



E-commerce: annullare le distanze

Nel 2017 la Farmacia non può addossare le colpe dei propri insuccessi esclusivamente a crisi economiche o legislazioni scorrette.

di **Ilaria Prosperi**, farmacista

Intervista a MigliorShop

C'è un enorme margine di miglioramento nella nostra professione: innovazione, formazione ed etica devono essere le strade che conducono noi, farmacisti, verso i pazienti e viceversa. Una delle più grandi novità in ambito informatico è l'e-Commerce Farmaceutico: punto di svolta non solo per la comodità del servizio offerto al paziente, ma anche per la Farmacia che in tal modo annulla le distanze geografiche ed economiche con i pazienti-clienti e anche migliorare il proprio fatturato. Tali, molto probabilmente, sono state tra le tante riflessioni che hanno spinto Sfera Design, azienda milanese leader del settore nel offrire soluzioni chiavi in mano per la gestione del commercio elettronico, all'ideazione del sistema MigliorShop: piattaforma e-commerce per Farmacie e Parafarmacie. Nuovo Collegamento con diverse interviste nei numeri precedenti, ha seguito la nascita e crescita di questa recente realtà farmaceutica e per approfondirne l'attuale panorama abbiamo chiesto a Roberto Salvo, fondatore ed amministratore di Sfera Design, di farci da guida.

MigliorShop: qual è la storia della vostra realtà? Un servizio nato da una domanda o un servizio che ha creato la domanda?
Entrambe le cose. Quando ci siamo avvicinati al mondo della farmacia e-commerce esistevano pochissime farmacie on line, ma nessuna operava in modo professionale. Si trattava di tentativi embrionali, anche perché non esisteva una banca dati specifica per Internet e tutti i servizi che avremmo offerto in seguito. Ma la maturazione del mercato sarebbe avvenuta comunque, abbiamo solo anticipato un po' i tempi.

Alcuni noti eCommerce (come Amazon e molti altri) potrebbero far apparire questo investimento come un successo assicurato. Avete avuto subito un buon riscontro economico o c'è stata un'iniziale fase di difficoltà?

Abbiamo capito subito che una delle chiavi per il successo era realizzare una banca dati del parafarmaco (il farmaco non era vendibile fino a poco più di un anno fa) con titoli, testi ed immagini studiati ad hoc. Per questo abbiamo realizzato un accordo di esclusiva con Farmabank, la banca dati realizzata da un team di farmacisti che ad oggi conta circa 25.000 prodotti ricca di immagini e di schede tecniche in italiano e in inglese. Ci sono voluti anni, poi l'affermazione come leader de settore che è legata anche a tanta passione e professionalità. Gli attori protagonisti sono però i farmacisti che per primi hanno deciso di investire in questi anni affrontando gli inevitabili problemi iniziali.

Oggi è tutto più semplice, l'e-commerce è una realtà senza la quale la farmacia non può sperare di prosperare a lungo.

Tra le farmacie che ad oggi si sono affidate ai vostri servizi si nota un particolare interesse nel Nord Italia o c'è una richiesta uniformemente distribuita sulla Nazione?

Attualmente le farmacie nostre clienti ricoprono tutto il territorio nazionale. Questo è un fenomeno trasversale. Chiunque, grande farmacia da metropoli o piccola farmacia di provincia può conquistare il pubblico nazionale. Si tratta di una grande opportunità mai vista prima.

Un limite nel fare "questo passo" può essere la paura da parte dei farmacisti di non avere personale competente nella gestione della vendita online?

Sfera Design, attraverso la soluzione e-commerce MigliorShop dedicata esclusivamente alla farmacia, fornisce tutto ciò che occorre per diventare rapidamente un'azienda web oriented. Il farmacista che intende avviare un'attività e-commerce potrà contare su un sito e-commerce all'avanguardia e su misura, un backoffice potentissimo, banche dati di prodotti e articoli divulgativi appositamente realizzate e gestite da farmacisti iscritti all'Albo professionale, una completa assistenza per la scelta dei prodotti, le strategie di prezzo, il marketing per raggiungere rapidamente il successo, le campagne pubblicitarie, l'immagine grafica, le promozioni, i pagamenti, la contrattualistica, l'organizzazione logistica, la scelta e la formazione del personale. Il farmacista è seguito passo dopo passo dall'account manager dedicato, un consulente sempre al suo fianco.

