



I grandi della distribuzione si attivano per affiancare le farmacie nelle sfide di oggi e domani. Minimo comune denominatore per i nuovi servizi? Il web.

La duttilità del sistema web K4pharma della Krealia si sposa perfettamente alle varietà di politiche commerciali e strategiche che i vari attori della filiera adottano in questo momento di forte cambiamento.

Diverse strade sono state intraprese nell'approccio al web, declinando lo strumento in varie modalità.



Che sia un Portale dedicato ad un argomento specifico (monotematico) o un portale istituzionale di un network di farmacie, la soluzione K4pharma ne permette la totale gestione attraverso un'architettura web molto flessibile alla quale si possono agganciare un numero infinito di farmacie.

Queste potranno svolgere diversi ruoli all'interno del Portale, dalla semplice pagina informativa ad un proprio sito all'interno del network fino a convertirsi in un pick up point per la merce acquistata nel Portale.

Tante opzioni che si sono evolute prevedendo funzioni sempre più all'avanguardia, come e-commerce e spedizioni centralizzate a carico del grossista e l'emissione di documenti fiscali per conto della farmacia.

Il tutto viene gestito, oltre che sotto il profilo della navigazione web, anche sotto il profilo organizzativo ed amministrativo, tenendo traccia di ogni transazione, secondo le regole commerciali e di marketing che saranno decise dal gestore del Portale.

Molti clienti InFarma si sono attivati da tempo in questo contesto di cui abbiamo già parlato in altri numeri; prendiamo qui ad esempio le ultime adozioni del sistema sottolineandone le diverse interpretazioni.

In occasione degli ultimi eventi farmaceutici, **Farvima Medicinali S.p.A.** ha presentato il suo progetto web **Mondoceliachia.it**, piattaforma virtuale di informazione ed eCommerce dedicata al mondo gluten free.

Ce ne parla il Dott. Mirko De Falco, Amministratore Delegato di FARVIMA Medicinali, colosso dalle fondamenta radicate nella distribuzione farmaceutica italiana e pioniere dal motore innovativo. FARVIMA è stata infatti capace di interpretare l'evoluzione della domanda e di creare con anticipo un portfolio servizi che permetta ai farmacisti di rispondere ai nuovi bisogni dei loro clienti. Su questa scia nasce **mondoceliachia.it**.



> **Mirko De Falco**
Amministratore Delegato
FARVIMA Medicinali

Come nasce il progetto mondoceliachia.it?

Da qualche anno a questa parte il trend di consumo di prodotti gluten free ha cambiato le regole del mercato alimentare: ora essere celiaco non solo non è più un limite ma è parte di una tendenza di benessere alimentare completamente soddisfatta da aziende, ristorazione ed esercizi. Il dato più impattante nel consumo di prodotti noglu è che un terzo dei consumatori non è celiaco.

Anche le farmacie devono rispondere a questa domanda per rimanere punto di riferimento di fiducia ed è per questo che nasce MONDOCELIACHIA.IT, un portale online creato per chi cerca prodotti, ricette e news rigorosamente senza glutine.

Come funziona l'acquisto dei prodotti?

È molto semplice. L'utente prenota sul portale tutti i prodotti di cui ha bisogno, inserendoli nel carrello della spesa virtuale, e li ritira senza alcun costo aggiuntivo nella farmacia cui si è affiliato.

L'affiliazione avviene o in via preventiva in farmacia con il supporto del personale oppure direttamente online al momento dell'acquisto - basta cercare la farmacia aderente più vicina. I prodotti sono visualizzati con il prezzo al pubblico per permettere di usufruire in tranquillità del buono di rimborso regionale.

Ci racconti il percorso che ha portato FARVIMA a ideare un progetto digital per soddisfare il mondo della celiachia.

Viviamo in un mondo che comunica, acquista e vive digitalmente.

La spesa online permette di risparmiare tempo e fatica nella ricerca: tutti i prodotti che cerchi sono a portata di clic - ovunque ti trovi - su una sola piattaforma e vengono consegnati in un'unica, rapida soluzione in un ambiente sicuro quale la farmacia.

Come può FARVIMA aiutare le farmacie aderenti al circuito nella gestione di questo progetto?

Investendo nella comunicazione verso il consumatore.

Abbiamo un piano di promozione del servizio attraverso partecipazioni alle più importanti fiere di settore, pubblicità su riviste specializzate, collaborazioni con aziende produttrici, diffusione sui social.

Inoltre diamo in dotazione di un kit composto da una vetrofaneria del servizio e un espositore da banco con una tasca per le brochure informative.

