



shackleton
group

Risultati ripetibili, nel tempo.



DIGITAL REVOLUTION PER LA FARMACIA 4.0

Prendi le decisioni «digitali»
per la tua farmacia

6° Forum Shackleton
Appuntamento con l'innovazione



Gianluca Rizzato

Prendi le decisioni «digitali» per la farmacia

6° Forum Shackleton
Appuntamento con l'innovazione



shackleton
group



2012

Ripensare
il Format Farmacia:
la Slow Pharmacy



2013

Fai Goal,
investi nella
Tua Farmacia



2014

Il Kilometro Rosso
della Tua Farmacia



2015

Andare in profondità
sul punto vendita
Farmacia



2016

14 Settembre 2016
Museo Ferrari
Maranello

Dati
Performance
Team

Metti in moto
il punto vendita Farmacia
5° Forum Shackleton
Appuntamento con l'Innovazione





Appuntamento con l'innovazione

SIAMO OSPITI DI UN'AZIENDA
CHE STA CAMBIANDO LA
PROSPETTIVA



LA RICADUTA SUI
MERCATI DEI
FUTURI CLICK
DIPENDE DAL
MODO DI FARE LE
COSE



Click

LAVORARE PER CREARE TRAFFICO IN FARMACIA

 **Confronto**

 **Consiglio**

 **Miglioramento gestionale**

Non rimanete nelle farmacie.
Valutate le proposte e scegliete
con coerenza.



CONSIGLIO SPECIALE
=
COMPETENZA FARMACISTA
+
MODALITÀ PERSUASIVE DI
COMUNICAZIONE



shackleton
group

CONSIGLIO

Cross selling per... al... 23/08/2017

3602

374

72,02 €

97,86 %

Operatore	Vendite totali			Opposizione cross selling		Venduti in Cross selling			Incidenza su vendite totali			C.S. applicato		C.S. mercato	
	Prodotti	Valore	Pezzi	Potenziali	Mancati	Prodotti	Valore	Pezzi	Prodotti %	Valore %	Pezzi %	%	%	%	%
A	3602	33.489,01 €	4205	374	366	7	72,02 €	7	0,19%	0,22%	0,17%	2,14%	97,86%		
	3687	33.249,04 €	4185	317	312		37,50 €	4	0,11%	0,11%	0,10%	1,58%	98,42%		
	3125	31.644,55 €	3463	250			113,52 €	11	0,35%			5,16%	94,84%		
	3204	29.857,33 €	3651				105,26 €	11	0,34%				96,71%		
	2483	23.805,70 €	2736			7	47,60 €	4	0,1%				98,33%		
	2530	23.287,68 €	2880				18,60 €	2	0,06%				99,14%		
	1904	17.031,04 €	2166	177			22,00 €	2	0,11%				98,87%		
	1644	15.285,07 €	1841	132	119	11	129,62 €	11	0,67%	0,85%	0,00%	9,85%	90,15%		
	1581	15.180,91 €	1959	153	149	4	34,10 €	4	0,25%	0,22%	0,20%	2,81%	97,39%		
	406	4.149,25 €	584	53	53	0	0,00 €	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%		
	453	4.092,61 €	719	19	19	0	0,00 €	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%		

7

2,14 %

Cross selling per operatore dal 03/08/2017 al
23/08/2017

Elaborazione del 24/08/2017

Pagina 1

Operatore	Vendite totali			Opportunità cross selling		Venduti in Cross selling			Incidenza su vendite totali			C.S. applicato	C.S. mancato
	Prodotti	Valore	Pezzi	Potenziali	Mancati	Prodotti	Valore	Pezzi	Prodotti %	Valore %	Pezzi %	%	%
████████████████████ A	3602	33.489,01 €	4205	374	366	7	72,02 €	7	0,19%	0,22%	0,17%	2,14%	97,86%
████████████████████	3687	33.249,04 €	4185	317	312	4	37,50 €	4	0,11%	0,11%	0,10%	1,58%	98,42%
████████████████████	3125	31.644,55 €	3463	252	239	11	113,52 €	11	0,35%	0,36%	0,32%	5,16%	94,84%
████████████████████	3204	29.857,33 €	3651	334	323	11	105,26 €	11	0,34%	0,35%	0,30%	3,29%	96,71%
████████████████████	2483	23.805,70 €	2736	239	235	4	47,60 €	4	0,16%	0,20%	0,15%	1,67%	98,33%
████████████████████	2530	23.287,68 €	2880	232	230	2	18,60 €	2	0,08%	0,08%	0,07%	0,86%	99,14%
████████████████████	1904	17.031,04 €	2166	177	175	2	22,00 €	2	0,11%	0,13%	0,09%	1,13%	98,87%
████████████████████	1644	15.285,07 €	1841	132	119	11	129,62 €	11	0,67%	0,85%	0,60%	9,85%	90,15%
████████████████████	1581	15.180,91 €	1959	153	149	4	34,10 €	4	0,25%	0,22%	0,20%	2,81%	97,39%
████████████████████	406	4.149,25 €	584	53	53	0	0,00 €	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
████████████████████	453	4.092,61 €	719	19	19	0	0,00 €	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Scaffale



