

Come progettare la farmacia del futuro

LINK: <https://www.farmacianews.it/come-progettare-la-farmacia-del-futuro/>



Come progettare la farmacia del futuro Il Convegno annuale di Retail Salute - fondato da Paola Gallas, formatrice e coach punta lo sguardo ai cambiamenti del mondo della farmacia Viviana Persiani 16 ottobre 2023 0 Il Convegno annuale di Retail Salute - fondato da Paola Gallas, formatrice e coach - dal titolo 'Il futuro della farmacia, la nuova mappa del settore' quest'anno organizzato con Groom, agenzia di comunicazione delle farmacie, è stata l'occasione per alcuni esperti del mondo Pharma, per tratteggiare uno scenario in continua e rapida evoluzione, tra innovazioni tecnologiche, digitali e di servizio. La Farmacia italiana si sta adeguando a un mercato ricco di opportunità e ai clienti/consumatori/pazienti sempre più attenti ed esigenti. Come spiega Francesco Cavone, Sr Principal, Business Development & Innovation IQVIA Italia, 'La farmacia è

inserita in un contesto sempre più complesso, tra nuovi modelli di retail, con catene sempre più consolidate, la concorrenza dell'e-commerce e nuove aspettative del consumatore che sta evolvendo. Molto più attento agli stili di vita e al suo benessere, il cliente della farmacia si spinge sempre di più verso il mondo della nutrizione e dell'integrazione. Oggi, l'area dei nutraceutici è sempre più promettente, nel rispetto dei trend, volti verso il naturale'. Senior Economy e Senior Living Dopo l'intervento di Marco Alessandrini, responsabile della divisione Health & Pharma di Banca del Fucino che ha esplorato il posizionamento delle farmacie nel nuovo contesto socio-economico, Laura Memmo, Amministratore Delegato di Now, approfondisce il tema della Senior Economy e del Senior Living. 'La farmacia deve cambiare prospettive. In Italia abbiamo 27 milioni di over 50 e di questi, 14

sono over 65 e il Pil generato dalla Silver Economy rappresenta una potenzialità per le farmacie. Non si parla più di terza o di quarta età, bensì di silver longennials, senior & lady che acquistano beni e servizi inerenti la white economy per la cura della persona e della salute, senza trascurare le spese di ambito ricreativo'. La farmacia come sta reagendo a questi cambiamenti? Fidelizzazione Carlo Carmagnola, AD di E-Fidelity approfondisce il tema della fidelizzazione del cliente/paziente/consumatore attraverso tecniche di marketing: 'La fedeltà del cliente può essere trasformata in valore e uno degli strumenti più efficaci è il couponing'. Di certo, come racconta Lapo Secciani Ad di LS Nutraceutic, è necessario trovare il coraggio per evolvere.' Abbiamo pensato di dar vita a un nuovo modello in cui farmacie e aziende, sinergicamente, costruiscono attività volte a creare benessere e valore

per la comunità. La farmacia deve diffondere la filosofia del benessere e, prima di vendere, deve educare'. Condivisione dei valori Alla luce di queste premesse, è stato illuminante l'intervento di Paola Gallas che, consapevole delle difficoltà nel reperire farmacisti, suggerisce un coinvolgimento dei dipendenti per raggiungere una condivisione di valori. Attraverso un percorso di formazione per la comunicazione social, i collaboratori devono diventare punti di riferimento per migliorare l'immagine dell'azienda: solo attraverso un loro ingaggio è possibile valorizzare le persone e trattenere i talenti. Perché la Farmacia deve generare reddito e come spiega Nicola Brunello dello studio Mak Consulting e Brunello STP, sarebbe strategico ampliare l'offerta dei servizi che fidelizzano i clienti alla farmacia, attraverso delle aggregazioni. È Silvio Galmozzi, Ceo di Groon che tira le conclusioni, proponendo un'immagine della farmacia di successo del futuro che si specializzi in prodotti, in consulenza, trovando un modo per poter emergere e distinguersi nella sua peculiarità, che diventi un retail di salute e che ragioni come se fosse un brand.