

inFarmclub

Magazine di informazione del Gruppo Macrosoft Holding



Tariffa R.O.C.: "Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Caserta

La nuova frontiera per la comunicazione della filiera del farmaco: il figlio di Farmadlick nasce dal web - Farmadlick: siglato l'accordo fra Procter&Gamble e InFarma - Le evoluzioni della Server Farm InFarma - Novità dal mondo Hardware - K4Pharma: il web in farmacia

check&trace

CONTROLLO E TRACCIABILITA' DELLA CONSEGNA MERCE



Sofisticato sistema di controllo e tracciabilità dei colli e dei documenti, dalla loro uscita dal magazzino, alla presa in carico dal corriere fino alla consegna in farmacia, a garanzia di una esatta rispondenza con l'ordine emesso. Perfettamente integrato a DiFarm e ad InFarmaclick, il sistema consente un puntuale controllo sui corrieri e sulle consegne.

Il grossista che utilizza "Check&Trace" aumenta significativamente il livello di servizio offerto ai propri clienti, raggiungendo una puntualità, precisione ed affidabilità delle consegne che rappresentano un vero valore aggiunto sul mercato. Il sistema è utile anche al controllo dei contenitori consegnati in precedenza e non ancora riconsegnati. Un vero e proprio monitoraggio delle attività che estende il controllo fuori dal magazzino automatizzando ed ottimizzando tutte le funzioni a garanzia di una impeccabile consegna di quanto effettivamente ordinato dalla Farmacia.

Per info, www.infarma.it/check&trace



I profondi mutamenti che hanno caratterizzato negli ultimi anni il mondo dell'impresa, dell'economia, della finanza e quindi anche della farmacia, richiedono indispensabili interventi. Per tutti un imperativo: essere vicino al cliente, far percepire il valore della propria consulenza, innovare tramite servizi efficaci... in una parola, *fidelizzare*. Dunque seguire i costumi sociali e rispondere con l'immediatezza di cui oggi non si può fare a meno diviene strategico e fondamentale per tutta la filiera, dalla farmacia all'Industria passando per la distribuzione intermedia.

Entra in gioco il concetto di "rete", parola chiave da intendere nell'accezione più ampia del termine. La necessità imprescindibile è essere rappresentati tempestivamente ed opportunamente o avere la possibilità di



autorappresentarsi, ovvero *comunicare*. Su questo si basano i progetti InFarma a cui anche le industrie stanno aderendo.

La "vision" InFarma, infatti, coinvolge tutti gli attori, attivando circoli virtuosi che, nel rispetto degli attuali assetti, esaltano la capacità di ampliare il business di ognuno. I nuovi prodotti offrono a tutta la filiera una maggiore visibilità mediante la capacità di rappresentarsi sul mercato stesso, arrivando quindi all'utente finale.

Il web, nelle sue varie accezioni, rimane il filo conduttore, il "mezzo" attraverso cui si realizzano le soluzioni specificatamente studiate, un mezzo che, non conoscendo crisi, risulta il presupposto per azioni di successo.

Dr.ssa Susanna Mariani

RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE INFARMA

Il nostro impegno sostiene i più piccoli



L'impegno con cui InFarma sostiene l'associazione no profit Namastè continua: oltre all'aula informatica a Vellanad (sud India) che prosegue dal 2009, il contributo va anche all'asilo della medesima località. La struttura ospita oggi 17 bambini seguiti da una insegnante ed una aiutante che, continuamente aggiornate, applicano il metodo Montessori: niente "lezioni" o allineamenti per i bimbi di Namastè che, imparando tramite il gioco, iniziano la carriera scolastica con un plus riconosciuto dai loro futuri insegnanti.

L'asilo è completamente gratuito, fornisce ai bambini un pasto al giorno, qualche gita in occasione delle festività, ed una visita medica all'anno in collaborazione con il servizio sanitario del governo del Kerala.

Si respira allegria e voglia di fare, valori positivi di chi sa tirare fuori il buono in un paese che, seppur visto come "emergente", è dominato ancora da una povertà che colpisce gran parte del miliardo di persone che lo abitano.

Sponsorizziamo sane passioni

Il gruppo Macrosoft Holding ha sponsorizzato la 23ima edizione della storica cronoscalata automobilistica "Trofeo Scarfiotti" che, da quest'anno, ha introdotto anche le auto storiche nella competizione, rendendo ancora più autentico il sapore vintage del percorso marchigiano che ha incantato i piloti fin dagli anni '60. La gara, con validità tricolore, è dedicata al compianto pilota Ludovico Scarfiotti: nipote del primo presidente Fiat, Scarfiotti era solito allenarsi nel percorso che da Sarnano porta a Sassotetto per divenire ben due volte Campione Europeo.



La sponsorizzazione del gruppo Macrosoft ha l'intento di promuovere le iniziative del territorio e di sostenere associazioni come l'Acì che svolgono utili azioni sociali, incoraggiando una sana passione per l'automobilismo e diffondendo tra le nuove generazioni l'importanza della consapevolezza nella guida e della sicurezza stradale. In tal senso, il gruppo si ripropone di organizzare, con l'Acì stessa, specifici corsi di formazione dedicati ai giovani.



sommario

- 4 La nuova frontiera per la comunicazione della filiera del farmaco: il figlio di Farmaclick nasce dal web
- 6 Farmaclick: siglato l'accordo fra Procter&Gamble e InFarma
- 8 Le evoluzioni della Server Farm InFarma
- 10 Novità dal mondo Hardware
- 12 K4Pharma: il web in farmacia

inFarmaclub

MAGAZINE DI INFORMAZIONE
DEL GRUPPO MACROSOFT HOLDING

Autunno 2013

Registrazione testata n. 7989
Tribunale di Bologna

DIRETTORE RESPONSABILE:
Susanna Mariani

REDAZIONE:
Susanna Mariani

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE:
Alessandro Schiavone, 339.2898732

