

TUTTI PAZZI PER L'... APP!



di **Alessandro Fornaro**, giornalista e farmacista

Alcuni siti propongono a negozi, ristoranti e qualsiasi altra sorta di attività commerciale la creazione di una propria applicazione personalizzata. In soli sette giorni, e a fronte di una modica cifra, si potrà così ottenere uno strumento attraverso il quale i clienti potranno essere aggiornati circa iniziative, offerte, eventi speciali e quant'altro si possa loro offrire. Su Facebook, mi sono da poco imbattuto in un post che proponeva la creazione di una App personalizzata in sole tre mosse. Non ho mai creduto nelle vie facili per ottenere le cose. Così come diffido da chi mi propone di imparare a ballare il tango in sole 5 lezioni, allo stesso modo mi tengo lontano da proposte di questo tenore.

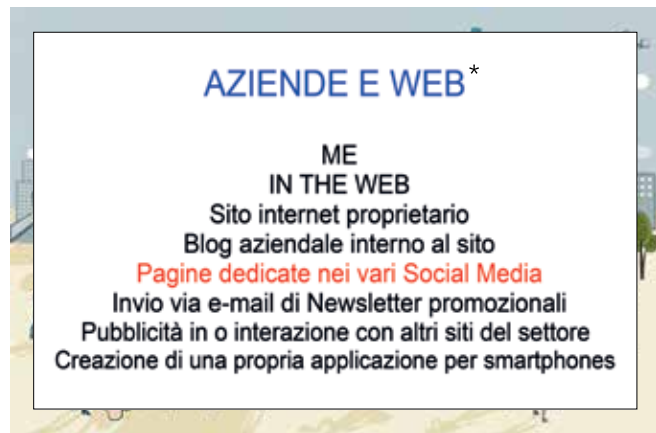
Tuttavia, viviamo in un mondo di App e gli store di Apple, Samsung o Nokia che offrono ai propri utenti applicazioni di ogni tipo sono ormai il sale della moderna tecnologia. Se si parla con un ragazzo di 16 anni, e gli si chiede qual è il suo sogno a breve termine, con molte probabilità egli risponderà: "Creare una App". I suoi occhi si illumineranno e, dopo avere preso tutto il fiato possibile, continuerà dicendovi: "Ho già in mente un paio di idee, con i miei amici stiamo studiando qualcosa di davvero innovativo, qualcosa alla quale nessuno ha ancora pensato. Prima sviluppiamo bene l'idea, poi creiamo l'applicazione e poi il gioco è fatto: la si offre agli store online che vanno alla maggiore. Noi pensiamo di venderla per 0,89 centesimi ... e diventiamo ricchi".

Sono i grandi numeri che, tramite la rete, fanno la fortuna di chi si avventura in questi settori. Ci sono applicazioni per ogni tipo di interesse personale, dai navigatori satellitari ai traduttori istantanei, ai sistemi per prenotare il campo da calcetto nel circolo della propria città. Inutile addentrarci troppo in questo mondo. Vorrei però proporre un modo forse nuovo a molti di vedere le App. Non tanto con gli occhi del ragazzino intraprendente che aspetta l'illuminazione per diventare ricco; e nemmeno con lo sguardo dell'utente fruitore di servizi sotto forma di applicazioni.

Il terzo modo è quello proposto in apertura: avete mai pensato ad una applicazione della vostra farmacia, creata con l'unico intento di offrire ai vostri clienti una comunicazione incisiva e puntuale? Le applicazioni sono, oggi, l'ultima frontiera della tecnologia. Preparando il corso sull'utilizzo della

pagina Facebook della farmacia, mi sono divertito a giocare con le lettere creando una sorta di piramide dei bisogni web dell'azienda moderna. In fondo alla piramide, c'è proprio l'applicazione personalizzata. Ci si do-

vrebbe arrivare come ultimo step, dopo avere creato un proprio sito aziendale, un blog per raccontare al pubblico le proprie iniziative, una pagina Facebook e un profilo Twitter. Ci si dovrebbe arrivare dopo avere percorso gli infiniti potenziali offerti dalle newsletter, per generare le quali occorre avere perfezionato la raccolta degli indirizzi email dei clienti, con tanto di normativa sulla privacy da rispettare, ovviamente. Ma siamo proprio sicuri sia così? Oppure la piramide va invertita, capovolta, rovesciata? E' davvero necessario seguire gli step logici di una presenza nel web che segua l'evoluzione temporale del web stesso? Oppure è meglio cavalcare ora, da subito e senza bisogno di altro, i cavalli che corrono di più, come applicazioni e social network, lasciando da parte la creazione di un



