Claves del Comportamiento
del Paciente Digital
By Elogia

pharma

OTC

El canal de búsqueda de información más usado por los españoles a la hora de comprar productos OTC **es la farmacia (80%), seguido del médico con un 38%.**

Farmacia	80%	Farmacia
Médico	38%	Médico/Dermatologo
Internet	25%	Internet
Amigos/Conocidos	17%	Amigos/Conocidos
Otro profesional	3%	
Enfermera	3%	

Personal Care (PAC) & Beauty

¿DÓNDE BUSCA INFORMACIÓN **EL CONSUMIDOR DE PHARMA?**

Farmacia (60%) e internet (59%) son los canales de búsqueda de información más populares por los españoles a la hora de comprar PAC & Beauty.

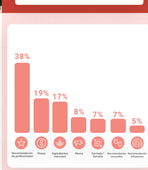
Farmacia	60%	Farmacia
Médico/Dermatologo	23%	Médico/Dermatologo
Internet	59%	Internet
Amigos/Conocidos	28%	Amigos/Conocidos
Tiendas de cosmética	44%	
Parafarmacia	33%	
Centro de belleza	16%	
Herbolario	8%	

¿CÓMO BUSCA INFORMACIÓN EN INTERNET?

El principal canal de búsqueda utilizado en internet es el **buscador**, utilizado por 6/7 de cada 10 digital patients.

PRINCIPALES DRIVERS DE COMPRA

En el canal online destaca el **precio**, la **practicidad, comodidad y la rapidez** de compra



LA IMPORTANCIA DE LA MARCA

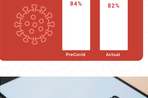
En **6 de cada 10 ocasiones** el comprador declara **tener clara la marca que desea**. La fidelización de marca se afianza con la edad.

INFLUENCIADORES DE MARCA

Los farmacéuticos son el principal influenciador en la decisión de marca del consumidor

¿CÓMO HA INFLUENCIADO EL COVID?

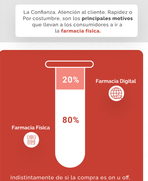
La pandemia ha movilizado actos de **compra de canales off a canales on**, especialmente en PAC & Beauty.



EL EFECTO AMAZON

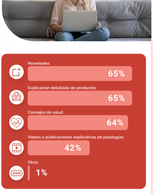
¿CUÁLES SON LOS CANALES DE COMPRA FAVORITOS

La Confianza, Atención al cliente, Rapidez o Por costumbre, son los **principales motivos** que llevan a los consumidores a ir a la **farmacia física.**



TOP BRAND CONTENT

El **25%** de los consumidores de **OTC** y el **52% de PAC** & Beauty está **dispuesto a recibir comunicaciones** de marca vía **email**, pero ¿que contenido prefieren?



Para casi **9 de cada 10 consumidores** conectados con las marcas **una correcta comunicación** en base a sus contenidos preferidos **determina la compra.**

www.pharma.elogia.net

Fuente: Estudio Digital Patient Touchpoints 2021