STAMPA:
Pieffe Industria Grafica
S. Maria a Vico (CE)



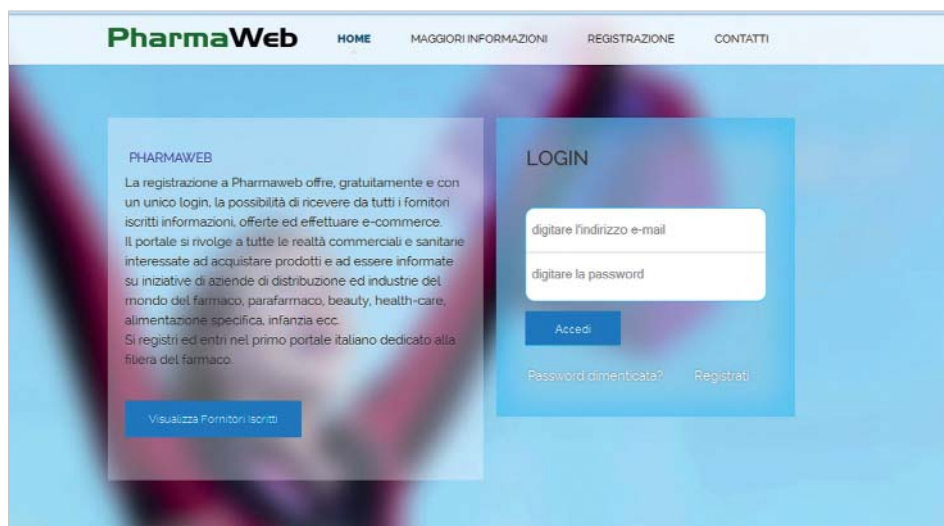
La nuova frontiera per la comunicazione

*Il boom Farmaclick fa eco in internet: è la volta di **Pharmaweb**, il portale italiano dedicato alla distribuzione del farmaco, nuovo punto di riferimento per comunicazioni e gestione commerciale. Un unico indirizzo web per trovare tutti i fornitori e navigare nei loro e-commerce.*

Di super siti dove acquistare di tutto e sapere di più è pieno il web, canale preferenziale di comunicazione e vendita di ormai quasi tutte le realtà commerciali. Ma un portale unico che, nel rispetto delle logiche e degli assetti esistenti, rappresenti un intero settore di mercato fornendo servizi a ciascun attore dello stesso è una novità su cui vale la pena soffermarsi.

Si chiama **Pharmaweb** e, come suggerisce il nome, è un portale verticale interamente dedicato alla filiera del far-

L'ingresso a Pharmaweb, in gergo la sua *Home Page*, è raggiungibile tramite l'indirizzo web www.pharmaweb.it ed offre informazioni su tutte le aziende che vi aderiscono; un unico indirizzo per trovare tutto ciò che riguarda prodotti e fornitori del mondo del farmaco. Attualmente, il sito si rivolge alle farmacie ed alle realtà sanitarie che possono maggiormente beneficiare dei servizi offerti; in una prossima fase, immediatamente successiva, il portale si apre ai cittadini, completando il cerchio e la sua stessa mission.



maco. I servizi offerti sono destinati ai cittadini e alle farmacie, con due differenti livelli di accessibilità. Ad offrirli sono le aziende farmaceutiche, sia produttrici che distributori. Una vetrina virtuale in cui circolano informazioni, approfondimenti, offerte e campagne commerciali, da utilizzare anche come e-commerce... vediamo come.

Pharmaweb offre alle aziende l'opportunità di rappresentare se stesse, facendo arrivare al consumatore quanto necessario per promuovere prodotti, consigliarlo nelle scelte di acquisto ed indirizzarlo sul cosa, come e dove acquistare. Il portale attiva infatti un programma di fidelizzazione proattivo: un'adeguata profilazione del cliente, attraverso informazioni strutturate, consente di seguirne le esigenze ed anticiparne i bisogni.

Ciascuna azienda ha un proprio spazio nel sito tramite il quale comunicare ai cittadini per far conoscere nuovi prodotti, particolari promozioni o campagne in corso, ed ai farmacisti (clienti acquisiti o potenziali) per coinvolgerli in iniziative commerciali o di acquisto diretto via web.

Chi gestisce questo spazio virtuale, questo "sito nel sito"? le aziende stesse; l'avanzato sistema con cui la soluzione è stata sviluppata, crea il presupposto per poter caricare contenuti, comunicazioni,

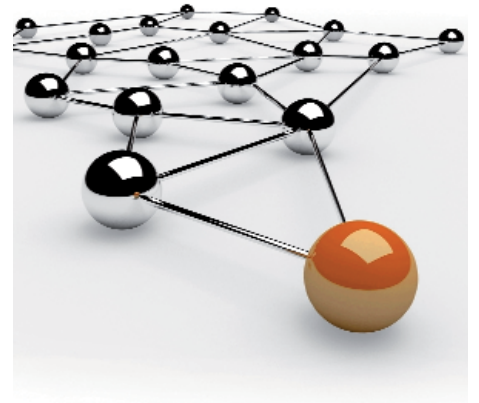


della filiera del farmaco:

il figlio di Farmaclick nasce dal web

immagini e video in maniera del tutto autonoma. Non solo; l'intuitivo pannello di controllo di cui le aziende aderenti al progetto vengono dotate, offre anche la possibilità di organizzare la gestione commerciale in maniera integrata ai propri sistemi gestionali, e-commerce compreso. Un vero e proprio sistema manageriale che consente il controllo integra-