*Slide tratta dal corso Utifar:

La pagina Facebook della Farmacia



PROFESSIONE FARMACIA

tutti pazzi per l'App

Un ottimo risultato comunicativo può essere ottenuto attraverso una applicazione ben studiata e facile da gestire



proprio sito aziendale o di una banca dati per le newsletter? Del resto, attraverso una pagina Facebook si può comunicare tutto il necessario, in tempo reale e senza bisogno di un supporto tecnico di tipo informatico. E in maniera ancora più semplice e immediata, senza bisogno di competenze particolari nella scrittura e nella conoscenza delle regole inerenti i social network, un ottimo risultato comunicativo può essere ottenuto attraverso una applicazione ben studiata e facile da gestire. In sostanza, sarebbe davvero un'eresia se una farmacia si affacciasse al web, alla tecnologia, al terzo millennio partendo con una App? Io credo proprio di no. Anzi, ne sono quasi convinto. Visitando uno tra i siti che offrono in 7 giorni la creazione di una applicazione personalizzata, ho notato

come con poche parole essi abbiano saputo riassumere l'essenza dei bisogni comunicativi di un esercizio commerciale: promuovi la tua impresa, trova nuovi clienti, falli tornare. Ciò che l'azienda in questione promette di fare è creare un'ap-

plicazione di alta qualità, compatibile con iPhone, iPad o Android e personalizzata con colori e immagini del locale. Tramite l'applicazione, si potranno creare listini, menu e

offerte speciali. Inoltre, si potranno inviare messaggi. Gli utenti potranno ordinare o prenotare tramite l'App, mentre il negozio potrà gestire il tutto dal proprio computer, in tempo reale. Nel box in centro alla pagina, riportiamo alcuni passi tratti dal sito di un'azienda che propone applicazioni ai negozi. Chiaramente, l'esempio riportato è generico e ha la sola funzione di fare comprendere le potenzialità di uno strumento semplice come l'applicazione. Adattandola alle esigenze di una farmacia, arricchendola di contenuti professionali ed etici, bilan-

Pubblicare menu e listini

Pubblica i tuoi prodotti, servizi e menu, in modo elegante, con o senza prezzi e organizzati in categorie

Inviare offerte e coupon

Invia offerte speciali e promozioni ai tuoi clienti più fedeli, tramite le notifiche push integrate. Torneranno nel tuo negozio!

Ricevere ordini e prenotazioni

I clienti possono ordinare beni e servizi direttamente dall'app ed effettuare ordini. Gli ordini arrivano sul pannello di controllo dedicato insieme ai dati del cliente e vengono notificati via email al responsabile, in tempo reale

Guidare i clienti a destinazione

La app include una mappa geolocalizzata con navigatore e indicazioni stradali, per guidare i clienti direttamente al negozio. Inoltre potranno chiamarti senza dover ricordare il numero di telefono (o averlo in rubrica), o inviarti un'email premendo un semplice tasto

ciando l'offerta commerciale con informazioni utili su benessere e prevenzione, una applicazione personalizzata potrebbe rappresentare per la farmacia uno strumento

Web e tecnologia offrono strumenti sempre più semplici ed efficaci per creare sinergie con il pubblico

importante, piuttosto facile da realizzare e facilissimo da gestire. Ma una volta che si sviluppa l'applicazione, come la si propone ai propri clienti? Questa domanda sembra banale, ma non lo è affatto. Così come è inutile investire tempo e risorse nella creazione di una pagina Facebook se poi non si ragiona in termini di visibilità e di incremento esponenziale dei propri Fan, allo stesso modo sarebbe stupido investire nella creazione di un'applicazione se poi non la si propone adeguatamente alla propria clientela. Ma su questo fronte, a mio avviso, non ci dovrebbero essere grandi problematiche: offrite un'applicazione gratuita per i tablet e gli smartphones dei vostri clienti e questi non esiteranno a scaricarla.