Possiamo dire che nel progetto web sia rintracciabile la volontà di fare catena?

Certamente; **mondoceliachia.it** deve essere un richiamo chiaro per il consumatore verso la farmacia, un servizio allargato che apporta un valore aggiunto alla farmacia - che viene confermata dai clienti di sempre e, soprattutto, cercata dai nuovi.

Per questo puntiamo sulla comunicazione dentro e fuori dalla farmacia.

Come fa una farmacia ad aderire?

Basta contattare l'agente di riferimento o il nostro Customer Service (ndr. 800 983711) e chiedere di affiliarsi: il servizio è gratuito.



Creare sinergie è la tendenza che ispira anche il nuovo progetto della **So.Farma.Morra Ufm**, azienda leader nella distribuzione intermedia del farmaco. **Farmacie Linfa Club è un network di oltre 200 farmacisti titolari** che hanno scelto di intraprendere un percorso comune: creare **un'importante catena** con l'obiettivo di migliorare la marginalità della propria farmacia in fase di acquisto e di vendita, e accedere a un insieme di servizi di analisi, formazione, visibilità e comunicazione interna ed esterna alla farmacia. L'iniziativa si espande on line, fondendo reale e digitale per un'offerta di servizi completa e strategica.

Ce ne parla il Dott. Ettore Morra.

“Acquistare e vendere online è semplice, immediato, comodo, sicuro e disponibile a qualsiasi ora. Questi i principali **plus del commercio elettronico**. L'e-commerce diventa sempre più importante nell'ambito di un modello commerciale convergente tra fisico e online. La rivoluzione digitale ha colpito tutti i settori, anche i più inaspettati come quello farmaceutico. Ed è così che da qualche anno vediamo nascere le **farmacie online** e applicazioni pensate proprio per la salute dei pazienti. Sono sempre di più i farmacisti che scelgono di aprire un negozio online della propria farmacia: **una soluzione per raggiungere più clienti**

e offrire prodotti e servizi sempre più innovativi. Farmacie Linfa approccia strategicamente al nuovo canale di vendita:

le farmacie del network beneficiano dell'opportunità di essere presenti sul digital grazie al portale creato da Krealia (pronto nelle prossime settimane), recuperando quote di mercato e superando le problematiche attuali di eccessiva competizione e forte frammentazione del web. Farmacie Linfa vuol dire qualità, affidabilità, sicurezza, vuol dire innovazione in un mercato statico incentrato su logiche tradizionali di vendita e concorrenza, e tempi rapidi di consegna grazie al sostegno di una logistica strutturata e di un magazzino che gestisce oltre 80.000 referenze. Non solo convenienza dei prezzi ma customer care dedicato con personale attento e qualificato a rispondere a tutte le esigenze dell'utente.

L'intenzione è quella di vincolare l'apertura di una farmacia online all'esistenza di una fisica alle spalle già consolidata, con un brand che abbia forza contrattuale e comunicativa sul mercato, in modo da incontrare i bisogni emergenti dei consumatori senza alterarne il tradizionale processo di acquisto. Farmacie Linfa rappresenta, sotto questo aspetto, un'occasione di business per la farmacia, l'opportunità di sviluppo e di soddisfare le esigenze di una clientela vasta ed eterogenea.”



> **Ettore Morra**
Direttore generale
So.Farma.Morra

LINFA
FARMACIE



Contatta i consulenti Linfa per una presentazione gratuita!

Dott.ssa Gabriella Mandara

Tel. +39 331 6820424
linfaplus@gmail.com
www.farmacielinfa.it

Dott.ssa Lucia Quarta

Tel. +39 335 1541584
lquarta.sofarmamorra@gmail.com

In occasione della scorsa edizione di Cosmofarma, **Cef** ha presentato in anteprima il suo progetto phygital. **Farmacia.it** è la piattaforma virtuale di digital health, che si sostanzia in un grande portale di informazione, educazione alla salute, servizi e di e-commerce, messo a disposizione delle farmacie aderenti alla prima Cooperativa d'Italia. Ce ne parla il Dott. Gianluca Strata, Direttore Commerciale della Cooperativa, che nata negli anni trenta nel retro di una farmacia bresciana, oggi è divenuta un player di primissimo piano nel panorama della distribuzione farmaceutica italiana.