- **Richiedere la disponibilità** di un prodotto ed effettuare il relativo ordine (nella ricerca viene utilizzata la banca dati di riferimento della farmacia);
- **prenotare** prodotti non disponibili;
- Visualizzare la **scheda commerciale del prodotto**;
- Visualizzare le **offerte e le campagne commerciali** proposte dalle aziende



Offerta	Codice	Descrizione	Disp.	Prezzo	Iva	Simili	img	Info
	004763114	ASPIRINA C*10CPR EFF 400+240MG	✓		10			
	004763330	ASPIRINA C*20CPR EFF 400+240MG	✓		10			
	004763254	ASPIRINA*10CPR 325MG	✓		10			
	004763037	ASPIRINA*AD 20CPR 0,5G	✓		10			
	004763557	ASPIRINA*FL 20CPR 500MG	✗					
	004763153	ASPIRINA...						

to delle vendite e delle attività di marketing rivolte agli utenti finali ed ai clienti farmacisti. Ma, come qualunque buon commerciale sa bene, una comunicazione poco mirata rischia di non essere ascoltata. Ecco perché Pharmaweb dedica a ciascuna farmacia un'area riservata attraverso cui entrare in una relazione diretta e personalizzata con i fornitori. Con un unico login, il farmacista può navigare negli e-commerce di tutte le aziende aderenti, ricevendo informazioni, offerte e condizioni specifiche per la sua farmacia. Un unico indirizzo, un unico login per avere i propri fornitori a disposizione 24 ore su 24, raggiungibili dal pc, dal tablet o dallo smartphone, ed ottenere servizi strategici come:

farmaceutiche, con relativa gestione dell'acquisto online;

- Visualizzazione del **listino specifico per la farmacia**;

Il portale traduce i vantaggi di un e-commerce "multibrand" in un contesto specifico rivolto alla fornitura di prodotti e servizi alle farmacie, parafarmacie e tutte le realtà sanitarie e commerciali interessate a ricevere informazioni ed effettuare commercio elettronico con distributori ed industrie del mondo del farmaco, parafarmaco, beauty, health-care, infanzia, alimentazione specifica ecc.

Il business concepito dal nuovo strumento web proposto da InFarma rispetta gli attuali assetti di mercato sviluppan-



do la capacità rappresentativa dei singoli attori della filiera e realizzando un circolo virtuoso per cui le attività di uno giovano anche sull'altro. Le comunicazioni delle aziende ai cittadini, come ad esempio una campagna commerciale o il lancio di un nuovo prodotto, sono preziose anche per le farmacie, che rimangono il principale veicolo di vendita dei prodotti pubblicizzati.

Pharmaweb è per le aziende aderenti un modo nuovo e semplificato per parlare al mondo ed ai propri clienti tramite un unico strumento, senza dimenticare l'importanza della personalizzazione dei contenuti e delle informazioni; una presenza costante ed un modo evoluto di essere rappresentati tramite l'unico contesto che non conosce crisi: il web.



Le evoluzioni della

L'importanza dell'infrastruttura a garanzia non solo della continuità di servizio, ma anche per assicurare la migliore scelta tecnologica a supporto del business dei propri clienti. Ecco le recenti evoluzioni della Server Farm InFarma.

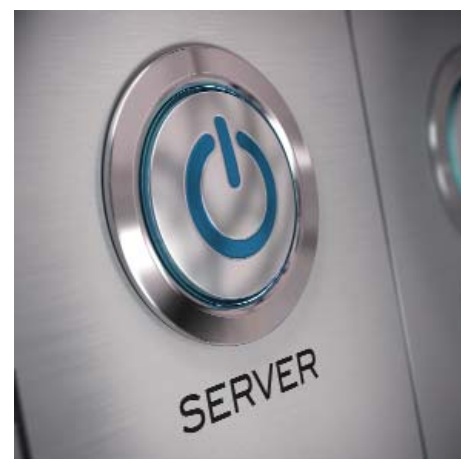


a cura di **Alessandro Bottaioli**, responsabile tecnico progetti InFarma

Negli ultimi anni l'informatica professionale ha iniziato a guardare verso soluzioni di hosting, housing e cloud computing con meno diffidenza rispetto al passato, orientandosi verso realtà "professionali" a discapito del classico datacenter *in casa*. Mentre ha un senso mantenere all'interno delle proprie sedi i sistemi *mission critical* che ospitano il gestionale, il crm o la contabilità, non ha nessuna reale utilità investire risorse in server web o server mail da installare in casa: i costi di gestione, relativi sia all'hardware che al software, possono essere radicalmente ridotti grazie alle economie di scala che mette a disposizione un provider esterno, senza considerare la maggiore affidabilità che può garantire chi fa il provider di professione.

Orientarsi nella miriade di offerte, che spaziano dall'hosting, all'housing fino al cloud computing non è oggettivamente semplice. In questo frammentato scenario, dal 2008 InFarma si è contraddistinta per offrire soluzioni di hosting specifiche per il

settore farmaceutico. L'offerta InFarma si differenzia dalle soluzioni *general purpose*, per essere completamente chiavi in mano: l'azienda che si affida ad InFarma non deve preoccuparsi di processori, ram, licenze software, banda internet o quant'altro in quanto ha la garanzia di avere un sistema completo per la comunicazione con le far-



macie per la ricezione degli ordini, le richieste di disponibilità, l'invio di documenti, la gestione dei resi, ecc... L'offerta nel tempo si è arricchita di soluzioni complete di e-commerce (B2C) che l'azienda può mettere a disposizione, tramite InFarma, alle farmacie clienti/socie.

