño que hace destacar el producto y cuyo ambiente transporta a los visitantes a un mundo único de sensaciones y aromas.
- 2 RESPETO AL MEDIOAMBIENTE**
Téa Shop está especializada en ofrecer sus propias mezclas de té, apostando por un modelo de venta a granel entre otros productos. Esto garantiza un sistema más respetuoso con el medioambiente.
- 3 PERSONALIZACIÓN**
Téa Shop también apuesta por la venta más personalizada: un mismo cliente tiene la posibilidad de probar diferentes mezclas sin tener que comprar la tradicional caja con bolsitas.



Ideas a tener en cuenta

DESCUBRE CÓMO LO HACEN EN: CALLE COSO, 25-27 · TEASHOP.COM

Cierzo Brewing: la cerveza artesana de Zaragoza

Cierzo Brewing: la cerveza de verdad, sin sucedáneos, noble y con alma.

Cierzo Brewing es la cerveza artesana de Zaragoza. Cerveza de verdad, sin sucedáneos, noble y con alma. Ésta es su forma de entender esta bebida milenaria, que solo es perfecta cuando se elabora con pasión, respetando cada receta, sus tiempos y sus ingredientes.

El cierzo es el viento típico de la ciudad de Zaragoza, un viento poderoso que recorre todo el valle del Ebro. Intenso, frío y seco, pero también purificador. En Cierzo Brewing quieren que sus cervezas reflejen ese carácter que los hace únicos, que no dejen a nadie indiferente y que transmitan la energía con la que están concebidas. La historia de la marca comienza en agosto de 2018, cuando empezaron a comercializar sus primeras cervezas. Sin embargo, sus orígenes en el mundo de la cerveza artesana se remontan 15 años atrás, cuando Sergio Ruíz, maestro cervecero de Cierzo Brewing Co., elabora sus primeras recetas de forma casera. Con la experiencia adquirida y sus conocimientos de Química (Doctor por la Universidad de Zaragoza) funda Populus en 2011, proyecto al que se uniría más tarde su amigo y también home-

brewer, David Laguarda. Después de unos años como nómadas, en 2015 instalan su propia fábrica en Caspe (Zaragoza), convirtiéndose en una de las cerveceras artesanas más importantes de Aragón. Tras unos años de éxitos, progresión y mejoras en sus procesos, en 2018 deciden unirse a otras dos empresas aragonesas, con el fin de crear una gran marca de cerveza artesana. Estas dos empresas están especializadas en la hostelería y la importación-exportación de cerveza artesana, respectivamente, lo cual supone una importante baza para el nuevo proyecto. En julio de 2018 lanzaron un crowdfunding para captar nuevos inversores minoritarios que dieran el impulso necesario para hacer realidad Cierzo Brewing Co., alcanzando el objetivo en un tiempo récord.

La cervecera está compuesta por 2 instalaciones: un Brewpub en el centro de Zaragoza, donde fabrican y venden cerveza, además de ofrecer servicios de restaurante; y una fábrica principal en la localidad de Caspe, que abastece principalmente a sus clientes de toda España y otros países europeos.



Solo es perfecta cuando se elabora con pasión, respetando cada receta, sus tiempos y sus ingredientes.



Ideas a tener en cuenta



Otros puntos a destacar...

1

IMAGEN

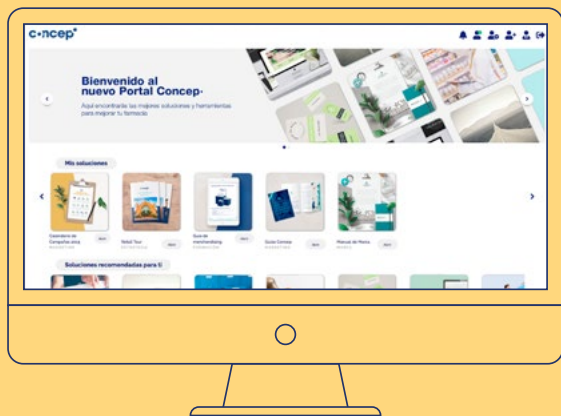
La imagen está basada en el cierzo, que es cómo se conoce al tipo de viento más popular en Zaragoza. Un viento fuerte, seco y frío, que discurre paralelo al río Ebro y que forma parte de su identidad. El elemento principal es la flecha que se utiliza en los mapas meteorológicos para indicar la dirección y la fuerza del viento. Esta flecha da vida a un logo que cambia con cada cerveza, en función de sus características. De esta forma, la fuerza del viento corresponde a la graduación alcohólica de cada cerveza, y la dirección a su carácter amargo o dulce. Esto se puede apreciar en las distintas etiquetas de sus latas. Por último, la flecha que aparece en el logo principal de la marca es la propia del cierzo: viento fuerte de componente noroeste.

2

PRODUCTO

Cierzo Brewing ofrece una amplia variedad de cervezas a degustar, las cuales elaboran allí mismo.

DESCUBRE CÓMO LO HACEN: C/JOSEFA AMAR Y BORBÓN, 8 · CIERZOBREWING.COM



TODO LO QUE NECESITA TU FARMACIA, EN UN MISMO LUGAR

Descubre el nuevo **Portal Concep**, una plataforma gratuita para farmacéuticos donde encontrarás las mejores herramientas para mejorar tu farmacia

Regístrate gratis en: portal.concep.es/login

¿Sabías que detrás de una farmacia siempre hay una historia?

Descubre las nuestras escaneando en **Instagram** el siguiente código:

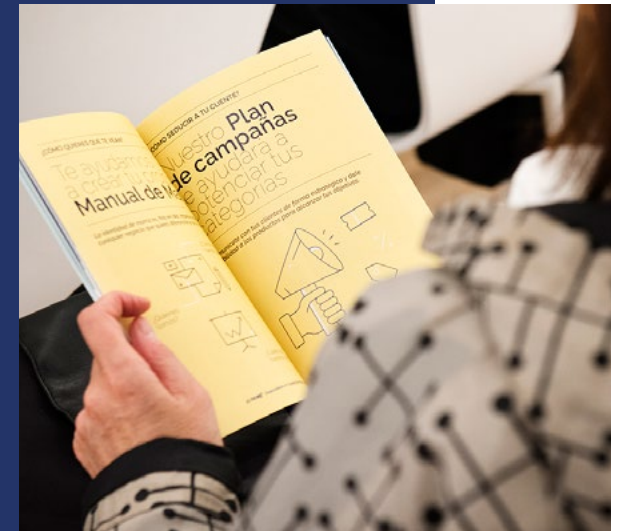




Nosotros

El retail tour del equipo Concep

Además de todos los Retail Tours que realizamos a nivel nacional, una vez al año, el equipo interno de Concep también vuela a una de las principales ciudades europeas en busca de inspiración y nuevas tendencias.





¡Una experiencia que no te puedes perder!

Te invitamos a las próximas ediciones del Retail Tour

No te pierdas nuestros próximos retail tours

Un recorrido único en el que visitaremos las tiendas más relevantes de la ciudad en busca de inspiración y nuevas tendencias en diseño de espacios para el retail. Convierte tu farmacia en una experiencia única para tus clientes

- *Visita 100% experiencial*
- *Herramientas necesarias para mejorar tu negocio*
- *Estrategias aplicables a tu farmacia*

Apúntate y te avisaremos cuando anunciemos nuevas ediciones:
www.concep.es/retail-tour/





RETAIL TOUR BY CONCEPT

Visítanos en concept.es