

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

All'interno

- ✓ *La piazza virtuale del farmaco: www.pharmaweb.it.
Intervista a Farla*
- ✓ *Farvima: il web per offrire servizi. Intervista al dott. De Falco*
- ✓ *Il farmacista moderno: emetto l'ordine a tutti dal mio gestionale*
- ✓ *Pharmabridge: accordi strategici tra grossisti*
- ✓ *K4Pharma, il sito della farmacia. Intervista al dott. Grelloni*

seguici anche su

facebook



infarmaclub

Blog di informazione del gruppo Macrosoft Holding

Articoli, news, interviste e approfondimenti su web, tecnologie e servizi dedicati al mercato del farmaco. Iscriviti alla newsletter!

www.infarmaclub.it



InFarmaclub seguita a riempirsi di pagine dedicate alle soluzioni ispirate e basate sull'unico mezzo che non conosce crisi: internet, il web, la rete... comunicazione, immediatezza, visione ampia e molto concreta. Parole e concetti che scandiscono il ritmo di tutti i mercati e della vita di tutti i giorni. E se il gruppo Macrosoft suona questa sinfonia, interpretandola con tutta l'esperienza possibile nel mondo del farmaco, noi di InFarmaclub ne facciamo eco proprio online. È nato il nostro blog (www.infarmaclub.it)

e siamo su Facebook; seguitemi, vi seguiremo!

Dr.ssa Susanna Mariani

RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE INFARMA



Macrosoft sostiene il progetto di mobilità garantita



Un patchwork di colori ricopre il pullmino che il 17 aprile è stato consegnato ai servizi sociali del Comune di Macerata. Un mezzo a disposizione a costo zero grazie alla Pmg e alle oltre 30 aziende locali che hanno aderito all'iniziativa per agevolare il trasporto di disabili e anziani con difficoltà motorie. La Macrosoft ha aderito al progetto, convinta della bontà dell'azione congiunta tra pubblico e privato, soprattutto quando sfocia in servizi socialmente utili.

Si tratta del progetto di mobilità garantita gratuita destinata ai Servizi sociali, Onlus, Enti pubblici, associazioni e più in generale a favore di tutte le Amministrazioni pubbliche che ne fanno richiesta. Il progetto è stato condiviso in tutta Italia da 950 Comuni coinvolgendo 50mila aziende.

"Il progetto che portiamo avanti da dieci anni - ha detto l'assessore alle Politiche sociali di Macerata, Ricotta - è stato reso possibile dalla sponsorizzazio-

ne di aziende del nostro territorio che hanno dato vita ad un nobile operato. Fino ad oggi, attraverso l'automezzo della Pmg, abbiamo avuto l'opportunità di effettuare tanti servizi a favore del sociale, indispensabili per il trasporto verso i centri diurni, i luoghi destinati alle borse lavoro, alle riabilitazioni, ai servizi scolastici e per attività ludico-ricreative. In questo modo, grazie alla generosità di tanti, riusciamo a offrire un servizio che altrimenti sarebbe difficile dare. Si tratta di un lavoro sinergico, frutto di un discorso collettivo a favore del benessere diffuso per tutti".

Soddisfatta Paola Agasucci, del Servizio "Servizi alla Persona" del Comune Maceratese: "Le aziende sono strette nella morsa della crisi economica che vede un considerevole restringersi dei margini; questo è un dato di fatto che ci ha fatto temere di non poter rinnovare il progetto. È rincuorante invece il risultato raggiunto che garantisce il servizio ai ragazzi, anziani e disabili che contano ormai sul "loro mezzo". Ed è anche particolarmente apprezzabile lo sforzo di chi non si tira indietro, nonostante tutto, in un'ottica collettiva che non dimentica il bene comune".

Il veicolo rimarrà al Comune in comodato d'uso e verrà guidato dai volontari della Croce Verde e della cooperativa sociale Onlus Talea.

sommario

- 4 La piazza virtuale del farmaco: www.pharmaweb.it. Intervista a Farla, la prima a puntare sulla soluzione web per eccellenza
- 6 La Farvima sceglie il web per offrire servizi ai suoi clienti. Intervista al dott. De Falco
- 8 Il punto di vista di un farmacista moderno: emetto l'ordine a tutti i fornitori, industrie comprese
- 10 PharmaBridge: il ponte virtuale che consente una collaborazione reale
- 12 K4Pharma: intervista al dott. Graziano Grelloni della Farmacia Grelloni
- 14 Nuova opportunità di vendita per la Farmacia: K4Pharma apre lo shop online ai "prodotti del farmacista"

inFarmaclub

MAGAZINE DI INFORMAZIONE DEL GRUPPO MACROSOFT HOLDING

Estate 2014

Registrazione testata n. 7989 Tribunale di Bologna

DIRETTORE RESPONSABILE: Susanna Mariani

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE: Alessandro Schiavone, 339.2898732

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



La piazza virtuale del farmaco:

Pharmaweb.it è il nuovo portale italiano dedicato alla filiera del farmaco che offre alle farmacie l'opportunità di "visitare" i propri fornitori digitando un unico indirizzo web. Molti servizi con pochissimi click, un progetto all'avanguardia che ha visto l'adesione di molte aziende fornitrici che, con lungimiranza, non si sono fatte sfuggire l'opportunità di essere nella "piazza virtuale del farmaco", nuovo punto di riferimento per il mercato.

Intervista a Farla, la prima a puntare sulla soluzione web per eccellenza.



A pochi mesi dalla nascita di PharmaWeb, chiediamo il parere del dott. Giancarlo Stincarelli, Direttore Generale della Cooperativa Farla di Latina che per prima ha scelto di puntare su questa soluzione per essere vicina alle sue farmacie.