Il costante impegno di InFarma nel mantenere sempre aggiornata l'infrastruttura, con risorse sempre disponibili per far

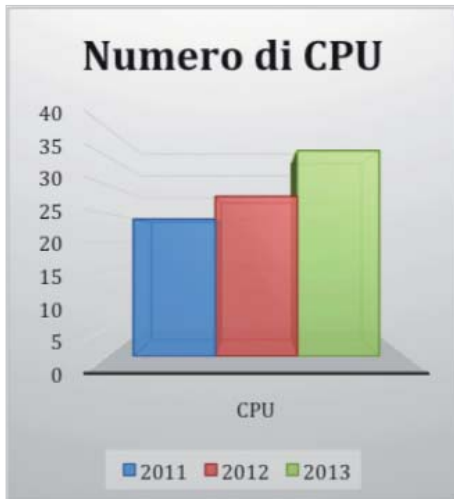
Server Farm InFarma

fronte anche ai più impegnativi picchi di lavoro, è testimoniato dai continui investimenti e upgrade effettuati nel tempo.

Incremento della capacità di elaborazione

La *capacità di elaborazione* di una serverfarm è un elemento di difficile determinazione, in quanto è influenzato dalla potenza, dal tipo e dal numero delle CPU, dalla quantità di RAM, dal tipo di storage impiegato, dall'Hypervisor scelto, ecc. È difficile, se non impossibile, definire con un "semplice" numero la capacità elaborativa di un'infrastruttura hardware.

Tuttavia, da alcuni elementi *quantitativi* è facilmente percepibile l'incremento di



potenza di calcolo che è stata effettuata nel corso degli anni nella Serverfarm InFarma.

Il numero complessivo di processori (CPU) è passato dai 24 del 2011 ai 36 del 2013, per un totale di 18 lame IBM installate su due Blade Center H. L'incremento viene maggiormente apprezzato se si considera anche la diversa *famiglia* di processori utilizzati: le originali CPU Intel XEON E5450 (4 core), sono



state affiancate inizialmente dalle XEON X5690 (6 core) e ultimamente dalle XEON E5-26800 (8 core).

Calcolando la potenza delle CPU con l'indice CPU Mark, ideato dalla PassMark Software, si ha un incremento di prestazioni dal 2011 al 2013 di quasi il 300%.

L'incremento maggiore nella quantità di RAM complessiva si è avuto a Giugno 2013, grazie all'inserimento nella struttura di 4 nuove lame HS23 con ben 128 GB di ram ognuna. Attualmente sulle 18 lame, c'è complessivamente 1 TB di RAM, fondamentale per fornire adeguata velocità ai DB di InFarmaClick.

Lo storage, non da meno, è uno degli elementi più importanti di una ServerFarm, non solo perché garantisce *spazio* per i dati, ma anche perché è il responsa-

bile della sicurezza degli stessi.

InFarma ha affiancato alla SAN IBM DS4700, l'IBM Storwize V7000, uno storage che, con i suoi 16 GB di cache, divisa sui due controller, unita ai velocissimi dischi SAS da 15K offre prestazioni di primissimo livello. La replica dei dati su entrambi gli storage è stato un obiettivo raggiunto da InFarma nel corso dei primi mesi del 2013, per garantire l'affidabilità richiesta ad un servizio *mission critical* quale la ricezione degli ordini da parte delle farmacie.

Entro il 2013 verrà ultimato l'aggiornamento di tutta l'infrastruttura all'ultima release di VMWare vSphere e l'upgrade di tutte le virtual machine alla Red Hat Enterprise 6.4 a 64 bit, per offrire l'adeguata quantità di RAM ad ogni singolo nodo di elaborazione.



Novità dal mondo Hardware

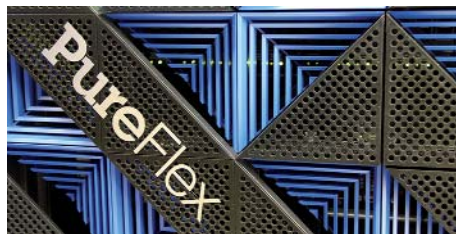
Infarma ha sempre affiancato i propri clienti nella difficile scelta dell'hardware da adottare a supporto della gestione aziendale, elemento fondamentale per l'equilibrio del progetto ed il successo del processo in generale. Oggi, il susseguirsi di tecnologie sempre più evolute richiede continui aggiornamenti per effettuare la scelta più adeguata alle proprie esigenze. Tutto ciò è uno sprone per InFarma che potenzia il settore Hardware: oggi il Dott. Lorenzo Castiglioni affianca il Dott. Rossi nel coordinamento dell'area come esperto di prodotto e delle tecnologie da proporre al mercato. Il Dott. Castiglioni ci parla di tre importanti evoluzioni tecnologiche che hanno popolato il portfolio InFarma: il Pureflex system IBM, il nuovo terminale DENSO e la NetBOXevo.



a cura di **Lorenzo Castiglioni**, responsabile Area Hardware InFarma

La massima evoluzione tecnologica disponibile sul mercato è un passo avanti rispetto al Sistema *Blade* ed è rappresentata oggi dal **PUREFLEX SYSTEM**.

Con questo nuovissimo sistema la IBM propone la riorganizzazione dell'intera infrastruttura con un nuovo apparato Software/Hardware denominato *FSM* che, raccogliendo in un'unica soluzione integra-



ta tutti i Software di gestione già utilizzati con la tecnologia *Blade*, consente, tramite un'unica interfaccia grafica, il controllo di tutti i sistemi. La gestione di nuove esigenze elaborative si semplifica notevolmente e non necessita dell'intervento sui singoli apparati: è sufficiente comunicare direttamente al sistema di cosa si ha bisogno.

