

LAS FARMACIAS  
GANADORAS  
TIENEN  
UNA HISTORIA





## LAS ESPECIALIDADES DE **MOBILM**

La optimización de la experiencia cliente al servicio de una inversión rentable. Desde hace 40 años, un referente de pericia, en Francia y en Europa: Asesoramiento marketing - Despliegue de arquitectura comercial - Organización de puntos de venta - Gestión de flujos - Merchandising - Optimización de la eficacia comercial de superficies de venta.

### **MOBILM SALUD**

LA EXPERIENCIA CLIENTE DE ESPACIOS DE SALUD

Una solución dedicada a los profesionales independientes y a las agrupaciones de la farmacia, de la parafarmacia y de la salud (óptica, clínicas veterinarias...).

### **MOBILM STORE**

LA EXPERIENCIA CLIENTE DE ESPACIOS COMERCIALES

Un enfoque abierto a los profesionales independientes y a las cadenas de distribución: ropa, calzado, restauración, alimentación de lujo o temática...

## LA OBSESIÓN POR EL RÉDITO DE LA INVERSIÓN

Los consumidores han cambiado, son cada vez más exigentes, más cambiantes y buscan constantemente sentidos y referencias.

Más competitivo, más complejo, más sujeto al marketing, el oficio de la farmacia también ha cambiado.

Actualmente, la rentabilidad de la superficie de venta es determinante. El rédito de la inversión en el acondicionamiento de la farmacia es un factor clave de éxito.

## CÓMO HACER DE SU FARMACIA UN LUGAR ÚNICO

El éxito del acondicionamiento de una farmacia es poder superar la función convencional de la farmacia. **La especialidad de MOBILM**, es la de hacer de su nueva farmacia un espacio de venta distintivo, **un lugar único, que cree un vínculo afectivo duradero** entre sus clientes y usted.

Para que sus clientes se sientan bien y consuman en confianza. Para que recuerden esta emoción y vuelvan. Para que aprecien su farmacia y la recomienden.

Para lograr esta alquimia única, contemporizamos en función de su pliego de condiciones dentro de **las lógicas de utilidad y de placer**.





# LA MATRIZM

## EL MÉTODO EXCLUSIVO DE MOBILM PARA MOLDEAR EFICAZMENTE LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES

### LA UTILIDAD

La intervención de MOBILM se concreta principalmente en torno a 5 palancas esenciales. Todas se diseñan y ponen en práctica al servicio de la **eficacia comercial** de su farmacia.

### LA IDENTIDAD DEL PUNTO DE VENTA

Referencia clave y primer creador de diferencia y de valor.

### EL ACONDICIONAMIENTO GLOBAL DEL ESPACIO

Se define la arquitectura de los espacios para poder optimizar la gestión de los flujos. Para ello, MOBILM identifica un **corazón vivo** y zonas satélites. Una lógica de **respiración** del espacio se organiza en función de zonas estructurales y de zonas efímeras. El ritmo y la teatralización de estas zonas se organizan en función del concepto de su farmacia, con el fin de dinamizar los movimientos en el espacio.

### EL MUEBLE MOSTRADOR

Materializando el epicentro de su farmacia, es en torno a este punto que se cristalizan la relación de **asesoramiento** y la entrega de los productos. Las farmacias MOBILM son conocidas por la **creatividad** y la **ergonomía** de sus muebles mostradores.

### EL MOBILIARIO LINEAL

En el corazón de su espacio de venta, el lineal es quien lleva toda la dinámica de la **compra de impulso**. Con las soluciones MOBILM, concilia la eficacia de su mobiliario lineal y la optimización de su presupuesto de acondicionamiento.

### EL MERCHANDISING

Lo bello trae lo bello: es el **efecto camaleón**. Lo bello favorece la venta. Con MOBILM, el merchandising supera su dimensión de seducción para alcanzar una verdadera lógica de eficacia.