Quello proposto è solo un sasso buttato nel mare. Un'idea come altre per sollecitare i lettori a guardarsi attorno. Web e tecnologia offrono strumenti sempre più semplici ed efficaci per creare sinergie con il pubblico e con altri professionisti del settore. Servono le idee, la volontà di inventare e inventarsi, lo sguardo positivo sul futuro e la consapevolezza dei propri punti di forza. Intorno a noi le attività si reinventano per resistere e per crescere. La farmacia deve fare altrettanto, App o non App. Questo non è il problema.



SOCIAL NETWORK in FARMACIA

Un nuovo Corso Utifar per creare e gestire la pagina Facebook

PRIMO MODULO

- La farmacia nei social network: le peculiarità e le opportunità
- La differenza tra pagina, profilo personale e gruppi di discussione
- Come creare una nuova pagina: l'importanza di un buon inizio
- Costruire la propria identità social
- I Post e le Tabs: strumenti per ottimizzare l'interazione con la pagina
- Gli Insight: strumenti per la gestione della pagina
- Le Ads per promuovere i contenuti
- Il linguaggio adeguato per post efficaci: scrittura, foto e video
- La qualità dei contenuti
- I motori di ricerca interni a Facebook: gli hashtag e le ricerche
- La rilevanza dei post e delle pagine
- Analisi e commento di esperienze rilevanti

Docente del corso: Alessandro Fornaro, farmacista, giornalista, responsabile editoriale di Nuovo Collegamento

I PROSSIMI APPUNTAMENTI:

**giovedì 25 settembre
e in replica il 2 ottobre 2014**

**presso la sede Utifar a Milano,
Via Mauro Macchi 32
(fronte stazione Centrale)**

Il costo del corso è di 100 euro per i soci Utifar e 150 euro per i non soci

Info: utifar@utifar.it - tel. 02 70608367

CORSI
UTIFAR





BANCA DATI

Oltre **15.300** schede prodotto, espandibili a piacere, create e selezionate da farmacisti come te, appositamente per l'e-commerce.

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

Desideri iniziare a vendere subito?

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.

Hai già un e-commerce e sei insoddisfatto?

Prova Migliorshop e capirai che l'e-commerce funziona. L'iniziativa **Passa a Migliorshop** ti consente di ottenere forti sconti in funzione del tuo investimento e cominciare a vendere davvero. Non perdere la tua seconda opportunità. L'offerta è limitata nel tempo.

Cerchi un partner che investa con te?

Con **Migliorshop Pay per use** basta un piccolo acconto e noi prepareremo per te un sito bello ed efficiente, completo di catalogo e articoli divulgativi. Per soli 24 mesi pagherai ogni mese una piccola royalty sull'ordinato. Dal terzo anno sarà come se avessi acquistato una formula tradizionale.

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

Migliorshop[®]
Il futuro della tua farmacia

Hai un sito ecommerce che non rende?

L'e-commerce funziona, ma occorre scegliere il partner giusto

Riceviamo ogni giorno richieste di informazioni da parte di farmacisti rammaricati per aver acquistato un servizio e-commerce con un rendimento troppo basso, sia in termini di visibilità che di vendite. Spesso lamentando anche seri problemi di funzionalità che ne rendono la gestione particolarmente macchinosa.

Ciò dipende spesso da una scelta dettata dalla paura di investire che porta a rivolgere la propria attenzione verso soluzioni economiche e semplicistiche. Un altro motivo di scelta è altrettanto frequentemente legato alla realizzazione del sito presso la software house che ha sviluppato o si occupa della manutenzione del software gestionale della farmacia.

Entrambe queste vie non sono sempre le migliori perché avviare un sito e-commerce significa avviare una vera e propria attività, non basta tentare "investendo il minimo per poi vedere che succede".

E' necessario valutare i risultati che è possibile raggiungere e pianificare preventivamente l'investimento necessario, anche in base alle proprie possibilità economiche per evitare di creare problemi di liquidità alla farmacia o alla stessa attività che si sta avviando.