In sostanza, il Pureflex System si "preoccupa" di riconfigurare le risorse a prescindere dall'intervento dell'operatore e, quindi, in maniera intelligente e standardizzata. Il nuovo sistema *FSM* facilita inoltre la replica e l'implementazione di un alto numero di macchine virtuali, tutte rigorosamente in alta affidabilità.

La componente *networking*, a differenza del *Blade*, non viene affidata ad un fornitore esterno (Cisco) ma è di proprietà IBM, garantendo la piena compatibilità con i nuovi sistemi ed ottimizzando anche la gestione interna del traffico di rete che non coinvolge più, per quanto concerne la comunicazione tra apparati, la rete esterna.

La nuova componente *networking* consente di racchiudere in un unico sistema centralizzato anche la componente *OPEN*, quindi tutte le possibili macchine Intel. Grazie alla soluzione della virtualizzazione, le macchine Intel possono essere trasferite all'interno del *PureFlex* e messe in alta affidabilità con un utilizzo minore di componenti Hardware e, quindi, riducendo drasticamente costi di manutenzione, di gestione della sicurezza e di rinnovo tecnologico.

Novità importanti riguardano la radiofrequenza; la InFarma propone il Denso come nuovo terminale per la gestione operativa di magazzino.

La LXE, società partner della InFarma nel settore della radiofrequenza, è stata recentemente acquisita dalla multinazionale americana Honeywell la quale, oltre ad interrompere la produzione del terminale *MX8*, ha modificato le politiche di gestione relativamente ai pezzi di ricambio, non rilasciando più certificazioni a centri di riparazione esterni ed accorpando dei laboratori propri in America e in Asia.

DENSO

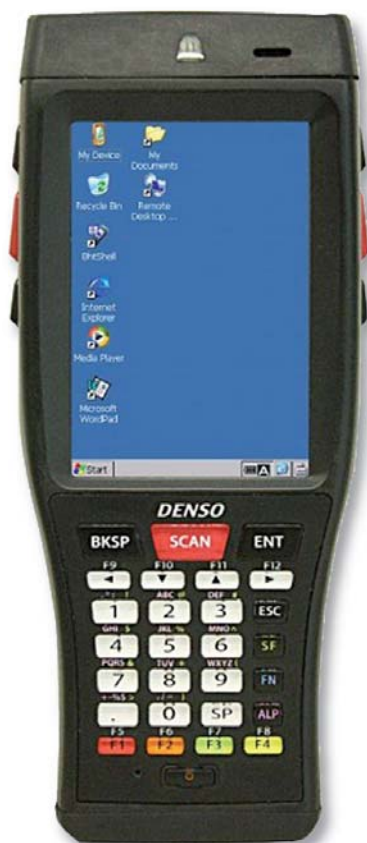
La InFarma, considerato anche il naturale "invecchiamento" del terminale *MX8* presente sul mercato ormai da sette anni, ha dato il via già da tempo ad una serie di test, prendendo in considerazione tutti i terminali di radiofrequenza tecnologicamente più al passo con i tempi e, soprattutto, che potessero soddisfare al massimo le esigenze legate alla logistica di magazzino.

Questa approfondita ricerca ha portato alla scelta di quello che InFarma ritiene il terminale più adatto a raggiungere tale scopo: il **Denso BHT 1200**.

Il terminale Denso BHT 1200 nasce specificatamente per ottimizzare la logistica del magazzino e le sue caratteristiche tecniche lo rendono particolarmente performante in tutte le circostanze che richiedono velocità, resistenza e maneggevolezza.



L'avanzamento tecnologico, l'evoluzione delle componenti e il miglioramento delle funzioni sono evidenti e possono essere colti già ad un primo sguardo: rispetto al terminale MX8, il nuovo Denso BHT 1200 ha un display più grande, uno schermo più luminoso ed una migliore risoluzione video, un peso inferiore, una tastiera più resistente ed una maggiore sensibilità dello scanner. Il suo processore da 800 Mhz e la sua RAM da 512 Mb consentono di ottenere delle performance mai raggiunte prima durante tutte le fasi della gestione operativa di magazzino, dall'ingresso merce allo stoccaggio, dall'allestimento all'uscita merce.



L'evoluzione tecnologica più significativa che il terminale Denso BHT 1200 porta sta nella capacità di ospitare un software di gestione che permette il collegamento con la procedura DiFarm prescindendo dall'interfaccia (emulazione 5250) e ottenendo, quindi, maggiori stabilità e velocità e consentendo la predisposizione alla nuova Release grafica di DiFarm.

Il terminale Denso BHT 1200 è già stato testato presso il magazzino di Jesi (AN) della *Farmacentro Servizi e Logistica* ed in quello di Pollenza (MC) della *Sofarma Morra* ottenendo ottimi risultati.



Infine presentiamo l'ultima versione della **NetBOX**, soluzione largamente diffusa per la gestione dei firewall aziendali.

da personale qualificato InFarma.

L'ultima release del prodotto, *NetBOX Evo*, è la soluzione hardware e software integrata che aumenta ulte-

NetBox *evo*



Nel corso degli anni, la NetBOX si è evoluta enormemente, abituando il cliente ad elevati standard di stabilità e sicurezza e liberandolo da ogni incombenza legata alla gestione del firewall, trattandosi di un noleggio interamente gestito

riormente il livello di affidabilità grazie all'integrazione con il servizio di *Monitoraggio Sistemi* ed agli strategici moduli aggiuntivi.

Il modulo *Alta Affidabilità delle Linee* permette, in caso di guasto delle linee principali, di attivare la linea di backup dirottando automaticamente tutte le connessioni in uscita.

L'*Alta Affidabilità del Server*, prevede la configurazione di due *NetBOX Evo* in modalità attiva/passiva, con la seconda lasciata in standby, pronta ad essere attivata in caso di guasto della principale.