### EL PLACER

Cada uno funciona en base a un modo racional y emocional y la utilidad «fría» carece de efecto, por lo que es necesario cruzar la lógica funcional con «**la dimensión placer**». En cada una de las palancas de su intervención, MOBILM aporta mucho más que un know-how profesional: es la capacidad de nuestros equipos creativos para cristalizar en cada etapa de nuestra intervención una **plusvalía emocional** que hará de su farmacia un espacio único.



### EL IMAGINARIO

Se trata de concebir una **historia original**, que forje la personalidad exclusiva de su farmacia y de su enseña.

### LA SEDUCCIÓN

Crear un espacio que despierte y apele a los sentidos de sus clientes, es diseñar una verdadera **experiencia cliente** que seduzca y deje una huella favorable y duradera en la memoria.

### LA RELACIÓN

**Facilitar** la elección, el asesoramiento, la transacción, crear una empatía entre usted y sus clientes es invitarles «a adoptar» de **forma duradera** su farmacia como su dirección de referencia para todas sus necesidades en materia de salud.



### LOS 3 TIEMPOS DE LA INTERVENCIÓN DE MOBILM

#### MISIÓN

En el inicio, una **fase de escucha activa** de la expresión de sus necesidades y de sus deseos, para identificar los valores claves que determinarán su proyecto.

#### MANERA

La fase conceptual del enfoque, para traducir el valor central del proyecto en **concepto de punto de venta** y para ponerlo en escena en su espacio.

#### MOVIMIENTO

Al servicio de los flujos, **la colocación en el espacio** del concepto, que se va a estructurar y articular para generar y orientar la circulación en su farmacia.





# FARMACIA SUCAET RENOVACIÓN

LINKEROEVER  
BÉLGICA

## PROBLEMA PLANTEADO

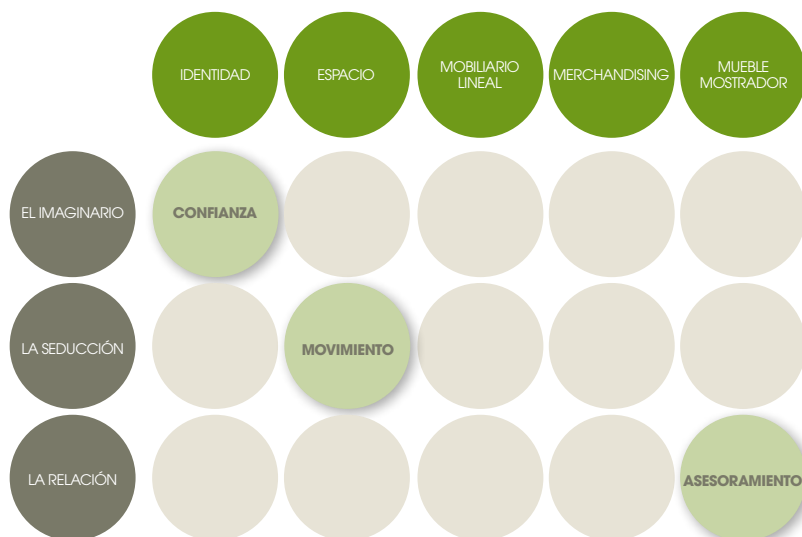
¿Cómo aportar más bienestar al cliente y al equipo de esta farmacia de barrio? El espacio debía ser más comercial, más joven y más dinámico, pero sin agresividad, para preservar la calidez y la proximidad del cliente.

