

RELATO DE MARCA COFARES

En el marco del nuevo plan estratégico y de transformación, Cofares apuesta por una nueva estructura de oferta comercial y una renovación de su marca y sus valores, con el objetivo de reforzar su posicionamiento e impulsar el ecosistema de la **salud**.

Cofares conecta necesidades, productos y personas y ofrece soluciones capaces de generar avance e impacto positivo en el ecosistema de la salud, poniendo en valor toda su experiencia y capacidad innovadora al servicio de socios, clientes, proveedores y sociedad, generando vínculos sólidos y relaciones de confianza que impulsan el ecosistema de la salud.

Nueva Identidad de Marca y Valores

El proceso de transformación de la compañía se refleja en la evolución de la nueva marca y los valores, poniendo en valor la misión de Cofares.

El propósito y los nuevos valores definidos para Cofares identifican a la compañía. “La salud nos mueve” es el concepto que se presenta junto a Cofares, y que define y refleja su evolución estratégica: Cofares es la marca que genera transformación en el ecosistema de la salud, activando su capacidad de conexión. Porque Cofares es cooperativa, es unión y es integración. En Cofares las conexiones generan impacto de verdad.

El lema de marca “La salud nos mueve” pone el foco central en la salud -de las farmacias, sus clientes y la sociedad en su conjunto- como fuente movilizadora.

Los nuevos valores que identifican y guían a Cofares son:

Conexión. Una marca que siempre está conectada, siempre está cerca, que entiende y responde a las necesidades de sus socios en todo momento.

Visión. Una marca experta que siempre mira hacia el futuro, que busca lo mejor para sus socios, que innova e impulsa el ecosistema de la salud.

Compromiso. Una marca cuyo apoyo continuo a sus socios es tanto su responsabilidad, como su pasión, estableciendo relaciones de confianza desde la transparencia.

El logotipo de Cofares evoluciona y refleja el nuevo posicionamiento, centrado en las conexiones. El nuevo logotipo de Cofares cuenta con símbolo y logomarca, desarrollando una enseña más sólida y transparente, ganando en fuerza y visibilidad. Un símbolo que nos habla de las conexiones, de puntos de encuentro, de la importancia del ecosistema de salud.

Los colores de Cofares son una parte esencial de la nueva identidad visual. A través de los nuevos tonos somos capaces de transmitir los valores y los rasgos de personalidad de la marca. El color principal pasa a ser el azul marino, que ayuda a que la marca transmita un carácter más corporativo y experto. El blanco y el gris claro aportan claridad y por último los dos colores de resalte, el magenta y el verde completan la identidad principal, el magenta le aporta pasión a la marca y una personalidad más humana y el verde pone en valor a la salud.

Y el nuevo estilo fotográfico y pictográfico ayudará a Cofares a transmitir su posicionamiento y a reforzar sus valores.

Arquitectura de Marca y Oferta Comercial

La nueva Arquitectura de marca de Cofares refleja la propuesta de valor de una manera simplificada, diferencial y relevante, poniendo en valor la amplitud de su oferta e impulsando el negocio hacia el futuro.

Un enfoque centrado en el cliente, que requiere una nueva forma de presentar la oferta comercial y responde directamente a las necesidades de las farmacias.

Por ello, se han definido cinco áreas clave de impacto:

Aprovisionamiento, que integra distribución y logística y busca ayudar a la farmacia a comprar mejor.

Gestión, que integra los servicios de gestión y funcionamiento del negocio, facilitando la gestión del día a día de la farmacia.

Dinamización, que integra formación, los servicios de transformación y la gestión de las categorías, ayudando a impulsar el negocio de la farmacia.

Atracción, que integra el nuevo ecosistema de servicios de salud y bienestar a través de la marca Welnia.

Relación, motivando la relación con los clientes a través de un concepto retail propio y diferencial.

Este nuevo enfoque comercial está centrado en las necesidades y el impacto que genera Cofares en sus audiencias clave y es el resultado de una apuesta por el futuro del ecosistema de la salud.

Welnia, la nueva marca de servicios de salud y bienestar de Cofares

Como consecuencia de la nueva arquitectura de marca y de la visión integral de impacto en el ecosistema de la salud, nace Welnia, una marca de servicios de valor añadido para la promoción y el impulso de la salud y el bienestar, generando un impacto más directo en pacientes, clientes y sociedad en general.

La propuesta de valor de Welnia refleja un modelo basado en conexiones de valor que se impulsan entre ellas mediante vínculos sólidos y dinámicos.

Un enfoque de servicio personalizado a través de la figura del farmacéutico y de profesionales especializados en todos los ámbitos sanitarios, construyendo una relación frecuente y a largo plazo mediante la escucha activa, prescripción y seguimiento de la salud de cada persona.

Una oferta que se focaliza en un modelo de servicio de calidad, respaldado por el compromiso de Cofares con la salud, proporcionando todas las categorías sanitarias, además de un universo de contenido relevante en torno a la salud y el bienestar.

Una propuesta que se basa una experiencia digital donde la agilidad, el dinamismo y la innovación serán parte fundamental de la relación con sus audiencias.

Welnia construye su propuesta en torno a un territorio de marca que demuestra su capacidad como ecosistema para:

- Acompañar a las personas en cada momento, formando parte de nuestra vida
- Acercar la salud, conectando necesidades con soluciones
- Inspirar e impulsar un estilo de vida positivo, cada día

Una marca cuyo propósito y valores persiguen la idea de que cuando la salud se activa, la vida es equilibrio positivo.

Una marca que va mucho más allá del producto y de las transacciones. Que entiende la salud como un estado físico y emocional que nos inspira a vivir más y a vivir mejor.

Una marca que traduce su conocimiento y experiencia en un equilibrio vital para las personas, desde el tratamiento de enfermedades, hasta el impulso del bienestar.

Los valores de la marca Welnia aterrizan su propuesta de valor:

Conocimiento. Una marca experta que pone la especialización y su saber-hacer al servicio de la salud y el bienestar de las personas. Un aliado que nos guía hacia un equilibrio positivo.

Impulso. Una marca experta que siempre mira hacia el futuro, que busca lo mejor para sus socios, que innova e impulsa el ecosistema de la salud.

Compromiso. Una marca que es garantía de calidad y fuente de confianza. Un aliado responsable y comprometido con el bienestar de cada persona, del entorno y de la sociedad.

En definitiva, una marca que enfoca la salud desde la vitalidad, el bienestar y un estilo de vida positivo en su sentido más amplio.