Infine, il modulo *Collegamento Remoto* per soddisfare l'utente che ha la necessità di collegarsi dall'esterno verso la propria azienda in modo veloce e sicuro.

La predisposizione per il collegamento con *InFarmaClick* e con il *Ts Gate Internet*, rende la NetBOX Evo la scelta ideale per il grossista farmaceutico che vede transitare quotidianamente la maggior parte degli ordini attraverso questi canali di comunicazione.



K4Pharma: il web in farmacia

La soluzione web K4Pharma attiva un circolo virtuoso tra distributore e farmacie clienti: siti web proattivi e dinamici, comunicazioni mirate, e-commerce e tanto altro. La Farmacentro Servizi e Logistica è la prima cooperativa ad aver avviato il progetto: ce ne parla l'A.D. ing. Alessandro Bruschi.

Il successo di internet sta nel realizzare l'innato bisogno di comunicare insito nell'uomo. Internet esiste perché esistono le persone e la relazione tra loro genera continuamente flussi di comunicazione, idee, opinioni fino allo scambio di prodotti e servizi.

K4Pharma è nato per soddisfare questa esigenza nel mondo della filiera del farmaco: un prodotto concepito e strutturato per consentire alle farmacie di comunicare i propri servizi, la propria competenza e vendere on line i propri prodotti. Nella visione del progetto web dedicato alla filiera, sono i distributori farmaceutici ad offrire ai farmacisti clienti la possibilità di realizzare e gestire i propri siti internet.

Già da quasi due anni alcuni distributori in Italia hanno realizzato con K4Pharma il loro progetto web (nelle pagine che seguono trovate le loro esperienze) coinvolgendo i propri clienti.

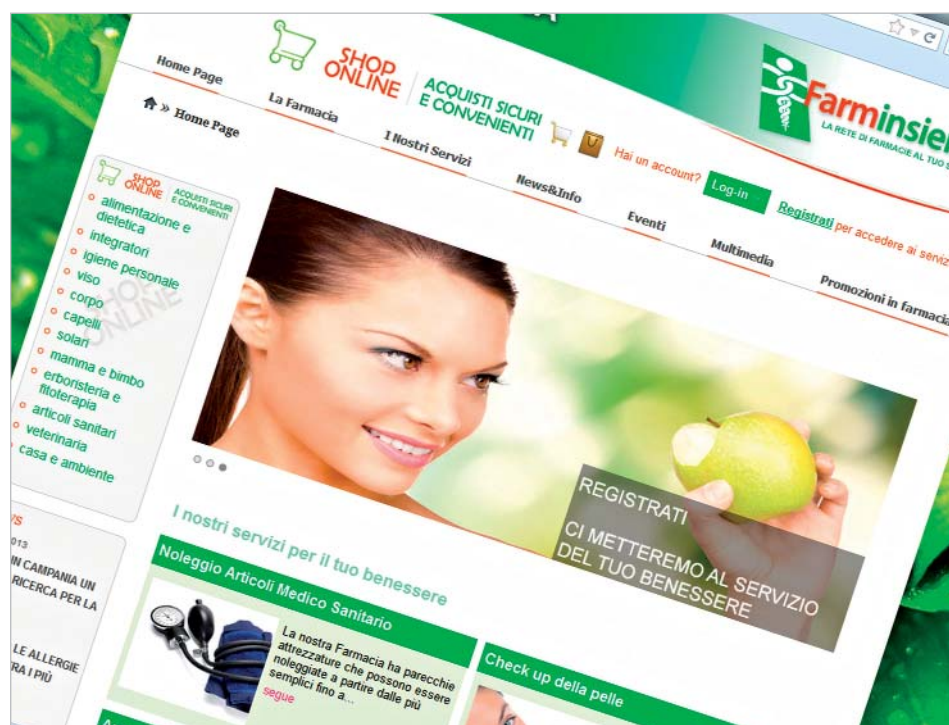
Il progetto può essere declinato in diversi modi ma il filo conduttore sta nell'utilizzo che ciascuna farmacia, in totale autonomia, può fare del proprio sito web: dalle news letter personalizzate indirizzate ai clienti che si profilano nel sito, alla creazione di rubriche su argomenti speci-

fici, la pubblicazione di gallerie fotografiche e video, fino alla vendita nello shop on line di una quantità di referenze che la singola farmacia non riuscirebbe mai a trattare in autonomia.

L'e-commerce concepito da K4Pharma, infatti, attinge i prodotti dai depositi del distributore che offre il servizio, consentendo alle farmacie aderenti di moltiplicare l'offerta: ecco un esempio di come alzare il livello di servizio abbassando contemporaneamente i costi di gestione. Naturalmente il farmacista può delegare centralmente al distributore la gestione della fatturazione e spedizione della merce venduta dal suo sito, ricevendo solamente la notifica della vendita e la commissione relativa, una sorta di "vendita sul venduto".

L'organizzazione del sito, l'aggiornamento dei suoi contenuti e la strutturazione dei servizi da questo elargibili sono fatti gestibili in autonomia dalle farmacie; un intuitivo pannello di controllo infatti, rende l'intera gestione molto semplice, ferma restando la possibilità di chiedere aiuto al distributore che offre il servizio.

K4Pharma è la soluzione che genera fidelizzazione utilizzando il canale preferenziale di comunicazione che è il web.



Ogni realtà commerciale e socialmente attiva non può prescindere oggi da una presenza su internet che risponda alle abitudini ed alle esigenze dei cittadini. Con K4Pharma la presenza nel web è dinamica e proattiva grazie alla possibilità di intervenire direttamente sulla gestione del sito. Attivare un sito K4Pharma significa inoltre entrare in un circuito virtuoso in cui il distributore è garante di un servizio e può offrire vantaggi strategici ai clienti coinvolti nel progetto proprio tramite i loro siti.