Quanto impatta sulle normali attività della farmacia (ad esempio nella gestione del magazzino)?

Inizialmente occorre una porzione del tempo di un magazziniere, poi gradualmente il lavoro aumenterà e sarà naturale aggiungere del personale dedicato. Si tratta di un nuovo ramo di azienda per la farmacia che, quasi sempre in un tempo relativamente breve, supera il giro d'affari della farmacia, di conseguenza è naturale creare una adeguata organizzazione. Sfera Design si occupa di seguire la farmacia in questa trasformazione. E' la differenza tra noi e la normale web agency.

Quanto e come è cambiato nel tempo l'approccio dei clienti all'e-commerce? C'è ancora molta diffidenza?

Uno degli sviluppi più visibili è legato all'uso di cellulari ed altri dispositivi mobili ormai d'uso comune per completare gli acquisti. Mediamente il 30-35% degli ordini proviene dal sito dedicato a questi dispositivi. I clienti acquistano anche i farmaci senza più diffidenza, anche grazie ai nuovi siti con certificato sicuro che consentono maggiore sicurezza delle transazioni e informazioni criptate.

Come tutti sappiamo, gli utenti che acquistano online in Italia aumentano sempre di più, al punto che quasi tutti acquistano su Internet, preferendo ricevere comodamente a casa il prodotto ad un prezzo conveniente.

È molto importante osservare che il pubblico di Internet è diverso da quello che frequenta le farmacie fisiche e che spesso non ci ha mai messo piede

L'e-commerce ha costituito un ulteriore tassello nella fidelizzazione dei clienti alla farmacia, ma sicuramente fa venir meno il contatto e il consiglio altrettanto fondamentali per chi si reca in farmacia. Avete pensato di supplire in qualche modo a questa mancanza o la tipologia di clienti che si affaccia all'e-commerce è talmente diversa da quella che si reca in farmacia da non renderlo necessario?

In oltre 10 anni di attività abbiamo realizzato molte soluzioni per non far mancare il consiglio al quale gli utenti erano abituati: ad esempio articoli redazionali, possibilità di chiedere un consiglio via email al farmacista, moduli di consulenza online. Ma è molto importante osservare che il pubblico di Internet è diverso da quello che frequenta le farmacie fisiche. Si tratta di un pubblico mediamente più giovane (il 62% ha tra i 25 e i 44 anni), più colto, abituato a cercare consiglio dai numerosi consulenti on line (tra i quali le farmacie). Si tratta di un pubblico che spesso non ha mai messo piede in farmacia. Anche in questo senso con l'e-commerce si acquisiscono nuovi clienti rispetto alla farmacia tradizionale.

Cosa direste ad un Farmacista ancora scettico sul ruolo dell'e-commerce?

Che quello che fino a poco tempo fa era considerato come il futuro, oggi è diventato il presente imprescindibile per una farmacia che vuole avere un futuro.



BANCA DATI

22.000 schede prodotto di 1.200 marche, l'unica banca dati del parafarmaco creata da farmacisti per il Web e oggi anche 2.400 OTC e SOP.

DESIGN

Creeremo per te un nuovo nome commerciale, un logo e progetteremo un sito di grande impatto, rispettando i tuoi gusti e le tue richieste.

WEB

Pochi passi e sei già in Internet. Ora Migliorshop darà il meglio di sé grazie alle funzionalità di indicizzazione e di utilizzo dei social network.

BACKOFFICE

Non ti resta che gestire le vendite da una piattaforma potente e di semplice uso, accessibile da ogni luogo e con ogni dispositivo.

Migliorshop e-commerce farmacia

L'unico e-commerce ideato per la farmacia

Comincia bene, avvia la tua nuova attività con **Migliorshop**, la piattaforma e-commerce di maggior successo. Potrai beneficiare della nostra banca dati completa di schede prodotti e articoli divulgativi, di un grande design, dei migliori professionisti italiani del settore e di un prezzo tutto incluso.

1.000 Euro di sconto se chiami ora

Contattaci adesso, ti offriremo una consulenza gratuita e senza impegno. Se deciderai di acquistare ti offriremo 1.000 € di sconto sull'acquisto di Migliorshop Gold o Platinum, le nostre soluzioni professionali. Per ottenere lo sconto dovrai solo citare questa rivista e il mese di pubblicazione.

