



# La Farmacia Interconnessa come nuova opportunità di sviluppo

**Emanuele Mormino**

*Coach e consulente in Farmacia*

**Lorenzo Verlatò**

*Presidente editoriale Giornalidea*





# INTERCONNESSIONE

Connessione tra due o più sistemi,  
per cui vi è possibilità di scambio  
di energia tra essi.

*Tratto da enciclopedia Treccani*

Creazione di  
un sistema  
interconnesso

che coinvolga  
gli ambiti  
giù importanti



# COSA POSSIAMO OTTENERE?



**Tempo**



**Soldi**



Ingaggio corretto

Gestione delle esigenze

Creazione di soluzioni integrate

Customer experiences uniche

Nuova gamma ed allestimento

Profilazione clienti (CRM)

Comunicazione (store e web)



Condivisione del progetto

Interazione costante

Creazione di un mood distintivo

Formazione professionale

Crescita individuale

Ascolto e motivazione

Delega e responsabilizzazione



Risalto al proprio BRAND

Studio del posizionamento

Focus sul cliente

Percorsi leggibili

Spazi adeguati per i servizi

Facilità nell'acquisto

Digitalizzazione curata





Disporre di dati attendibili

Analisi dei dati commerciali

Controllo qualità erogata

Condivisione del dato col Team

Profilazione clienti su CRM

Bilanci aggiornati 2-3 mesi

Investimenti programmati

Per comunicare e connettersi bisogna diventare abili nell'utilizzo del linguaggio, che cambia in funzione alla tipologia di connessione.

Specialmente sui canali digitali si riscontrano linguaggi errati, idee e concetti che non creano interesse; anzi, hanno l'effetto opposto.

Il linguaggio deve essere coerente ed etico; poiché la Farmacia, oggi più che mai, rappresenta una vera istituzione, alla quale i clienti hanno bisogno di connettersi per avere e dare sempre di più.

Altrimenti ...  
un sistema  
non connesso



crea caos e  
enormi difficoltà  
di gestione

Consulenza e formazione per Titolari e Team

Nuova Brand Identity

Tecniche di gestione clienti con protocolli  
(totale riassetto della gamma + nuovi servizi)

2 ristrutturazioni dello Store  
(la seconda con automazione ed aree servizi)

Piano Marketing  
(Sito - App - Tabloid - News Letter- Specializzazioni - Eventi - CRM)

Anno	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Volumi	1.9 mln	2.1 mln	2.6 mln	2.9 mln	3.0 mln	3.0 mln	TREND + 10%
M.O.L*	x%	+4.9%	+5,6%	7.9%	11.8%	12.8%	

\*incremento rispetto al primo anno (2017)

**Maggior Valore prodotto in 5 anni 4.1 mln di euro**

# Grazie a tutti

Emanuele Mormino  
Coach & Pharmacy Consultant