Immaginiamo per un momento di voler aprire un qualunque negozio in città. Ci verrebbe mai in mente di avviare il negozio in una zona malfamata o poco frequentata della città solo perché è l'affitto è meno caro? Ed affitteremo mai l'arredamento del nostro nuovo negozio al falegname che ha riparato una sedia della nostra abitazione, pur sapendo che non ha alcuna esperienza di tecniche espositive e di design?

Creare un sito e-commerce è tecnicamente piuttosto semplice, il discorso cambia radicalmente se si parla di creare un brand di successo, di ottenere

ottimi risultati di vendita e diventare popolari nell'intero territorio nazionale e nel mondo.

La creazione di un sito e-commerce di successo richiede approfondite conoscenze di marketing Internet, una struttura del sito di ottima qualità, una grafica professionale estremamente accattivante e, soprattutto, contenuti di qualità comprensibili dagli utenti.

Il segreto è nella banca dati

Nel momento della creazione di un sito Internet, la prima tentazione di chi lo crea, e dello stesso farmacista, è quella di utilizzare la banca dati presente nel gestionale Farmacia. È facile, si esportano i dati e il gioco è fatto: minimo investimento e tempo di realizzazione trascurabile. Questa è la soluzione più utilizzata dalle software house italiane che hanno deciso di non perdere il business dell'e-commerce farmacia, ma senza affrontare i necessari investimenti.

Occorre però chiedersi se una banca dati creata per il professionista sia ciò che il cliente si aspetta, se le informazioni in esso contenute possano essere considerate sufficienti per sciogliere

tutti i dubbi dell'acquirente.

I risultati vendita delle farmacie che hanno adottato questa soluzione ci portano a dare una risposta negativa a questo quesito: è necessario utilizzare una banca dati creata sulla base delle specifiche esigenze di Internet.

Sfera Design, azienda leader del settore e-commerce farmacia, dispone dell'unica banca dati italiana appositamente realizzata per l'e-commerce, curata da un team di farmacisti esperti in Internet marketing per la farmacia.

La banca dati, in continua evoluzione, offre oggi oltre **15.300 referenze di 808 marche diverse**. Ogni scheda prodotto include fino a 6 foto di grande qualità con informazioni molto dettagliate, l'84% delle quali è già tradotto in lingua inglese.

Passa a Migliorshop

Grazie alla formula "Passa a Migliorshop" è possibile ottenere, **solo per un periodo limitato**, un forte sconto per cominciare a vendere davvero.

Domande? Leggi qui le risposte ai quesiti più frequenti:

www.migliorshop.it/risposte

The screenshot shows the Farmacia EUROPE website interface. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', 'CATEGORIE', 'MARCHE', 'OFFERTE', 'INFORMAZIONI', and 'CONTATTI'. A search bar is on the right. The main banner features a smiling woman and the text 'Offerta del mese Risparmia il 35% SU TUTTI I PRODOTTI DUCRAY'. Below this, there are three promotional boxes: 'A-DERMA 35% DI SCONTO', 'OFFERTA SPECIALE -40% SULLA LINEA SERUM 7', and 'Trasporto Gratuito SENZA LIMITI DI IMPORTO'. A 'CATEGORIE' sidebar lists 'ALIMENTI SPECIALI', 'COSMESI', 'ELETTROMEDICALI', 'IGIENE', and 'INTEGRATORI'. Product cards for 'Medela Reggino Alattamento Comfort Bianco XL', 'Sauter-Colland MUTANDINA ANATOMICA Linea Classica-compress', and 'Biotin Linea Capelli Phytium ES Shampoo Centro la Forlana Grassa' are visible. A 'Sconti fino al 25%' banner is on the right.

lo posso

essere orgogliosa di far parte di un team in cui ognuno garantisce la qualità dei nostri prodotti, indipendentemente dal luogo di produzione.

lo posso...

perché

Mylan è una delle maggiori e affermate aziende al mondo produttrici di farmaci equivalenti e specialistici. I nostri team conducono accurati controlli su tutti i medicinali, dal principio attivo alla distribuzione.

In Mylan, la priorità siete voi e i vostri pazienti.

Visitate YourMylan.com

Veronique

Mylan Plant Senior Director

**La nostra
Mylan
è la vostra
Mylan.**

 **Mylan**

Seeing
is believing

SAUVETE
DI