Quali sono le potenzialità che ha individuato in PharmaWeb? Perché

Farla ha scelto di aderire al portale fin dalla sua nascita?

Un'esigenza ricorrente da parte di tutti gli operatori è la possibilità di erogare o usufruire di servizi. La parola "servizio" può comprendere molte cose ma, spesso, rischia di essere evanescente. Con PharmaWeb si può fare il salto di qualità sia per la nostra Cooperativa, ampliando l'offerta di servizi, sia per il farmacista socio che usufruisce ed accede a nuove funzionalità.

La potenzialità dello strumento sta nel suo essere nel web e nel coglierne tutte le opportunità. Fornire informazioni e servizi in tempo reale, accessibili da qualunque luogo ed in qualunque momento; un dialogo continuo tra cooperativa e farmacista che va oltre l'orario di lavoro e la postazione legata al gestionale della farmacia. Farla ha intravisto nel portale una risposta concreta all'esigenza di snellire buona parte delle attività quotidiane, sia da parte della Farmacia che da quella della Cooperativa, con un'ottica trasversale al mercato. Inserirsi in un contesto più aperto, mettersi a disposizione del socio e



www.pharmaweb.it

del cliente puntando sui propri servizi senza "temere" confronti ma anzi cogliendo l'opportunità di essere visibili anche a Farmacie non clienti.

A tal proposito, come viene percepita dal Farmacista la possibilità di accedere ad un sito dove trova molti dei suoi fornitori ad offrirgli servizi come il download dei documenti o l'ordine o la ricerca di prodotti?

Questa è un'innovazione rilevante. Oggi i farmacisti, come molti utenti web, debbono accedere a siti diversi tra loro per ricevere informazioni e servizi: ogni volta è un login, un "entra ed esci" continuo che vanifica in parte il vantaggio di essere nella rete e di poter quindi accede-



Offerta	Codice	Descrizione	Quantità	Prezzo	IVA
	90537027	POLASE 10BUST			
	93140073	POLASE 12BUST EFFERVESCENTI	9,6000	10	
	90537015	POLASE 20BUST	17,5000	10	
	93078379	POLASE 24BUST	17,5000	10	
	90572328	POLASE 30BUST	21,3500	10	
	938212370	POLASE 36BUST	23,5000	10	
	93081304	POLASE 40CPH 21,6G			
	93147713	POLASE 60CPH 21,6G			
	93037554				

re a più realtà. La novità di Pharmaweb sta nell'accesso unico, un sito unico dove il farmacista trova molti dei suoi fornitori; un accesso riservato, sicuro, mirato ed intuitivo. Pharmaweb semplifica le attività degli utenti, velocizza e facilita la consultazione dei contenuti e l'utilizzo dei servizi offrendo una navigazione omogenea e coerente.

Quali sono i servizi che ritiene maggiormente strategici in PharmaWeb?

Come dicevo, è strategico poter accedere a tutti i servizi che ciascun fornitore offre e sono tutti strategici se inseriti in un'ottica complessiva di dialogo con il farmacista e tesi a "semplificarli la vita". Farla comunica con le farmacie tramite il portale: dalle circolari informative alle offerte, dalla gestione delle campagne commerciali alla gestione resi e allo stato

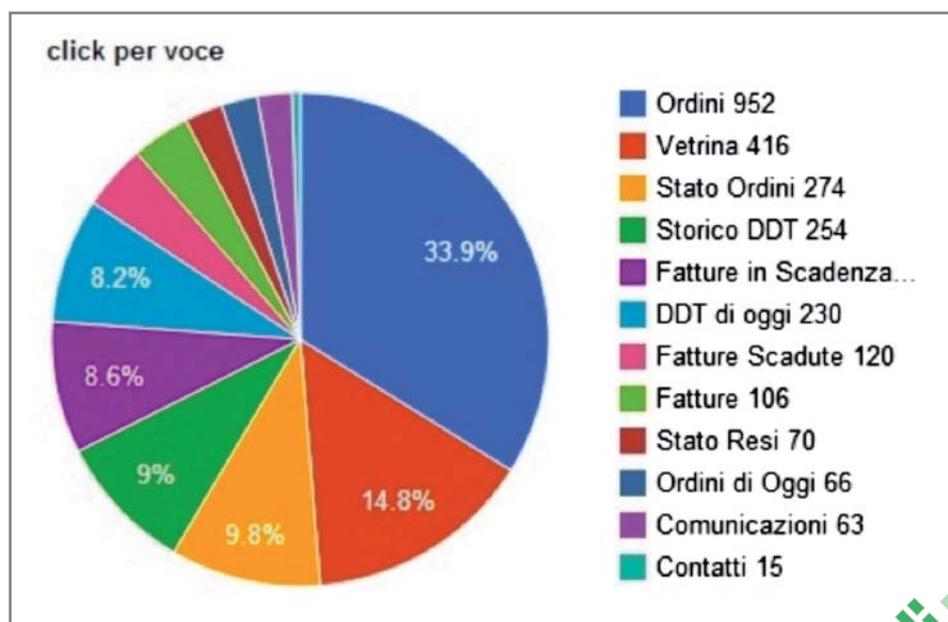
dell'ordine... Con Pharmaweb è possibile cercare tutti quei prodotti della nostra cooperativa che non troverebbero nel loro gestionale ed effettuare l'ordine, insomma, tutto quanto è utile al farmacista nella sua attività quotidiana.

Un esempio, la ricerca dei documenti (fatture, DDT, ecc.); per noi Cooperativa, inviare i documenti che il farmacista non riesce a trovare è una attività "onerosa"; oggi, il farmacista trova quando vuole quello che cerca all'interno di Pharmaweb, tutti i documenti vi sono archiviati in maniera automatica e standardizzata, e sono consultabili tramite specifici filtri di ricerca.