1.000.000 di ordini in 10 anni di attività

Con **Migliorshop** i nostri clienti hanno raccolto oltre 1.000.000 di ordini diventando i protagonisti del web. Questo è il momento migliore per iniziare, l'economia è in ripresa, l'e-commerce cresce come mai prima e le richieste sono superiori all'offerta. Non perdere questa opportunità.

Migliorshop by Sfera Design
Tel. 02 45.076.435
www.migliorshop.it

Migliorshop[®]
Il futuro della tua farmacia

Intervista alle farmacie:

FARMASTAR.IT

Il suo nome e cognome e la sua posizione in azienda.

Gabriella Guglielmo legale rappresentante Farmastar.it.

Da quanto tempo ha iniziato la sua attività e-commerce con Migliorshop?

Abbiamo iniziato nel Giugno del 2015.

Come ha influenzato le vendite in farmacia il sito e-commerce?

Il sito e-commerce ha sicuramente migliorato il margine di ricarico su molte referenze presenti in farmacia ne ha aumentato le vendite.

Quanti nuovi canali di vendita ha avviato nell'ultimo anno: farmaci, sito per dispositivi mobili, social, motori di comparazione, altro?

Nell'ultimo anno abbiamo aggiunto nuovi diversi canali di vendita: farmaci, sito mobile, social, motori di comparazione e marketplace. Mediamente il 26% degli ordini proviene da dispositivi mobili.

Quanto è stata determinante la web agency nel guidarvi verso i nuovi canali di vendita?

L'agenzia è stata determinante per l'avvio di un e-commerce funzionale e mirato.

FARMAFAMILY.IT

Il suo nome e cognome e la sua posizione in azienda.

Giuseppe Savoca Carleo - Direttore responsabile.

Da quanto tempo ha iniziato la sua attività e-commerce con Migliorshop?

Da oltre due anni.

Come ha influenzato le vendite in farmacia il sito e-commerce?

Ci ha permesso di ampliare l'offerta e le linee dei prodotti per la nostra clientela.

Quanti nuovi canali di vendita ha avviato nell'ultimo anno: farmaci, sito per dispositivi mobili, social, motori di comparazione, altro?

Abbiamo attivato la vendita dei farmaci SOP/OTC, il sito per dispositivi mobili, alcuni nuovi motori di comparazione prezzi e la gestione dei principali social.

Quanto è stata determinante la web agency nel guidarvi verso i nuovi canali di vendita?

Riceviamo sempre attenzione, suggerimenti e consigli su nostre problematiche o possibili idee per migliorare il nostro sito e-commerce.

OPENFARMA.IT

Il suo nome e cognome e la sua posizione in azienda.

Dott. Maurizio Micillo co-titolare e general manager di Openfarma.it.

Da quanto tempo ha iniziato la sua attività e-commerce con Migliorshop?

La nostra attività è iniziata a fine settembre 2016.



Come ha influenzato le vendite in farmacia il sito e-commerce?

Positivamente, avendo permesso soprattutto di migliorare le condizioni d'acquisto.

Quanti nuovi canali di vendita ha avviato nell'ultimo anno: farmaci, sito per dispositivi mobili, social, motori di comparazione, altro?

Abbiamo attivato la vendita di Sop e Otc, sito mobile, gestione social e anche motori di comparazioni prezzi.

Quanto è stata determinante la web agency nel guidarvi verso i nuovi canali di vendita?

Sono sempre stati presenti in ogni passo della crescita del sito, dimostrando sempre preparazione ed alta professionalità.

FARMAZONE.IT

Il suo nome e cognome e la sua posizione in azienda.

Alessandra Longo e Germana Paternò Amministratori.

Da quanto tempo ha iniziato la sua attività e-commerce con Migliorshop?

Marzo 2012.

Come ha influenzato le vendite in farmacia il sito e-commerce?

Abbiamo accolto l'idea dell'e-commerce come una opportunità, è stata una scelta positiva in termini di crescita professionale, aumentando le nostre competenze, ci ha insegnato a gestire le campagne di acquisto ed ha allargato i nostri orizzonti. In 5 anni abbiamo imparato a pensare in grande e la nostra famiglia, come ci piace chiamarla, ha accolto nuovi collaboratori, sia per l'attività sul territorio che per l'e-commerce.