Ing. A. Bruschi,
A.D. Farmacentro
Servizi e Logistica

In queste pagine, rivolgiamo qualche domanda all'Ing. Bruschi, amministratore delegato della Farmacentro Servizi e Logistica, prima cooperativa ad aver avvitato il progetto web K4Pharma coinvolgendo i soci ed ottenendo importanti risultati.

Quali sono gli elementi che hanno indotto la Farmacentro a scegliere K4Pharma?

Nel panorama delle soluzioni web, quella di Krealia risponde all'esigenza di

fidelizzare la clientela della farmacia fornendo servizi innovativi ed evoluti e alla necessità di gestire le informazioni in modo integrato al gestionale Difarm in modo da poter offrire un sistema e-commerce centralizzato, svincolando la farmacia da tutti gli impegni di natura commerciale e logistica. K4Pharma, inoltre, offre autonomia di gestione ed utilizzo, un valore aggiunto importante rispetto ad altri prodotti per realizzare un sito web e gestire i contenuti anche da parte di persone che non hanno specifiche competenze di programmazione.

Ci piacerebbe sapere da un esperto operatore di mercato come lei, come viene percepito il prodotto K4Pharma dal mercato di riferimento, dagli effettivi e dai potenziali clienti...

L'aspetto maggiormente apprezzato dai Soci Farmacentro aderenti al progetto "La tua farmacia on line" è stato il pac-



chetto integrato sito web e vendite e-commerce, con relativi risparmi per la farmacia in termini di gestione logistica delle spedizioni ed amministrativa. Dobbiamo considerare che il farmacista non ha molto tempo a disposizione e, al di là di coloro che sono particolarmente appassionati al web, non ha dimestichezza con tutta una serie di problematiche che originano dalla gestione della vendita online. Per supplire a ciò Farmacentro ha quindi previsto un sistema centralizzato di spedizione e fatturazione. Acquisto, pagamento, allestimento e spedizione della merce (con un accordo con SDA) ed emissione della fattura per conto della farmacia. Un'operazione quasi impossibile per la singola farmacia che non potrebbe vendere on line con un listino vastissimo come quello Farmacentro e a prezzi concorrenziali.

Come ha strutturato finora e che obiettivi si pone il progetto web nella rete delle farmacie vostre clienti?

Farmacentro promuove il progetto web supportando la farmacia nella realizzazione del sito,

Gestione orari e turni						
Crea e modifica fasce orarie Applica fasce al calendario Visualizza calendario e configura dettagli						
Seleziona Mese		Seleziona Anno				
ottobre		2013				
LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	SABATO
30 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	01 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	02 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	03 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	04 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	05 Sabato 08:30 - 13:00	
07 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	08 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	09 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	10 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	11 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	12 Sabato 08:30 - 13:00	
14 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	15 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	16 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	17 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	18 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	19 Sabato 08:30 - 13:00	
21 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	22 Turno 24 h 08:30 - 21:00 21:00 - 23:00 23:00 - 08:30	23 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	24 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	25 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	26 Sabato 08:30 - 13:00	
28 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	29 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	30 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	31 Feriale 08:30 - 13:00 16:00 - 20:00	01 Festivo 08:30 - 13:00 14:00 - 20:00	02 Sabato 08:30 - 13:00	03



nella messa on line, in tutte le pratiche amministrative e burocratiche di avvio dell'attività di e-commerce. Superato questo primo step, promuoveremo tutte le attività di promozione dei siti delle farmacie fornendo assistenza tecnica e di marketing per aiutare la farmacia proprietaria del sito e convinta dell'importanza della comunicazione attraverso il canale web (e di tutti i social network più diffusi) a posizionare il Suo sito sui principali motori di ricerca attraverso tutte le attività di web marketing che questo mercato offre. Come ulteriore supporto la farmacia può acquistare un pacchetto di consulenza e fornitura (a scelta nei contenuti e nella durata), da parte di una task force dedicata, per la gestione del sito stesso.

Su quali servizi, tra quelli offerti dalla soluzione K4Pharma, avete maggiormente puntato?

Sicuramente la gestione centralizzata dell'E-commerce (con assortimento fornito dai depositi di Farmacentro) è stata tra le opzioni che abbiamo maggiormente spinto sul mercato e la rete di farmacie ne ha apprezzato la valenza commerciale e la comodità. La doppia opzione di consegna al domicilio del cliente o il ritiro della merce in farmacia sono stati altrettanto apprezzati; infatti c'è un'utenza che gradisce prenotare la merce e magari pagare in anticipo, per poi ritirarla nella propria farmacia di fiducia. Un'occasione in più per creare movimento in farmacia.

Ciascuna farmacia può comunicare alla sua clientela i propri servizi, con contenuti ed immagini, creare eventi per occasioni particolari, insomma fornire tutte le informazioni necessarie per far sentire il cliente come se stesse parlando con il farmacista.

Ogni sito dispone di un sistema di creazione e gestione delle newsletter che possono essere personalizzate da ogni singola farmacia e inviate via email in automatico, anche attraverso i social network, raggiungendo target di clientela ben identificata attraverso le profilazioni che i clienti fanno nel sito.

Infine il facile utilizzo, totalmente integrato, dei più importanti social network, strumenti oggi indispensabili per comunicare e diffondere informazioni e notizie.