Pharmaweb è diventata la nostra area riservata alla quale accedono i nostri soci e clienti.

Farla è la cooperativa che per prima ha sposato il progetto e che quindi ne segue le evoluzioni fin da principio. Cosa può dirci del trend di navigazione degli utenti?

Preferisco rispondere facendo riferimento al grafico (sottoriportato) che viene aggiornato dal sistema ogni giorno e che ci mette nella condizione di poter monitorare costantemente "le preferenze" dei nostri clienti. Sulla base di queste statistiche noi possiamo aggiustare il tiro sulla qualità dei servizi offerti.



La Farvima sceglie il web per offrire

L'A.D. della Farvima Medicinali, azienda privata leader nella distribuzione del farmaco, ci parla del suo progetto web con K4Pharma.

Siti, E-commerce, newsletter, tanti servizi ed un unico comune denominatore: fidelizzare.



Il dottor Mirko De Falco, A.D. della Farvima Medicinali

Quali elementi hanno portato la Farvima Medicinali a scegliere K4Pharma?

La soluzione proposta da Krealia ci ha convinto per una serie di ragioni, prima tra tutte la completezza che questa offre. Essere presenti nel Web oggi non basta, bisogna farlo seguendo strategie strutturate con lungimiranza e con il dinamismo che un buon piano di business impone.



K4Pharma risponde a tutto ciò: offrire alle farmacie un sito internet gestibile in autonomia e con cui erogare servizi agli utenti significa offrire ai nostri clienti la possibilità di entrare in un circuito virtuoso che genera fidelizzazione ed implementa la capacità di vendita di questi ultimi.

Infine, determinante per la nostra scelta è stata anche l'integrazione del sistema al gestionale "DiFarm" che Farvima usa da oltre 10 anni, fatto che consente un'ottimizzazione dei processi, soprattutto per la gestione commerciale.

Quali servizi rendono la soluzione particolarmente interessante?

Soprattutto il modo innovativo con cui

è concepito l'e-commerce: ciascuna farmacia offre ai propri clienti web le 21.000 mila referenze messe a disposizione dai nostri magazzini alzando notevolmente il livello di servizio e abbattendo i costi del punto vendita.

Altro aspetto che distingue K4Pharma è la facilità con cui è possibile creare e gestire un sito; anche i farmacisti meno esperti, con il nostro supporto, sono in grado di aggiornare il loro sito rendendolo dinamico ed utile per i loro clienti.

Come viene percepito il prodotto K4Pharma dal mercato di riferimento, dagli effettivi e dai potenziali clienti?

Il prodotto è innovativo e credo che sia questa l'impressione che ha il mercato. I clienti finora si sono mostrati molto interessati; c'è chi ama cogliere per primo le opportunità e chi invece tende ad aspettare di vedere lo svolgersi dei fatti, o



meglio, il concretizzarsi dei risultati. Le farmacie che ci hanno seguito hanno fin da subito ottenuto una buona visibilità ed usufruiscono quotidianamente dei vantaggi che entrare nel nostro network offre.

Da un punto di vista di marketing, come ha strutturato finora e che obiettivi si pone il progetto web nella rete delle farmacie vostre clienti?

Il nostro network, Easyweb, vuole alzare il livello di servizio offerto ai clienti, dando loro la possibilità di entrare in un progetto comune da noi sostenuto per aumentare la visibilità delle farmacie stesse. Per accompagnarle, l'azienda si è strutturata con

servizi ai suoi clienti

Intervista al dott. De Falco

personale specializzato che segue il progetto sia da un punto di vista marketing che grafico. Nell'affiancare le farmacie, i nostri tecnici hanno implementato nuove funzionalità dei siti gestendo anche le richieste di personalizzazioni di diversi clienti. Salvaguardare l'individualità della farmacia è infatti uno dei nostri propositi; aderire al network è un punto di forza che nulla toglie all'identità di ogni cliente che viene esaltata sia graficamente che con la definizione di strategie particolari.

dalla soluzione K4Pharma, avete maggiormente puntato?

Crediamo fortemente nella comunicazione con i nostri clienti che viviamo come partner. In questo senso cerchiamo sempre delle soluzioni che ci consentano di affiancare le farmacie nella loro proposta commerciale; ecco perché abbiamo strutturato un sistema di newsletter dedicato alle farmacie del network Easyweb con cui informiamo circa promozioni e scontistiche appositamente studiate per la vendita via web. Importanti inizia-

una sempre maggiore sicurezza dei sistemi. Le persone, di qualunque età, si incontrano più nei social network che nella vita "reale" ed è lì che reperiscono molte informazioni. La farmacia, che ha uno scopo sia sociale che commerciale, non può essere fuori da questo contesto. Easyweb consente la condivisione delle informazioni dei siti anche sui maggiori social; la farmacia attiva nel web è vicina al cittadino e risponde alle reali esigenze di quest'ultimo offrendo l'immediatezza di cui tutti oggi necessitiamo.



Invece, sotto il profilo logistico e operativo, come gestite l'organizzazione?

La soluzione più semplice ed immediatamente realizzabile è stata la fornitura della merce, venduta tramite i siti delle singole farmacie, utilizzando i nostri tradizionali canali di consegna. In tal senso, ciascuna farmacia si è organizzata per la spedizione ai clienti finali.

Elevando sensibilmente la qualità del servizio, abbiamo implementato anche la possibilità di gestire direttamente dai nostri magazzini, per conto della farmacia, la spedizione della merce e l'emissione della fattura al cliente finale. Questa seconda modalità ha permesso a molte farmacie, non in grado di gestire autonomamente la problematica logistica, di accedere al network Easyweb ed avere un proprio sito di e-commerce.