## RESPUESTA MOBILM

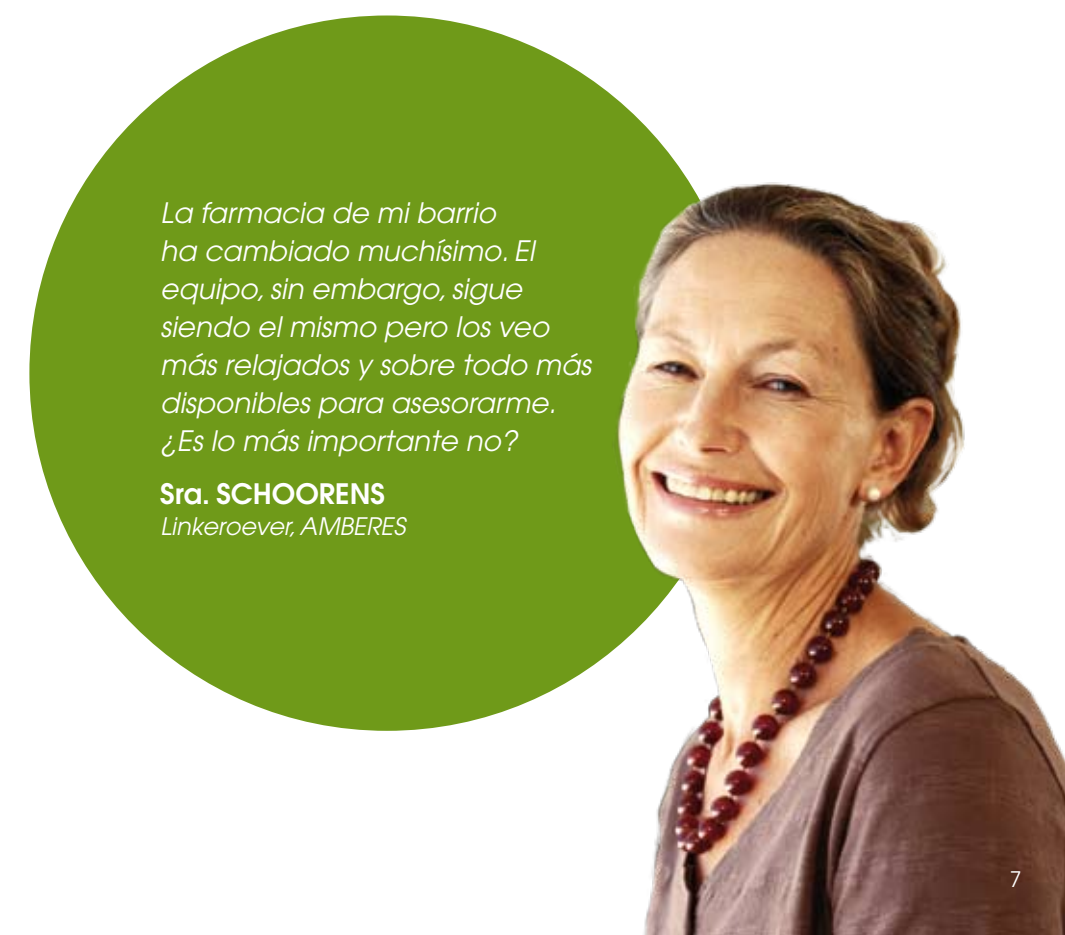
**EL IMAGINARIO** La arquitectura exterior, masiva y depurada, crea en seguida confianza por su dimensión rigurosa, subrayada por el color gris de la fachada y la banda roja.

**LA SEDUCCIÓN** La 'S' estilizada de SUCAET constituye el punto de partida del proyecto. Representa un trazo gráfico, desglosado tanto en la arquitectura interior como en los visuales de la farmacia y su logo. Acentuada por el contraste de colores, la curva simboliza el movimiento y acompaña al cliente en su andadura.

**LA RELACIÓN** La superficie de exposición de autoservicio se ha aumentado con el fin de incrementar la oferta y su legibilidad. El espacio está diseñado para un farmacéutico activo, cercano a su clientela. El back office ha sido acondicionado dentro de una voluntad de flexibilidad, para mantener permanentemente el contacto entre el equipo y el cliente. Los muebles de mostradores estructurados, gráficos y luminosos materializan y favorecen la relación de asesoramiento.