> Gianluca Strata
Direttore Commerciale
Cooperativa CEF

Come nasce il progetto Farmacia.it?
Il progetto di Farmacia.it nasce dall'esigenza di portare il mondo della farmacia sul web, tenendo in considerazione l'esperienza, la storicità e la fiducia che tutti i clienti ripongono nei confronti degli esercizi con la croce verde. Visto che le farmacie sono un punto di riferimento nel mondo "mortar", siamo convinti che lo diventeranno anche in quello "click e digitale".
La forza di farmacia.it, risiede nella collaborazione con PagineMediche, un ottimo portale italiano dedicato alla medicina in generale. Al suo interno si possono trovare notizie, informazioni, rubriche, domande e risposte, links a siti medici e molto altro. Ovviamente il sito farmacia.it sarà mobile friendly, quindi l'utente avrà l'opportunità di avere la sua farmacia di fiducia sempre a "portata di mano", 24 ore su 24, 365 giorni all'anno. Il target a cui ci rivolgiamo è rappresentato da tutti quei clienti delle nostre farmacie che hanno una maggiore dimestichezza con il web, come i millennials ad esempio, cioè quella generazione di nativi



digitali che prioritariamente ricercano informazioni e acquistano prodotti online. Recenti ricerche ci confermano che l'età media degli internauti più incalliti continua ad alzarsi toccando le fasce dai 15 fino ai 65 anni di età. Oggi si stima che il 90% della popolazione abbia almeno un telefonino, infatti sono 45 milioni gli smartphone in circolazione e oltre 15 milioni gli italiani che fanno acquisti sul web, sia per una questione di risparmio rispetto ai negozi tradizionali, sia per la comodità. Sono proprio loro il nostro target ideale.

I cardini su cui si basa farmacia.it sono:

● **LA CORRETTA GESTIONE DELLA TERAPIA,**

che rappresenta un problema per la maggior parte delle persone che soffrono di una patologia cronica, creando disagi, riducendo l'efficacia della terapia e aumentando costi sociali quando la compliance è ridotta.

● **L'APPROPRIATEZZA, L'ADERENZA, LA CONVENIENZA ED IL COSTO:**

tutti aspetti sui cui le attuali tecnologie digitali hanno dimostrato un impatto radicalmente migliorativo e positivo.

La mission di farmacia.it è quella di migliorare l'esperienza terapeutica complessiva assicurando l'EFFICACIA DELLE TERAPIE. Puntiamo a diventare il PARTNER ideale DEL CONSUMATORE DI SALUTE nella gestione ottimale dell'intera terapia durante tutte le sue fasi.

Ci racconti il percorso che ha portato la Cef a sposare il concetto di Phygital. Come immaginate la farmacia in un mondo digitalizzato e in che modo la vostra Cooperativa può aiutarla in questo passaggio epocale?

Il grande interesse e l'attenzione da parte di tutti gli operatori della filiera sul mercato web ci ha spinto a sposare il concetto di PHYGITAL. Sono già nati numerosi siti web di farmacie che, in maniera autonoma, tentano quest'avventura aprendo uno shop online. Questo, da un lato dimostra la grande apertura delle farmacie al mondo digitale ma rappresenta anche un enorme dispersione di investimenti e nessuna creazione di valore, sia per le farmacie, sia per il consumatore. Il rapporto CENSIS del 2015 ci dice che 4 italiani su 10 si rivolgono ad internet per ricevere consigli e informazioni sulla loro salute. Purtroppo, spesso lo fanno a motori di ricerca qualsiasi. Allora perché non rivolgersi a siti ufficiali di salute e comprare prodotti da farmacie certificate? L'esperienza di logistica di Cef ci permette di gestire al meglio la vendita e l'eventuale reso del prodotto, mentre le farmacie associate trasferiscono la loro esperienza di centro di informazione e prevenzione maturata in tanti anni di rapporto con i cittadini.

Possiamo dire che nel progetto web sia rintracciabile la volontà di fare catena? Qual è l'approccio Cef ai nuovi e tanto dibattuti concetti di rete e di retail?

Da una parte, l'esigenza di comprare meglio per vendere a prezzi più concorrenziali al cliente ha portato i farmacisti ad associarsi insieme, l'uno con l'altro in Cooperativa. I farmacisti cooperando tra di loro chiedono il supporto ad altri professionisti della salute diventando una catena, una RETE "sociale" e "reale" per il pubblico. Dall'altra parte, l'aspetto virtuale del web, facilita il dialogo con il pubblico, migliorando l'interazione. Una piattaforma digitale come farmacia.it è valido strumento di condivisione con il paziente, che rivolgendosi ad internet riceve delle risposte sicure e reali, su prodotti e servizi, 24 ore su 24. Parliamo quindi di un concetto di network reale e virtuale a 360 gradi.

Quando potremo navigare il portale nel pieno delle sue funzioni?

Molto presto saremo operativi!