Su quali servizi, tra quelli offerti

tive sono state intraprese ad esempio sui prodotti stagionali con interessanti riscontri da parte dell'utenza.

Ogni farmacia può scegliere di spingere maggiormente l'e-commerce o il crm, quello che noi suggeriamo è la sinergia di questi mezzi; profilare la clientela per seguirne le abitudini ed effettuare quindi comunicazioni mirate è per la farmacia un'ottima opportunità di fidelizzazione che Easyweb facilita enormemente. Una comunicazione puntuale e la capacità di soddisfare specifiche esigenze di acquisto sono attività fondamentali non solo per mantenere ma anche per acquisire nuovi clienti.

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

Noi tutti siamo ormai avvezzi a cercare informazioni di ogni genere in internet e l'abitudine di effettuare acquisti nel web è sempre più diffusa, sollecitata da

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?

Il nostro mercato soffre, come altri, di una notevole erosione dei margini di profitto. È importante evolversi nella direzione del consumatore, affiancarlo per essere sempre la prima risposta alla sua necessità. Per la Farvima, offrire K4Pharma ha un doppio valore strategico: noi siamo vicini ai nostri clienti dando loro un valido strumento per essere, a loro volta, vicini ai loro clienti. Per farlo puntiamo sull'unico mercato che non conosce crisi, internet. La presenza web è imprescindibile, quella che noi proponiamo è una presenza dinamica, che avvicina i cittadini alle farmacie e permette a queste ultime di offrire reali servizi tramite i loro siti.



Il punto di vista di un farmacista

Semplificare l'attività in Farmacia: un imperativo la cui risposta è pronta all'uso.

La Farmacia è predisposta alle facilitazioni tecnologiche che ottiene con la maggior parte dei grossisti farmaceutici, ma non con tutti i fornitori... e se anche questi adottassero gli stessi mezzi?

Il punto di vista (apprezzamenti, critiche e suggerimenti) di una storica farmacia all'avanguardia.



Il dottor Fabrizio Muzi, farmacista di Roma

Con il Dottor Fabrizio Muzi, titolare della omonima Farmacia in Roma, abbiamo provato ad approfondire un tema molto sentito: il livello di servizio dei fornitori percepito dalle farmacie.

Il mercato della distribuzione del farmaco è caratterizzato dalla capacità di offrire un livello di servizio invidiabile in altri settori; l'efficienza logistica e la sofisticata organizzazione informatica che sta dietro alla consegna giornaliera in farmacia contraddistinguono questo settore rispetto a qualunque altro. L'automazione è molto spinta e, da qualche anno, l'introduzione di protocolli standard con cui le farmacie colloquiano con i distributori intermedi ha chiuso il cerchio di una gestione molto complessa, semplificandola e creando reali vantaggi agli attori coinvolti.

L'ottimizzazione della gestione logistica, amministrativa e commerciale dei distributori intermedi e la notevole evoluzione introdotta dalla possibilità di offrire servizi in tempo reale alle farmacie ha stimolato in queste ultime l'esigenza di ricevere lo stesso livello di servizio da tutti i fornitori, industrie farmaceutiche comprese. In effetti, la filiera del farmaco, da

un punto di vista di evoluzione tecnologica si divide: più ci si "allontana" dalla distribuzione al dettaglio più si percepisce il ritardo rispetto ai livelli di efficienza che la tecnologia può garantire.

Tra i primi a sentire l'esigenza di una accelerazione da parte delle industrie verso una gestione più snella ed ottimizzata degli ordini e dell'invio dei documenti in farmacia troviamo il Dott. Fabrizio Muzi, titolare dell'omonima e storica farmacia romana. Come la maggior parte delle farmacie italiane, anche la farmacia Muzi ha sposato Farmaclick come protocollo standard per la gestione degli ordini con i grossisti farmaceutici, giovando dei servizi integrati al proprio gestionale e della velocità che questo offre.

"...con il nostro gestionale di farmacia controlliamo tutte le attività, sulla base delle informazioni che ci offre gestiamo la nostra azienda. Con la distribuzione intermedia il dialogo quotidiano è per via informatica, ormai da tempo non solo ci



siamo abituati a questo tipo di gestione, ma siamo diventati consapevoli dell'imprescindibilità di certi mezzi. Gli ordini di reintegro giornaliero della merce li faccio attraverso il mio gestionale. Chiedo un prodotto, ottengo una disponibilità da più fornitori, valuto il prezzo e lo acquisto. Il tutto in pochi secondi e per semplificare ancora di più ricevo in automatico la bolla elettronica e la fattura cosicché, quando i prodotti in poche ore arrivano nella mia farmacia c'è un caricamento rapido e controllato nel mio magazzino. La merce deve coincidere con il documento che io già possiedo... Detto ciò,

moderno:

emetto l'ordine dal mio gestionale a tutti i fornitori, industrie comprese

viene spontanea l'esigenza di una gestione simile, se non uguale, con il resto dei fornitori (industria farmaceutica), che sono la grandissima maggioranza. Se con i grossisti possiamo affidarci agli automatismi che la tecnologia genera, con le industrie ancora gestiamo le informazioni in maniera tradizionale: visita del Rappresentante, ordine redatto manualmente ecc..".