MÁS FOTOS DE LA FARMACIA SUCAET EN  
[www.mobil-m.com](http://www.mobil-m.com)



*La farmacia de mi barrio ha cambiado muchísimo. El equipo, sin embargo, sigue siendo el mismo pero los veo más relajados y sobre todo más disponibles para asesorarme. ¿Es lo más importante no?*

**Sra. SCHOORENS**  
Linkeroever, AMBERES



# FARMACIA BARRE FOURCADE AMPLIACIÓN

BOULAZAC  
FRANCIA

## PROBLEMA PLANTEADO

¿Cómo expresar una visión formal de la profesión de «asesor de salud», en torno a la fitoterapia y la medicación? La ampliación de esta farmacia debía permitir aumentar la superficie de venta, crear coherencia entre espacios complejos, dar un alma al conjunto del lugar, dentro de un marco presupuestario restringido.

## RESPUESTA MOBILM

**EL IMAGINARIO** El exterior ha sido tratado dentro de un espíritu contemporáneo, para formar una envoltura coherente. En el interior, las curvas y las formas orgánicas rompen el aspecto industrial del edificio. Los móviles colgados en forma de guijarros, las paredes cimbradas, el arabesco, el verde y la tipografía original expresan la idea de una energía sacada de la naturaleza..

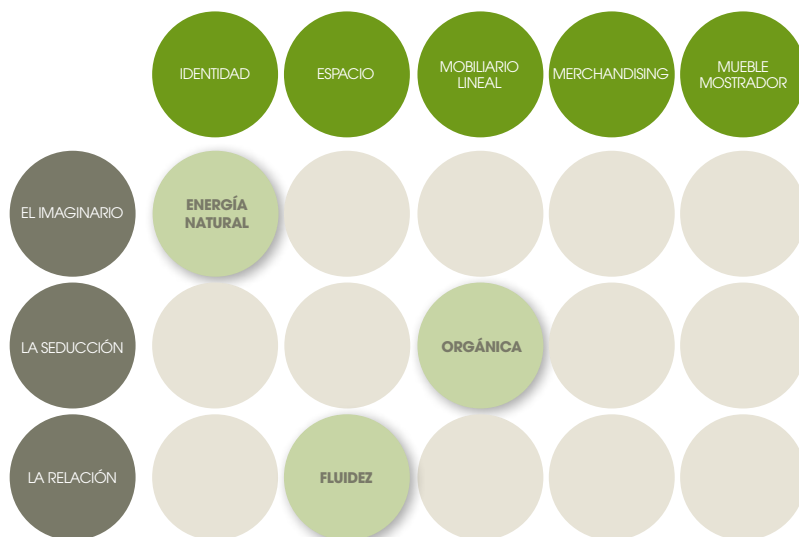
**LA SEDUCCIÓN** Pieza central del proyecto, el mobiliario del espacio fitoterapia resume el concepto interior. Este volumen, destinado a la recepción y al asesoramiento está diseñado como «una célula orgánica». En el lado opuesto, el espacio medicación expresa una atmósfera médica, limpia y minuciosa con sus líneas rectas y sus mostradores luminosos de cristal.

**LA RELACIÓN** Se han utilizado todos los medios para facilitar el paso de un universo a otro. El suelo de hormigón pintado, muy económico, unifica los volúmenes. Se facilita el recorrido del cliente mediante formas curvas que crean un movimiento constante, sin efecto embudo.



Más atractiva, la nueva farmacia BARRE FOURCADE es también más eficaz. El cliente se orienta fácilmente desde el momento en que entra en la farmacia. Circula libremente gracias a la planta merchandising muy estudiada. La atención que le presta el farmacéutico es más rápida. ¡Un compendio de eficacia comercial, concepto y estética!

