



Crema Corpo

Rimodellante, Rassodante

*Rimodella e
Rassoda
la silhouette*

*Aiuta a contrastare
in modo naturale
gli inestetismi comuni
della cellulite*

*0% parabeni,
coloranti,
paraffine,
siliconi,
oli minerali, ogni*



Crema Mani

Idratante, Protettiva

*Pelli Seche, Arrossate,
Scropolate*



ARCHILAB COSMETIC LABORATORY
Via Nazionale 11, Reggio Calabria
ITALY

www.archilabcosmetic.com

info@archilabcosmetic.com | sales@archilabcosmetic.com

ARCHILAB: L'IMPORTANZA DEL MARCHIO PROPRIO



CHI SIAMO?

I tempi sono cambiati e anche le esigenze in farmacia.

Il farmacista semplicemente “dottore” così come inteso fino a qualche anno fa, non ha più futuro: è necessario che si evolva per offrire un nuovo valore aggiunto.

Proprio per questo Archilab - azienda che nasce da una famiglia di farmacisti ed opera nel settore fin dal 1911 mettendo insieme la lunga esperienza con l'esigenza di un mercato in evoluzione continua - si schiera a fianco delle farmacie aiutandole a creare un proprio marchio, a supporto della loro strategia e della loro clientela.

IN COSA CI DIFFERENZIAMO DAGLI ALTRI?

Lo spiega bene Costanza Chiofalo, responsabile vendite di Archilab: **“In effetti, già in tanti ci avevano provato e ci erano riusciti, anche con ottimi risultati. Noi però non volevamo essere un ulteriore marchio tra tanti, per cui ci siamo chiesti:**

<< Come possiamo davvero essere unici?>>,

<< Come possiamo far sì che i nostri prodotti risultino unici anche per nostri clienti ?>>.

Piuttosto che proporre una linea con infinite referenze, abbiamo scelto di creare dei prodotti di base, frutto di una attenta selezione, composti da materie prime di alta qualità, basate su una ricerca scientifica incessante e sottoposte ad accurati controlli e, successivamente, “personalizzarli”, cioè renderli tali da soddisfare qualsiasi progetto del cliente, sia per quanto riguarda la formulazione e il packaging, .

Non abbiamo quindi pensato all'ennesima linea cosmetica, dove l'unica differenza la si ottiene applicando un'etichetta con un nome differente, abbiamo pensato proprio alla personalizzazione di tutti gli elementi che rendono unico il prodotto, dal logo al packaging e, soprattutto, alla formulazione, mantenendo una grande flessibilità nei lotti e nei formati”.

PERCHÉ SCEGLIERCI?

La disponibilità del cliente ad accettare una proposta da parte della farmacia è nettamente superiore rispetto a qualche anno fa, sia perché i clienti sono molto più informati, sia per una questione economica. Quindi, con la collaborazione tra Archilab e la farmacia, possiamo realizzare prodotti unici, che racchiudano in sé qualità e sicurezza e che soddisfino pienamente la clientela, creando nuove opportunità di consiglio e di fidelizzazione del cliente.

Creare un prodotto nuovo, scelto in base alla propria clientela, permette di determinare un prezzo di vendita adatto al pubblico e di poter, successivamente, applicare forme di promozione commerciale che non andranno a ridurre la redditività della farmacia.

I NOSTRI PUNTI DI FORZA

- Conoscenza del settore;
- Consulenza diretta da parte della formulatrice;
- Materie prime naturali e di qualità (no paraffina, parabeni, coloranti e le profumazioni sono prive di allergeni);
- Utilizzo di materie prime tutte Made in Italy
- Piccoli impianti e flessibilità nelle quantità delle referenze;
- Offriamo formulazioni personalizzate, anche biologiche;
- Supporto tecnico, commerciale, marketing e progettazione grafica;
- Elevato margine di guadagno.

COSA VI CHIEDIAMO?

Solo di immaginare la vostra nuova linea cosmetica: alla realizzazione ci pensiamo noi!

AUTOMAZIONE IN FARMACIA

di **Luca Melchionna**,
architetto, consulente Utifar

CON QUESTA NUOVA RUBRICA VOGLIAMO
APPROFONDIRE DI VOLTA IN VOLTA
ARGOMENTI DEI QUALI VIENE SPESSO
RICHIESTA UNA CONSULENZA SPECIFICA
AI NOSTRI ESPERTI:
IN QUESTO NUMERO PARLIAMO DI
AUTOMAZIONE E VANTAGGI FISCALI

Negli ultimi mesi, abbiamo ricevuto molte richieste di consulenza in merito all'automazione della farmacia. Molti soci Utifar ci interpellano circa l'opportunità di "inserire il robot nella farmacia". Chiaramente, non esiste una risposta univoca. Tuttavia, possiamo affermare che la risposta non può prescindere dalla domanda: "Cosa ci si aspetta?" Inoltre, il beneficio fiscale non deve essere l'unica leva che mi fa scegliere per il sì o per il no: sarebbe come fare un figlio per poter usufruire del bonus bebè. Occorre, invece, analizzare un insieme di aspetti, specifici per ogni singola situazione. Un'azienda, per esempio, potrebbe avere bisogno dell'automazione e ne potrebbe trarre grandi vantaggi anche senza beneficio fiscale. Al contrario, un'altra farmacia potrebbe non avere bisogno del robot, anzi ne avrebbe un nocumento che la danneggerebbe più di quanto il beneficio fiscale la potrebbe avvantaggiare.