Adottare un atteggiamento «market-oriented»

- Il mantenimento dei propri clienti.
- l'aumento delle relazioni con i clienti più importanti (o "clienti coltivabili").
- la fidelizzazione più longeva possibile dei clienti che hanno maggiori rapporti con la farmacia.
- la trasformazione degli attuali clienti in ambasciatori, ossia consumatori che lodano la farmacia incoraggiando altre persone a rivolgersi alla stessa per i loro acquisti

Lo scaffale come fonte di informazione e non
solo di vendita

- 1 Programmare proposte mirate
- 2 Applicare e sbagliare
- 3 Misurare **quanti e quanto**

Comunicazione





MIGLIORAMENTO GESTIONALE

Fidelity App

Proximity marketing

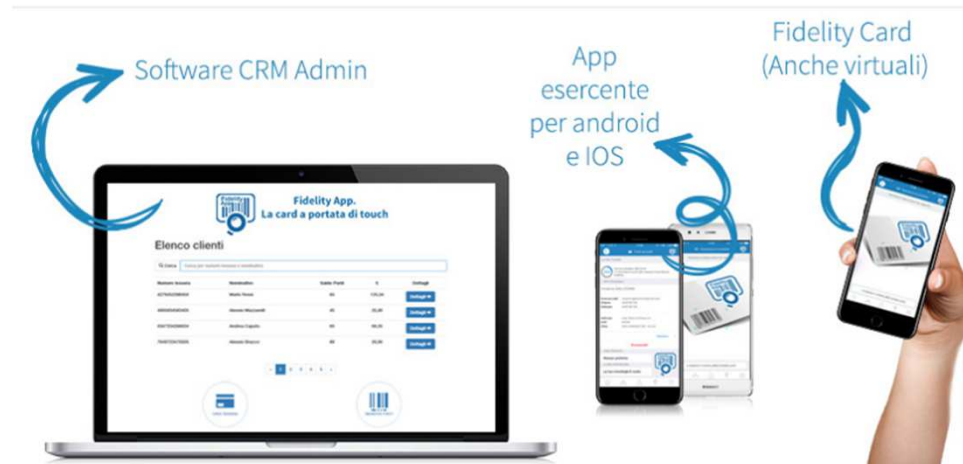




MIGLIORAMENTO GESTIONALE

Fidelity App

Fidelizzare i clienti con tessere virtuali per gestire raccolta punti, cashback, gift card.....



Senza scordare che
alimenta il CRM

Proximity marketing



Rendere unica l'esperienza dei tuoi clienti facendoli immergere in un ambiente interattivo



Tra gli strumenti di proximity più noti, i **Beacon** sono dispositivi per la micro-location con i quali è possibile veicolare contenuti personalizzati in base all'esatta posizione dell'utente.



Proximity marketing



Uno spunto interessante...

ATTIVATE IL WIFI IN FARMACIA





RICAPITOLANDO

PRENDI LE DECISIONI DIGITALI
PER LA FARMACIA

CONOSCERE

DATA BASE, TENDENZE, RISULTATI...

PREPARARE

FORMAZIONE SQUADRA, PRIORITA' CONSIGLIO, MODELLI DI
COMUNICAZIONE...

INGAGGIARE

OGNI SINGOLO CLIENTE, USANDO L'ESPOSIZIONE, LA COMUNICAZIONE
E LE TECNOLOGIE NECESSARIE PER RAGGIUNGERLO.

senza dimenticare... QUANTI e QUANTO



Per concludere...

6° Forum Shackleton
Appuntamento con l'innovazione



Voglio raccontarvi una telefonata....



Che cosa suggeriamo ai farmacisti.....



shackleton
group

Due suggerimenti per il prossimo futuro...

Atte



e»

bus

isti



Due suggerimenti per il prossimo futuro...

CONCENTRATEVI SUL CONSIGLIO

Il consiglio e l'innovazione sono il presente e il futuro
della farmacia

- ➔ La competenza deve crescere
- ➔ Lo scontrino deve crescere

**Shackleton lavorerà sull'innovazione tecnologica a
supporto del consiglio**



**LAVORI IN CORSO
COMING SOON**



shackleton
group



**...L'IMPORTANTE E'
LA SALUTE !**



Gianluca Rizzato

Prendi le decisioni «digitali» per la farmacia

6° Forum Shackleton
Appuntamento con l'innovazione