Oltre al ristretto numero di distributori con cui ogni farmacia collabora, ci sono più di 250 aziende che forniscono prodotti alle farmacie, dalle grandi case farmaceutiche a quelle specializzate in alcuni settori particolari; quasi tutte gestiscono la fase di vendita e di acquisizione del prodotto in maniera "tradizionale", con carta e penna. Sono abbastanza evidenti le motivazioni che impongono questa differenza di gestione (le tempistiche, i volumi, gli interessi commerciali, ecc.) tuttavia dal lato della Farmacia esiste sempre più l'esigenza di migliorare la propria efficien-

za. Hanno compreso che per fidelizzare ulteriormente i propri clienti, oltre al prezzo, alle condizioni commerciali, alla logistica rapida, è indispensabile offrire servizi efficienti...".

Oggi alcune aziende Multinazionali hanno acquisito la possibilità di utilizzare gli strumenti disponibili al maggior numero di fornitori: implementando FarmaClick infatti anche l'industria offre alle farmacie la possibilità di effettuare ordini direttamente dal gestionale di farmacia.

"... la mia è stata una delle primissime farmacie a sollecitare un'innovazione, proprio per questa mia esigenza di maggiore efficienza e di predisposizione all'innovazione; io ed i miei collaboratori usiamo quotidianamente FarmaClick ed utilizzare lo stesso strumento per tutti i fornitori, senza ulteriori programmi o differenti modalità operative, crea un vantaggio enorme sia in termini di tempi che organizzativi. Va inoltre evidenziato che poter gestire in automatico i miei ordini con



Disponibilità prodotto													
Codice Ministeriale	Descrizione Bancadati	Prezzo Vendita Farm.	IVA	Qtà da Ordinare	Qtà da Parcheggiare								
102627039	CLOMICALM*30CPR 80MG VERDE	48,00	10		0								
Fornitore	Disp.	Qta Om.	Sost.	Pzo Pub.	Costo	Sconto %	Promozioni					Note	
distributore Rossi	●	0		48,00	32,78	24,88	Se 2 pz 30,660 €						
distributore Verdi	●	0		48,00	30,55	29,99	Se 2 pz 29,760 €					*	
distributore Grigi	●	0		48,00	30,24	30,70							
Industria G.Bianchi	●	0		48,00	30,11	31,00	Se 1 pz 30,109 € - Se 2 pz 30,086 €					*	
Industria A.Gialli	●	0		48,00	0,00	100,00	Se 2 pz 29,825 €					*	
Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOT	
2012													
2011													
Legenda ● Mancante ● Disponibilità bassa ● Disponibile ● Deviazione		Situazione Prodotto: DISPONIBILE Qta Consegnata Immediatamente: 1 Data ora consegna: 05/07/2012 17.04											

za organizzativa e commerciale.

Alla luce di questo tipo di operatività, la strada per l'efficienza organizzativa è in gran parte già battuta.

"... negli ultimi tempi ci sono stati alcuni segnali importanti da parte di alcune aziende che hanno fatto uno sforzo, notevole per la loro complessità, di capire come elevare il livello di servizio alle pro-

queste aziende ha alzato sensibilmente la qualità della mia relazione con le stesse. La visita del rappresentante, che mensilmente o bimestralmente si riduceva alla compilazione manuale dell'ordine, oggi è più frequente, rapida e molto più mirata alle iniziative commerciali...".

Questo è il punto di vista di una Farmacia con una lunga tradizione, radicata nel

suo territorio, che scommette sull'innovazione tecnologica e spinge per migliorare, facendosi portavoce di qualche migliaio di farmacie che vedono nell'evoluzione dei servizi la principale strada da percorrere.

Le considerazioni da fare potrebbero essere molte ed il mercato della filiera del Farmaco è in continua evoluzione. L'osservazione che va fatta è che sotto il profilo tecnologico questo mercato, inteso come filiera nella sua interezza, soffre la mancanza di uno standard tecnologico di riferimento; c'è la tendenza, da parte delle singole industrie farmaceutiche, ad assumere iniziative scollegate tra loro che poi diventano inefficienti nel momento in cui si riversano sulla farmacia e questo non fa altro che ritardare il salto di qualità che un'entità come la farmacia deve poter fare nell'epoca in cui stiamo vivendo.

Una rivisitazione ed una riflessione approfondita da parte dell'industria farmaceutica su questi processi, forse ormai datati, può sortire effetti positivi sulle vendite, sulle reti commerciali fino ai processi organizzativi di produzione e logistica.



PharmaBridge: il ponte virtuale che

Gestire e superare lo scoglio dei Sistemi informatici eterogenei per aziende che vogliono collaborare oggi è possibile, lo hanno dimostrato le realtà che hanno adottato il nuovo sistema InFarma. Ne è un esempio OmeosalusVet, azienda specializzata nella distribuzione di prodotti omeopatici, fitoterapici e veterinari che punta a diventare il partner di eccellenza per i distributori intermedi.



La necessità di collaborazione tra le aziende di distribuzione, e tra loro e l'industria farmaceutica, spesso si scontra con le difficoltà tecniche di far colloquiare tra di loro sistemi informativi eterogenei e con problemi di *sicurezza* negli accessi ai dati, che rischiano di limitare fortemente le opportunità di business.

La farmacia può comodamente ordinare i prodotti tramite i tradizionali canali, FarmaClick e Pharmaweb, avendo come unico referente il suo distributore di fiducia.

Il Fornitore terzo (distributore o industria farmaceutica) ha la possibilità di aumentare esponenzialmente il suo parco clienti, stipulando accordi

PharmaBridge

La soluzione Pharmabridge apporta significativi vantaggi a tutti gli attori coinvolti. Tramite questo servizio il distributore farmaceutico può considerare l'intero deposito di un altro grossista o dell'industria farmaceutica come un "magazzino virtuale" a completa disposizione delle sue farmacie, potendo quindi fornire prodotti ai propri clienti senza gestire alcuna referenza di quel tipo all'interno del proprio magazzino fisico.