**Pierre BROS**  
Arquitecto interiorista  
Concesionario MOBILM M Sudoeste



MÁS FOTOS DE LA FARMACIA BARRE FOURCADE EN  
[www.mobil-m.com](http://www.mobil-m.com)





# FARMACIA CERIALI CREACIÓN

CREMONA  
ITALIA

## PROBLEMA PLANTEADO

¿Cómo lograr una bonita exposición de los productos? Un reto importante en un centro comercial, es decir en un lugar donde el modelo dominante de la gran distribución tiene una fuerte influencia en el comportamiento del consumidor.

## RESPUESTA MOBILM

**EL IMAGINARIO** La comunicación de esta farmacia es muy personalizada. Asociada al acondicionamiento del espacio, crea una identidad espectacular. El conjunto de la oferta de productos se reúne en torno a un concepto gráfico único, que expresa el profesionalismo de todo el personal de la farmacia.

**LA SEDUCCIÓN** Muy tónica, la iluminación dinamiza el ambiente. Los mostradores luminosos se convierten en importantes referentes, que orientan los flujos de circulación.

**LA RELACIÓN** El espacio está diseñado para destacar la exposición de todas las categorías de productos, en particular la del autoservicio. Para ello, la planta muy simple se estructura en torno a algunos elementos arquitecturales importantes, especialmente un gran mostrador de recepción - caja rápida. El mostrador central y su marco, modulables según se desee, forjan la originalidad del lugar.



MÁS FOTOS DE LA FARMACIA CERIALI EN  
[www.mobil-m.com](http://www.mobil-m.com)

*Nuestro proyecto era muy complejo. Se trataba de crear una fuerte personalidad para aunar dos espacios de venta repartidos en tres niveles diferentes del centro comercial. Actualmente, vemos a nuestros clientes pasearse libremente en nuestras secciones, como en una gran superficie. Aprecian la buena presentación de los productos. ¡El conjunto es moderno, espectacular, y tónico, esto es lo que les gusta!*

**Marco CERIALI**  
Apotheker





# FARMACIA PRADEN TRASLADO

ALÈS FRANCIA

## PROBLEMA PLANTEADO

Al trasladar esta farmacia a una galería comercial, el objetivo era el de captar el flujo de clientela de la galería y posicionarse en el segmento de la farmacia discount. Esta doble ambición no debía desconcertar a la clientela histórica de la farmacia PRADEN.

## RESPUESTA MOBILM

**EL IMAGINARIO** Un código de colores contrastados identifica los dos universos contrapuestos. El naranja dinamiza la zona Autoservicio y parafarmacia, mientras que el verde une la zona de asesoramiento y de farmacia. Una comunicación visual, muy poderosa y cálida, con una gran comunicación sectorial, acentúa la comercialidad de esta implantación.

**LA SEDUCCIÓN** Cuatro niveles de información visualizados en los lineales, separadores verticales, regletas de visualización electrónica de los precios: todo está enfocado hacia una legibilidad óptima. Los grandes colgantes luminosos refuerzan las góndolas promocionales. Los mostradores Airport permiten trabajar bien el aspecto discount, destacando los productos.

**LA RELACIÓN** La disposición del espacio de venta, muy dimensionada, muy ortogonal, permite deambular fácilmente en el espacio parafarmacia. La zona fito / bebé, más fría, es más propicia para el asesoramiento. Un autómata facilita la entrega de los productos y permite al personal dedicarse a la relación con la clientela.



Esta farmacia atrae ahora de 700 a 900 clientes al día. ¡Esto representa una media de 100 clientes por hora! Para gestionar las filas de espera, se ha instalado un sistema de tickets. ¡Con esta afluencia de clientes, se ha logrado sin duda el reto del aumento de la facturación!