Quanti nuovi canali di vendita ha avviato nell'ultimo anno: farmaci, sito per dispositivi mobili, social, motori di comparazione, altro?

Nell'ultimo anno abbiamo investito nel punto vendita sul territorio con un restyling ed ampliamento della sede, e soprattutto del magazzino, introdotto il sito mobile, avviato un restyling del sito desktop, introdotto l'area farmaci e allargato i nostri orizzonti all'e-commerce internazionale, siamo felici di aver valicato i confini nazionali.

Quanto è stata determinante la web agency nel guidarvi verso i nuovi canali di vendita?

Abbiamo con Sfera Design e i suoi professionisti Migliorshop contatti giornalieri, rispondono alle nostre esigenze in maniera rapida ed efficace. Ci hanno aperto nuovi orizzonti e ci accompagnano nelle nostre scelte.

SEMPREFARMACIA.IT

Il suo nome e cognome e la sua posizione in azienda.

Nicola Pellegrino, General Manager del gruppo Sant'Anna Farmacie di cui fa parte l'e-commerce Semprefarmacia.

Da quanto tempo ha iniziato la sua attività

e-commerce con Migliorshop?

Semprefarmacia nasce con Migliorshop tre anni fa, nel Marzo 2014.

Come ha influenzato le vendite in farmacia il sito e-commerce?

Semprefarmacia.it non ha influenzato le vendite del nostro punto vendita fisico. Abbiamo ritenuto opportuno, fin dall'inizio,

separare le due attività e gestirle con due staff dedicati. Credo sia stata anche questa la chiave del nostro successo.

Quanti nuovi canali di vendita ha avviato nell'ultimo anno: farmaci, sito per dispositivi mobili, social, motori di comparazione, altro?

La novità più importante, nell'ultimo anno, è stata sicuramente la possibilità di acquistare anche online SOP e OTC. Abbiamo consolidato la nostra presenza su Facebook con azioni di remarketing e su canali quali Google Shopping o Google Adwords e introdotto la web app per assicurare, anche da mobile, la massima usabilità ai nostri utenti.

Per maggiori informazioni su Migliorshop: <https://www.migliorshop.it/>



Sul seguente sito del Ministero della Salute troviamo l'elenco delle farmacie ed esercizi commerciali di cui al decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, autorizzati alla vendita online di medicinali senza obbligo di prescrizione ex articolo 112-quater del decreto legislativo 219/2006.

<http://www.salute.gov.it/LogoCommercioElettronico/CercaSitoE-Comm.-->



VII CONGRESSO NAZIONALE

19-20 maggio 2017 - HOTEL SAVOIA REGENCY

MAIN TOPICS

- > Biochimica e farmacologia dei nutraceutici
- > Nutraceutica per la prevenzione cardiovascolare
- > Nutraceutici modulanti insulino-resistenza e diabete
- > Nutraceutica a supporto di regimi dietetici specifici
- > Nutraceutica e protezione delle funzioni superiori
- > Nutraceutica e neuroprotezione periferica
- > Nutraceutica, infiammazione e dolore
- > Nutraceutica e salute gastrointestinale

ABSTRACT

La Commissione SINUT esaminerà i contributi ricevuti e valuterà la rilevanza clinico-scientifica dei lavori. I contributi potranno essere inviati attraverso il sito www.sinut.it entro e non oltre il **7 aprile 2017**. Gli Autori riceveranno comunicazione scritta da parte della Segreteria Organizzativa, sullo stato di accettazione dei lavori, entro il **21 aprile 2017**. I contributi scelti come Comunicazioni Orali avranno uno spazio all'interno del programma scientifico.

COORDINAMENTO SCIENTIFICO

Arrigo F.G. Cicero
Dipartimento di Scienze Mediche e Chirurgiche
Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

SEGRETARIA ORGANIZZATIVA

WE DRIVE YOUR EDUCATION
PLANNING
Planning Congressi Srl
Via Guelfa, 9 - 40138 Bologna
Tel. 051 300100 - Fax 051 309477
m.mura@planning.it
www.planning.it