Altro aspetto riguarda l'atteggiamento mentale: che sia per moda (lo hanno tutti e quindi anche io) o per snobismo (tutti con questo robot, io ho sempre lavorato senza), non è questo il modo migliore per affrontare la questione.

Credo sia utile ribadire alcuni elementi che, a volte, vengono dati per scontati:

- la farmacia, ora più che mai, è una azienda e sempre di più si connoterà come tale. Con tutto quello che essere azienda significa, inclusa la politica di investimenti;
- gli investimenti (in servizi, beni strumentali, in personale, merci ecc.) hanno un costo (economico, di energie, di tempo, di spazi, psicologico ecc.);
- di contro conferiscono all'azienda benefici che dovrebbero essere maggiori dei costi ed avere una durata più lunga possibile.

Nell'analisi costi/benefici (tra i quali Super ed Iper Ammortamento, di cui di seguito trovate un chiaro ed esaustivo schema redatto dall'avvocato Paolo Leopardi), devono essere valutati altri elementi oltre quelli finanziari.

Come esempio ipotizziamo alcune situazioni frequenti:

Perché' alla mia farmacia serve un magazzino automatico?

Potrei trovarmi in una farmacia che vede un dispendio eccessivo di energie e risorse per il carico della merce. Ogni giorno, tutti i giorni. Ovvero dispongo di un piano seminterrato che non uso ed allo stesso tempo ho poco spazio in area vendita.

In cosa può' migliorare il mio lavoro e quindi le prestazioni generali della mia azienda?

A volte le cassettiere sono distanti molti metri dal banco; inoltre, quando ho il tempo di fare una valutazione, mi accorgo che gestisco male le scadenze.

In altri casi l'automazione può veicolare il farmaco in postazioni oramai "morte"; in altri ancora libera dalle cassettiere la parete alle spalle del banco.

O tutti questi motivi ed altri insieme.

Dunque, volendo stilare una lista dei potenziali elementi di guadagno:

Tempo. Risorsa preziosa e non riproducibile, il cui valore dipende dall'uso che se ne fa.

I miei collaboratori sono pronti a saper gestire in modo proficuo il tempo in più? Sono conscio del fatto che il break per andare alle cassettiere costituisce un prezioso allentamento della tensione? Come penso di gestire questo aspetto, ammesso che lo ritenga importante?

Spazio. Posizionare il volume dell'automazione risulta, in alcuni casi, una scelta tanto obbliga-

ta quanto semplice; in molti altri richiede uno sguardo professionale e complessivo a tutte le superfici, da non delegare assolutamente al fornitore. Da questo studio si possono ricavare vantaggi importanti in chiave commerciale e logistica. E si possono evitare danni maggiori dei vantaggi.

Capacità commerciale. Personalmente, ritengo di grande valore la possibilità di far arrivare il farmaco in (quasi) tutte le aree della farmacia; questo aspetto, unito alla consapevolezza di dover presidiare l'intera area vendita, aumenta il potenziale di vendita di ogni singolo metro quadro.

Gestione del magazzino. Il robot è una macchina, pensata per razionalizzare. Fornisce dati aggiornati in tempo reale su tutto quanto ci può essere di ausilio. Ricordiamoci che una macchina, per ora, non pensa ma risponde a domande. Niente domande, niente risposte.

Tutte le marche di automazione fanno la stessa cosa, ma ognuna in modo diverso, con le proprie peculiarità e i propri punti di forza e di debolezza. E relativi costi, di fornitura, installazione, assistenza.

Anche tutte le automobili hanno quattro ruote, uno sterzo e servono per portarci da qui a lì. È chiaro che nella valutazione complessiva è consigliabile raccogliere informazioni serie (non gossip) sui vari produttori di automazione; al netto delle implicazioni psicologiche ed empatiche che ci fanno prediligere un fornitore ad un altro, può essere di aiuto studiare una automazione per quello che può dare oltre la soluzione al nostro singolo problema; provare ad avere uno sguardo oltre il "ci sta a millimetro".

Quello che anche dobbiamo tenere ben presente è che la tecnologia è in continua evoluzione; anche le macchine invecchiano; le macchine possono fermarsi; le macchine non ci diminui-

scono il carico di lavoro ma lo semplificano e lo velocizzano permettendoci di lavorare meglio e di più.

Per chiudere con una nota leggera, ricordo una scena di un film di Zalone: sfreccia in Porsche verso il distributore; alza il cofano e, perentorio, ordina 7 euro di gpl.