Il distributore farmaceutico può aumentare il livello di servizio offerto ai propri clienti disponendo di ulteriori referenze pur non essendo presenti nei propri magazzini.

commerciali con i maggiori distributori farmaceutici presenti nel territorio nazionale.

PharmaBridge è installato nel Data-center centralizzato InFarma nel quale confluiscono, quotidianamente, le transazioni effettuate da oltre 10.000 farmacie.

Il sistema sviluppato da InFarma svolge il ruolo di "ponte" tra le varie aziende che desiderano collaborare tra di loro, liberandole dalla necessità di creare un collegamento per lo scambio dati tra sistemi diversi. Sarà PharmaBridge ad occuparsi, in assoluta sicurezza, della normalizzazione e dello scambio dei dati



consente una collaborazione reale

tra le realtà coinvolte. Scendiamo in dettaglio su alcuni aspetti fondamentali che il sistema gestisce in autonomia, sollevando le aziende coinvolte nel progetto da qualunque onere organizzativo.

Ricezione degli ordini e richieste di disponibilità

La ricezione dell'ordine e la richiesta di disponibilità sono completamente automatizzati dal sistema. Le farmacie tramite il fornitore A potranno ordinare al fornitore B senza alcuna necessità di codifica manuale o configurazione sul gestionale.

La corretta valorizzazione dei prodotti consegnati dal fornitore A è garantita nativamente da FarmaClick che provvede al ricalcolo dei prezzi presso il grossista che effettua fisicamente la fatturazione garantendo la massima coerenza delle informazioni comunicate alla farmacia. Sempre in questa fase vengono ricalcolati i tempi di consegna in farmacia dei prodotti devianti, ottenendo la massima trasparenza verso i clienti.

Stampa documenti di trasporto relativi ai prodotti devianti

Se i prodotti acquistati tramite la deviazione vengono consegnati in farmacia dal fornitore B, PharmaBridge permette di automatizzare la stampa remota del documento di trasporto, facilitando in questo modo le operazioni di smistamento della merce. Ovviamente anche la generazione del documento di trasporto della merce dal fornitore A al fornitore B avviene in modo del tutto automatizzato.

Invio telematico dei documenti di trasporto e fatturazione e codifica nuovi prodotti

Tutte le fasi di invio telematico dei documenti di trasporto e fatturazione sono gestite senza intervento manuale. I nuovi prodotti o le variazioni sulle anagrafiche già esistenti sono gestite automaticamente per permetterne il corretto ordine da parte delle farmacie.

L'esperienza di OmeosalusVet



La **OmeosalusVet srl** è un'azienda che opera, a livello nazionale, nel campo della distribuzione intermedia di medicinali omeopatici, fitoterapici, veterinari ecc. assicurando quotidianamente il proprio servizio a farmacie, parafarmacie ed Erboristerie. Il servizio di consegna viene effettuato, a seconda della locazione e degli accordi commerciali, anche due volte al giorno tramite i corrieri propri. L'Omeosalusvet non si limita al solo servizio di distribuzione dei prodotti, ma offre alla propria clientela una consulenza costante tramite i suoi professionisti (farmacisti, nutrizionisti, veterinari, omeopati, fitoterapeutici, chimici).

"La scelta di adottare le soluzioni gestionali proposte da InFarma è maturata nell'ambito di una politica commerciale che punta a far diventare la OmeosalusVet il partner d'eccellenza per le aziende di distribuzione intermedia nell'ambito della fornitura di prodotti omeopatici, erboristici e veterinari". Spiega l'A.D. Angelo Cassandra.

"Interpretando il mercato della distribuzione intermedia ci siamo resi

conto che non è più sufficiente porsi come semplici fornitori di prodotti ma è necessario creare il presupposto affinché il distributore nostro Cliente possa, tramite OmeosalusVet, aumentare il livello di servizio offerto alla proprie farmacie: **essere nel circuito Phar-**

mabridge ci consente di diventare un magazzino virtuale del nostro Cliente che, a sua volta, può offrire



in maniera diretta una vasta gamma di prodotti senza avere l'onere della gestione fisica delle merci, delle trattative con i vari fornitori, di dotarsi di collaboratori esperti e formati sui prodotti omeopatici, erboristici e veterinari."

Conclude Cassandra: "La nostra azione mira a coinvolgere quanti più distributori possibile, ritagliando per ognuno di essi la soluzione commerciale ed organizzativa che più si confà, in modo da creare un "circuito virtuoso" che, nel breve periodo, porti significativi benefici a tutti gli attori coinvolti: tanto più profonda sarà l'integrazione tra noi ed i nostri Clienti, tanto più alto sarà il livello di servizio offerto e quindi la soddisfazione delle farmacie Clienti".



K4Pharma: intervista al dott. Graziano

La Farmacia Grelloni da ormai molti anni è presente nel web con i suoi negozi online, ottenendone risultati molto interessanti.

Da oggi lo è anche con i siti di K4Pharma.



Il dottor Graziano Grelloni

Il Dottor Graziano Grelloni, titolare dell'omonima Farmacia, ci ha fornito il suo punto di vista ed i dati della sua esperienza nelle vendite online.

Quando e perché ha cominciato a vendere online?

Il primo negozio professionale è stato aperto su Ebay nel 2008 ed è ancora operativo. Era un tentativo ed un modo per diversificare l'attività. Da utente già acquistavo nel web e quindi diventare un "venditore" mi sembrava naturale. Il negozio Ebay ha avuto una sua logica ed è stata un'ottima palestra per capire come funziona l'e-commerce e come reagisce il pubblico che naviga in rete.



Come ha scoperto il mondo di K4Pharma? Cosa offre per averlo scelto?