**Michel KAUFFMANN**  
Arquitecto interiorista  
Concesionario MOBILM  
Mediterráneo



MÁS FOTOS DE LA FARMACIA PRADEN EN [www.mobil-m.com](http://www.mobil-m.com)



# FARMACIA ZUBIA RENOVACIÓN

BILBAO  
ESPAÑA

## PROBLEMA PLANTEADO

La Farmacia ZUBIA está situada en el corazón del centro histórico de Bilbao, en un edificio con una solera de más de dos siglos de historia. Para esta renovación, la misión confiada a Mobil M era muy completa: proyecto arquitectural, diseño de espacio, branding y mobiliario comercial.

## RESPUESTA MOBILM

**EL IMAGINARIO** La esencia arquitectónica del local se ha recuperado, al retirar los falsos techos, los revestimientos de pilares y las construcciones contemporáneas. La recuperación de las magníficas columnas de granito y las bóvedas aparentes originales del techo ha permitido el renacimiento del proyecto histórico, con elegancia y respeto.

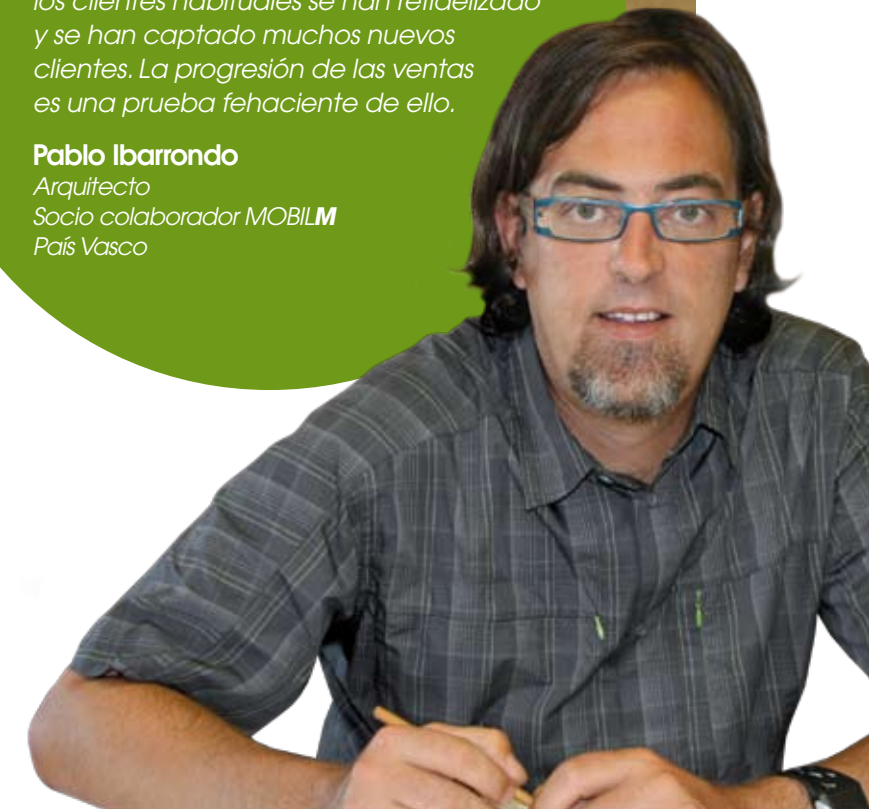
**LA SEDUCCIÓN** La identidad de marca de la Farmacia ZUBIA debía formar un todo, en armonía con la arquitectura del lugar. El equipo ha apostado por retirar toda comunicación visual en la parte superior del mobiliario. Las formas circulares del logo dan vida a estas cajas luminosas, con ilustraciones oníricas realizadas por la agencia de diseño MOBIL M. Estas ilustraciones muy sugestivas dan al proyecto un carácter único, individual y humano que refleja las expectativas de la clientela.

**LA RELACIÓN** El respeto del lugar y la austeridad de la comunicación hacen renacer los valores originales de la profesión de farmacéutico: el servicio, el asesoramiento y la sinceridad.