INFARMA CLUB AUTUNNO 2013

Impostazione	Parametro	Funzionalità	Consigliata
Consegna e spedizione	spedizione con corriere	Inserimento del corriere o dei corrieri per la spedizione della merce.	Consigliata
Consegna e spedizione	pagamento con PayPal	Per ogni modalità di consegna è possibile attivare il pagamento con PayPal (se lo stato è 'Verde' vuol dire che almeno una modalità è attiva con PayPal).	Consigliata
Limite di spesa	soglia €	Indica il limite di spesa al di sopra del quale diventa obbligatorio pagare i prodotti nel carrello e-commerce.	Consigliata
Servizi web	PayPal	Attivazione del servizio di pagamento con PayPal.	Consigliata
Servizi web	Twitter	Attivazione del link di collegamento alla propria pagina Twitter.	Consigliata

Categoria	Pagine
News	24
Eventi	5
Fotogallery	1
Video	3
Organigramma	5
Glossario	5

Quanto e come un sito web avvicina la farmacia alla sua clientela?

Sempre più il consumatore ricerca sul web informazioni e acquista senza vincoli di orari. La Farmacia non può rimanere al di fuori di questi strumenti di comunicazione diretti ed efficaci, solo così riesce a comprendere le abitudini dei propri Clienti e a fornire risposte immediate che sono la chiave di successo per competere in un mercato difficile e competitivo come quello attuale.

Come intendete sviluppare commercialmente il progetto?

Oltre alle attività realizzate nei mesi precedenti:

- attenzione alla comunicazione del progetto attraverso molteplici incontri;
- formazione con corsi di web marketing e di utilizzo/gestione del sito;
- supporto totale allo sviluppo del sito e a tutti gli aspetti amministrativi e logistici.

Nello sviluppo del progetto abbiamo già tracciato ulteriori linee guida per incrementare la qualità ed il livello dei servizi:

- sistema di prenotazioni dei servizi e strumenti in farmacia;
- possibile integrazione con sistemi integrati di prenotazione di visite mediche specialistiche ed esami diagnostici;
- integrazione dell'ecommerce con le giacenze della farmacia.

Per concludere, tenendo conto delle forme attuali e delle prossime tendenze del mercato farmaceutico, come pensa che la soluzione K4Pharma si traduca in una opportunità di business per le farmacie?

Attraverso le potenzialità di K4Pharma la Farmacia potrà:

- accedere e gestire autonomamente la propria presenza nel web;
- profilare la propria clientela e aumentare la fidelizzazione attraverso invio di newsletter, proposte commerciali, invito ad eventi ecc.;
- diffondere i servizi offerti dalla Farmacia con possibilità di prenotazioni;
- fornire approfondimenti su temi di interesse relativi al benessere e alla salute attraverso consigli e contributi di esperti;
- accedere al mondo dell'e-commerce con semplicità ed immediatezza.

Aggiungerei infine una considerazione di carattere generale: il mondo della farmacia sta cambiando continuamente, un'evoluzione inarrestabile dopo anni di relativo immobilismo, e Farmacentro in piena coerenza con lo spirito di cooperativa cerca l'innovazione per offrirla ai suoi soci. Il web in questi ultimi 10 anni ha dimostrato che, se ben gestito, offre una fonte inesauribile di idee e business. Chi non "cavalca" il web, seppur con le sue caratteristiche, rischia di rimanere fuori dal mercato.



LA SOLUZIONE WEB PER LA FARMACIA



MARILUNGO

K4Pharma è la soluzione web facile e completa dedicata alla farmacia. Un sito gestibile in autonomia: caricare testi, immagini, video o cambiare disposizione dei contenuti non è mai stato così facile!

K4Pharma offre inoltre:

- ➔ un potente strumento di fidelizzazione della clientela: grazie ad accurate profilazioni, il sito diviene un mezzo per seguire gli usi e le preferenze degli utenti a cui inviare newsletter personalizzate.
- ➔ integrazione con i maggiori social network attraverso cui diffondere iniziative ed offerte commerciali.
- ➔ un nuovo ed alternativo canale di vendita grazie ad un e-commerce molto evoluto.
- ➔ uno strumento per l'indispensabile conservazione sostitutiva dei documenti.
- ➔ un innovativo ed efficiente sistema di prenotazione on line di tutti i servizi erogati in farmacia...

IL GRUPPO ITALIANO
PER LE SOLUZIONI
INFORMATICHE
DEDICATE ALLA FILIERA
DEL FARMACO




InFarma
INFORMATICA FARMACEUTICA

Leader nella fornitura di software e servizi all'intero mercato della distribuzione del farmaco, InFarma è un punto di riferimento grazie alle sue soluzioni verticali ed integrate che hanno alzato il livello di servizio di tutta la filiera. InFarma è specializzata nello sviluppo di sistemi per la connettività, uno su tutti Farmaclick, standard nazionale utilizzato da oltre 10000 farmacie. Altro segno particolare dell'azienda è la sua Server-Farm industriale attraverso cui eroga servizi evoluti ai clienti.



MACROSOFT
ORGANIZZAZIONE SVILUPPO ASSISTENZA
SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

Dal 1985, Macrosoft è esperta in organizzazione, sviluppo e assistenza di sistemi informativi aziendali, fornendo servizi principalmente ad aziende di distribuzione. L'elevata specializzazione del personale e la struttura interna dotata di una software house esperta in sistemi ERP, fanno della Macrosoft il partner ideale per qualsiasi realtà necessiti di una spinta informatizzazione dei processi aziendali.



krealia
SOLUZIONI WEB

Krealia è la risposta professionale di chi intende il web come strumento di business per aprire nuovi canali di vendita, realizzare nuovi servizi e creare un'identità proattiva nei nuovi scenari di comunicazione globale. Con il suo tool di sviluppo, Krealia offre soluzioni che rendono le imprese autonome nello sviluppo e nella gestione di siti e servizi web, fornendo consulenza specializzata su prodotti sviluppati per essere gestiti anche da utenti non esperti.