L'esigenza di avere un sito della mia farmacia che mi permettesse di avere anche un e-commerce mi ha spinto a cercare le soluzioni disponibili nel mercato. Ci sono molti prodotti in circolazione più

o meno di buona qualità, tuttavia quando ho visto la soluzione che propone K4Pharma non ho esitato.

Quando ho scoperto che potevo rendere disponibili nel mio negozio online, attraverso il mio Grossista di fiducia, fino a 50.000 referenze, non ho avuto dubbi: questa era la soluzione!

Nessuno nella propria farmacia potrebbe avere un numero così elevato di referenze, quindi quale soluzione migliore se non quella che l'utente navigando nel mio sito possa consultare una disponibilità quasi infinita senza che io debba acquistarla prima di venderla?

Si spieghi meglio, da farmacista a farmacista... in poche parole come funziona K4Pharma?

È sufficiente fare un contratto con uno dei grossisti che abbiano adottato questo prodotto (so che in Italia attualmente lo hanno scelto la Farvima Medicinali e la Cooperativa Farmacentro).

Si può avere il sito in pochissimo tempo, personalizzarlo con tutte le informazioni della propria farmacia, i servizi e le specialità che ciascun farmacista può trattare con competenze specifiche, e la cosa migliore è che lo posso gestire completamente in autonomia.

Nel mio negozio online ci sono attualmente più di 26.000 referenze, dai prodotti più diffusi a quelli considerati di nicchia, che poi sono i più venduti.

Come vanno le vendite? È aumentato il fatturato?

All'inizio pensavo che stare sul web ed avere un sito fosse sufficiente per vendere. Così non è! Per avere una buona indicizzazione nei motori di ricerca è necessario applicarsi e scegliersi un mercato al quale si vuole fare riferimento, sia in termini di prodotti che di prezzo. Inoltre per accelerare e raggiungere il target identificato ci sono degli ottimi strumenti, a pagamento, che guidano gli acquirenti al proprio sito. Uno fra tutti "TrovaPrezzi", ma anche "Kelkoo" o l'ultimo arrivato, di sicuro effetto, "Google Shopping". Il risultato si vede, sono aumentate le vendite ed il fatturato di diverse migliaia di euro mensili.

Grelloni della Farmacia Grelloni

Quali altre funzionalità ci sono nel sito?

Posso caricare all'interno del negozio online anche i prodotti che gestisco direttamente nella mia farmacia ed è bello che l'utente non ha la minima percezione della differenza rispetto a quelli del grossista, per lui sono tutti miei prodotti.

Il sistema gestisce automaticamente gli acquisti, i prodotti offerti dal grossista o dal mio magazzino, il carrello, il pagamento e fornisce tutte le informazioni necessarie.

Posso far conoscere le offerte inviando newsletter estremamente efficaci per i miei clienti.

Se voglio posso addirittura far gestire tutta la logistica al mio grossista: dal confezionamento, alla spedizione fino all'emissione della fattura per mio conto senza che io faccia nulla. Insomma l'uovo di Colombo!

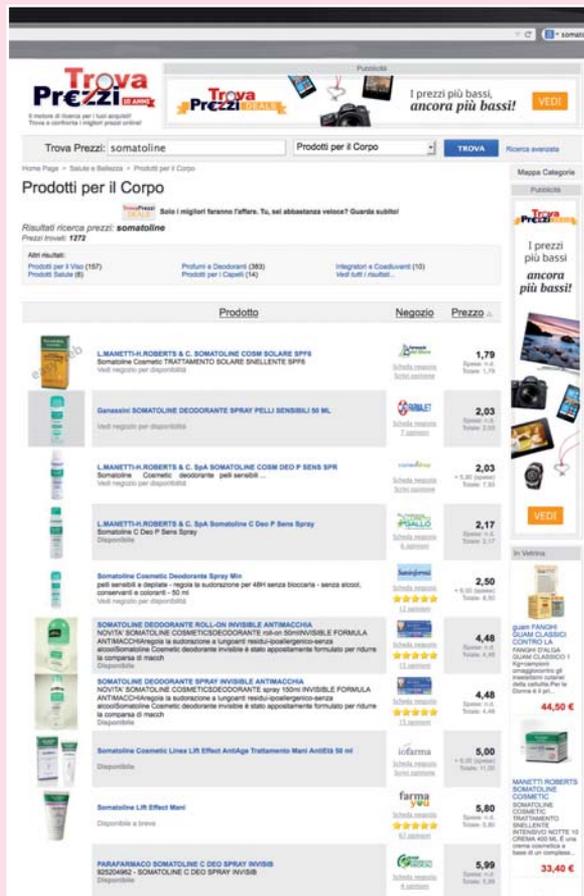


In che modo il sito ha influito sull'organizzazione della sua farmacia?

Innanzitutto ci vuole pazienza ed un po' di applicazione; dall'aggiornamento costante del sito, all'inserimento di informazioni nuove, news, articoli ed eventi, sono tutti sistemi per rendere visibile il sito nei motori di ricerca. Inoltre gli utenti che fisicamente frequentano la mia farmacia trovano nel sito tutte le informazioni, orari, servizi, possono prenotare gli appuntamenti per gli eventi organizzati in farmacia, promozioni e tante altre cose. Questa è stata una sorpresa: stare nel web significa essere ovunque nella rete ma significa anche fornire servizi concreti e non virtuali alla propria clientela che quotidianamente entra nella farmacia.

K4Pharma e i siti di comparazione dei prezzi online

Come trovare potenziali acquirenti e convogliarli sul proprio sito



tamente per facilitare il reperimento di prodotti in internet e la comparazione dei prezzi.