*El objetivo de esta renovación era el de desarrollar una nueva clientela sin perder los clientes históricos de la farmacia. Misión cumplida en los dos frentes: encantados con su nueva farmacia, los clientes habituales se han refidelizado y se han captado muchos nuevos clientes. La progresión de las ventas es una prueba fehaciente de ello.*

**Pablo Ibarro**  
Arquitecto  
Socio colaborador MOBILM  
País Vasco



MÁS FOTOS DE LA FARMACIA ZUBIA EN  
[www.mobil-m.com](http://www.mobil-m.com)





# COUPECHOUX

LE GROUPE QUI AIME LES ESPACES

UNA ORGANIZACIÓN ÚNICA,  
QUE INTEGRA Y ORQUESTA  
CON INTELIGENCIA TODOS LOS OFICIOS  
PARA LA REALIZACIÓN DE ESPACIOS  
DIFERENTES, ATRACTIVOS Y EFICIENTES



## MOBILM

**MOBILM SALUD  
y MOBILM STORE**

Asesoramiento marketing,  
despliegue de arquitectura  
comercial, distribución de  
puntos de venta, gestión  
de los flujos, merchandising,  
optimización de la eficacia  
comercial de las superficies  
de venta (salud y otros)



## CREATIVM

**Diseño de espacio**, creación  
de conceptos de enseñanzas y  
de redes, arquitectura interior,  
diseño y distribución de  
espacios para el comercio, la  
empresa y el hábitat

**Diseño de producto**, creación  
de mobiliario para el  
comercio, la empresa y el  
hábitat

**Diseño gráfico**, creación de  
personalidad de marca, logo,  
señalización, carta gráfica



## IDM

**IDM Habitat**,  
acondicionamiento y  
arquitectura interior de  
espacios privados, mobiliario  
contemporáneo y cocinas,  
las marcas más importantes  
de diseño internacional

**IDM Contract**,  
acondicionamiento y  
arquitectura interior de  
espacios profesionales y  
públicos

**IDM Edition**, diseño y  
realización de mobiliario  
contemporáneo



## ATLANTICM

Fabricación de mobiliario,  
a medida y en pequeñas series  
Realización de prototipos

**MOBILM Francia/Antillas**  
19, rue La Noue Bras de Fer  
BP 76324 - 44263 NANTES Cedex 2  
Tél. +33 (0)2 40 16 97 44  
Fax +33 (0)2 40 63 59 12  
contact@mobil-m.com

**MOBILM Réunion**  
48, rue Marius & Ary Leblond  
97410 SAINT PIERRE  
Tél. +33 (0)2 62 25 25 63  
contact@mobil-m-reunion.com

**MOBILM Bélgica**  
22, avenue du Maréchal  
B-1180 BRUXELLES  
Tel. +32 (0)2 374 00 78  
info.be@mobil-m.com

**MOBILM Suiza**  
Route du Bois 1 - CP219  
CH - 1024 ECUBLENS  
Tel. +41 (0)21 694 01 00  
info@mobil-m.ch

**MOBILM Grecia**  
AVGIS 37 n.iraklio  
14121 ATHENS  
Tel. +302 102 820 882  
info.gr@mobil-m.com

**MOBILM Italia**  
Via Morimondo, 26  
20143 MILANO  
Tel. +39 (0)2 36 51 50 95  
info@mobil-m.it

**MOBILM España**  
c/ Aragó, 348-350 bajos  
08009 BARCELONA  
Tel. +34 93 24 44 635  
info@mobil-m.es

**MOBILM Portugal**  
Av. Pedro Nunes, 26 B  
2635-584 Rio de Mouro  
SINTRA  
Tel. +351 213 144 716 / 808203157  
info@mobil-m.es

**MOBILM Angola**  
Edificio ESCOM  
R. Marechal Brós Tito, nº35  
Piso 13 - Fracção A  
LUANDA  
Tel. +244 222 444 102  
angola@mobil-m.com