Tra questi sistemi in cui confluiscono migliaia di utenti, Trovaprezzi è uno dei più conosciuti ed utilizzati ed è studiato per veicolare il più velocemente possibile gli utenti verso i siti di coloro che vi pubblicizzano i loro prodotti. Iscrivendosi ad un sistema come questo, si diventa "inserzionisti" di un sito internet e si entra a far parte di un circuito estremamente consultato da chi naviga la rete alla ricerca delle migliori condizioni di acquisto.

Gli utenti che accedono sono già "profilati" e molto vicini alla fase di acquisto del prodotto

Strutturare un buon sito di e-commerce non vuol dire automaticamente fare affari in internet. Per attivare un buon business, ci sono alcune azioni congiunte che è bene tenere a mente. Una di queste consiste nell'individuare un sistema che possa convogliare sul proprio sito gli utenti che navigano alla ricerca di prodotti che potremmo offrire. K4Pharma ha sviluppato una semplice interfaccia, disponibile per ogni singolo sito, con la quale il farmacista può selezionare la lista dei prodotti da pubblicizzare in siti strutturati apposi-

che stanno cercando. Per questo motivo la percentuale di "conversione" da visite ad acquisti è molto elevata: l'utente interessato ad un prodotto viene reindirizzato al sito del negozio o azienda che lo propone. È il farmacista a scegliere quali prodotti fornire a Trovaprezzi, tra quelli offerti dal Grossista tramite il sistema di e-commerce K4Pharma o quelli facenti parte del suo magazzino, effettuando così operazioni mirate di promozioni ed ottenendo un incremento notevole delle vendite.



Nuova opportunità di vendita per la Farmacia: K4Pharma apre lo shop online ai “prodotti del farmacista”

Da oggi l'e-commerce K4Pharma non attinge solo al magazzino del grossista; la Farmacia può caricare qualsiasi prodotto, incrementandone la visibilità e la capacità di vendita.

Emblematica è la Galenica, molte le farmacie che già ne hanno aumentato le vendite.

Cos'è K4Pharma?

La Soluzione web per la filiera del farmaco si chiama K4Pharma e consiste in un sistema che dota le farmacie di avanzati siti internet gestibili in autonomia. Sono i distributori farmaceutici a mettere a disposizione i siti per le farmacie, attivando un circolo virtuoso in cui l'innovazione dei servizi offerti genera fidelizzazione.

Il sito base fornisce tutte le informazioni istituzionali, il CRM consente alla Farmacia di comunicare con i propri clienti e lo shop online collegato in automatico al magazzino del grossista consente di vendere prodotti senza caricare il proprio magazzino e offrendo, al contempo, una quantità di referenze altrimenti impossibili.

Quali novità riguardano l'e-commerce?

Da oggi, **lo shop online di K4Pharma amplia la propria capacità: oltre all'automatismo che consente alla Farmacia di vendere direttamente i prodotti del grossista, il farmacista può caricare i propri prodotti**, dando loro visibilità e



moltiplicando le opportunità di vendita. Galenica, prodotti propri della Farmacia e tutto quanto si voglia promuovere può essere inserito nelle vendite online, compresi i prodotti facenti parte del proprio stock di magazzino.

Una concreta possibilità in più per incrementare le proprie vendite. Ne sono

un esempio i richiestissimi prodotti “naturali” a marchio della farmacia che grazie al nuovo strumento hanno notevoli possibilità in più per essere conosciuti ed acquistati. Molte farmacie hanno già visto lievitare le vendite di questo tipo di prodotti dopo averli introdotti nello shop online.

Come funziona l'e-commerce del farmacista?

Il Farmacista può caricare qualsiasi prodotto vendibile, sia esso presente o meno in banca dati.

Per il prodotto presente in banca dati il sistema può, con un semplice inserimento del codice Minsan, caricare in automatico la descrizione, il bugiardino e l'immagine del prodotto, se disponibile.

Per gli articoli non presenti in Banca Dati, l'inserimento è manuale.

Per tutti i prodotti è possibile:

- stabilire il prezzo di listino e l'eventuale prezzo di vendita scontato;
- integrare le descrizioni dei prodotti;
- inserire più foto illustrative;
- caricare la disponibilità di quantità e la quantità minima sotto la quale si intende ricevere un messaggio di allerta;
- specificare se l'articolo è di vendita libera o deve essere dispensato dal farmacista;
- decidere se renderlo visibile in home page o renderlo “prodotto civetta”;
- visualizzare i prodotti in un'area distinta dallo shop (ad esempio nelle promozioni) o inserirli insieme agli altri.

Dalla gestione del carrello, al pagamento online, alla gestione del corriere espresso, ai costi di spedizione fino al documento riepilogativo della vendita, tutto è integrato all'attuale sistema di e-commerce già operante in K4Pharma.

L'utente finale che acquista nel sito della Farmacia non noterà la minima differenza e potrà quindi effettuare acquisti multipli attingendo sia dal magazzino del grossista che dal magazzino della Farmacia.



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 e-commerce molto evoluto che può attingere direttamente ed automaticamente al magazzino del fornitore di fiducia a cui delegare anche spedizione e fatturazione della merce.
- ➔ un innovativo ed efficiente sistema di prenotazione on line di tutti i servizi erogati in farmacia...

Tante opportunità un solo portale: PharmaWeb.it



**L'unico strumento web
per acquistare
ed essere informato
sull'intero mercato
del farmaco.**

Gratuito e veloce, Pharmaweb consente ai farmacisti una vista su tutti i fornitori offrendo gratuitamente servizi in tempo reale: ricerca e acquisto prodotti, informazioni, offerte, promozioni e iniziative, ricerca e download documenti...

Scopri di più, registrati su Pharmaweb.it!

**Un
farma**
INFORMATICA FARMACUTICA