

ITINERARIO DI CRESCITA

Il buon proposito per l'anno nuovo è quello di progredire e varcare nuove soglie. Questo si aspetta lo Studio Alfonso Maligno, forte dei successi realizzati nell'ultimo anno. Un'esperienza coinvolgente per chi vorrà aderire all'esclusivo pharmavisionCLUB

Caricato dalle esperienze positive dell'anno appena trascorso, lo Studio Alfonso Maligno è pronto ad affrontare le sfide di questo 2010 appena cominciato. Con nuove idee e nuove proposte per realizzare una rete di aggregazione e scambio, con l'intenzione di arricchire l'esperienza di titolari e collaboratori all'interno dello spazio farmacia.

Ma qual è il programma con cui si presenta? Ne parliamo direttamente con Salvatore Maligno.

Con che spirito vi apprestate ad affrontare il 2010?

Ci siamo lasciati alle spalle un anno in cui le dinamiche di mercato, nonostante il perseverare della crisi in molti ambiti, hanno riscontrato nella farmacia una risposta sempre più concreta e coerente.

Da esploratori del settore, spinti da un inesauribile spirito di avventura rivolto all'innovazione e dotati di un pizzico di coraggio (per non definirsi amanti del rischio), abbiamo intrapreso un percorso di ricerca e di condivisione dell'esperienza che troverà in pharmavisionCLUB la sua originale forma di aggregazione.

Come in ogni escursione che si rispetti abbiamo scelto un programma, valutato i rischi, scelto i compagni di viaggio, considerato le difficoltà, stabilito i criteri e siamo pronti a partire... Desiderosi di assaporare l'ascesa sui sentieri dell'innovazione, condividendo con chi vorrà seguirci, passo dopo passo, il panorama che ci circonda ma soprattutto continuando a cercare quello dietro all'orizzonte.

Da cosa nasce l'idea del viaggio?

La perlustrazione si è avviata nel giugno 2008 quando, insieme ad alcuni fedeli compagni di ricerca transalpini, ab-



biamo fondato un circuito professionale nell'ambito dell'innovazione in farmacia: pharmavisionLAB.

In venti mesi di attività il LAB ha pianificato e organizzato workshop, partecipato a manifestazioni ed eventi di rilievo, strutturato conferenze e attività propedeutiche all'innovazione del punto vendita farmacia, secondo una visione multidisciplinare e di carattere internazionale.

L'idea di condividere il frutto delle attività svolte dal LAB in una comunità innovativa ha preso forma solo nell'ultimo semestre, cogliendo la necessità di essere sempre più vicini e diretti ai farm-attori dell'innovazione.

Come è organizzato il viaggio?

Per una volta tanto vogliamo augurarci innanzitutto che sia senza ritorno, una progressione continua con tappe fisse già stabilite molto importanti, ma pronta a evoluzioni e cambi di programma, qualora fosse necessario, ad approfondire, chiarire, sviluppare.

I quattro temi fondamentali ai quali il LAB si è dedicato, costruendone una visione innovativa per il punto vendita farmacia sono il prodotto, l'umano, l'ambiente e l'esperienza. Per ogni tema sono state sviluppate attività di analisi, proiezioni, modelli e tecniche aggiornate capaci non solo di restituirne un valore percepito dal consumatore alla ricerca di nuove motivazioni ed esperienze d'acquisto, ma anche di generare una crescita tangibile nel valore d'impresa.

Quale, quindi, il programma?

Si parte il 25 gennaio, data nella quale sarà attivo (a partire dalla mezzanotte) un portale completamente rinnovato, che oltre ad assimilare il sito web dello Studio Alfonso Maligno (sviluppo progetti), della Fase D (realizzazione e servizi) e del

LUNGO UN ANNO



pharmavisionLAB (analisi e ricerca), ingloberà una sezione dedicata al CLUB attraverso il quale gli utenti della rete potranno, previa registrazione, accedere alle conferenze on line programmate e alle informazioni e modalità di aggregazione.

Si tratta di un forum?

No, il progetto è molto più ampio. L'area del CLUB ingloberà certamente uno spazio di scambio attraverso il quale confrontarsi sui diversi aspetti che saranno presentati e su quelli proposti dagli utenti. In realtà l'utilizzo di uno strumento veloce e dinamico come la rete è soltanto il mezzo per avvicinarci di più a chi si riconosce nel programma e vuole rendersi partecipe del viaggio, quello vero.

Questa è la prima tappa, quella più importante, una fase di avvicinamento alle unità di misura che caratterizzeranno il percorso in cui riconoscersi, sintonizzarsi e sulla base delle quali ciascuno potrà decidere se prenderne parte.

Qual è la scommessa?

Nessuna scommessa, vogliamo puntare su passi concreti e tangibili per chi cerca, spesso a fatica, di qualificare la professione, di migliorare il proprio rapporto con i clienti, di offrire qualcosa di più o di diverso, difficile da ritrovare solo nelle dottrine profuse o nelle fiere di settore.

Per riuscire in questo, la soluzione è condividere con il farmacista l'esperienza dell'evoluzione, la salita, gli ostacoli, gli obiettivi, in termini semplici essere con lui sul campo d'azione.

E le tappe successive?

Quella più importante sarà un evento di tre giorni dedicato all'innovazione in farmacia che avrà luogo entro il primo semestre dell'anno. Il programma, che sarà reso pubblico

entro il mese di febbraio, non si compone solo di incontri formativi nell'ambito delle diverse tematiche, ma di moduli esperienziali da implementare nell'attività di interazione d'acquisto in farmacia; il motto di tutto il viaggio è non teorizzare la pratica ma praticare la teoria. Ci piace poter immaginare che, trascorsi i prossimi dodici mesi, chi non ha abbandonato il percorso abbia costruito una dimensione diversa per la propria realtà; ci stimola e ci motiva il poter pensare che tra un anno il consumatore potrà realmente percepire il frutto di questo viaggio, riconoscendosi in un modello di farmacia completamente unico. Le idee sono molte e molti sono gli stimoli per svilupparle con i nostri compagni di viaggio. Riconducendole secondo un ordine pratico, il farmacista che farà parte del CLUB avrà accesso agli aggiornamenti costanti delle ricerche del LAB, accederà in modo esclusivo ai servizi, alle consulenze, alle attività formative, dimostrative e interattive per il personale della farmacia, oltre a quelle promozionali e comunicative per il punto vendita.

Possiamo anticipare qualcosa sui nuovi trend che caratterizzeranno l'anno in corso?

Nell'era dell'incertezza e delle mille e più teorie noi puntiamo sul sentimento d'acquisto, certi che rappresenti una leva determinante per i consumi, anche per quelli praticati in farmacia.

Che cosa intende?

Dopo aver lavorato molto alla creazione di luoghi unici per lo shopping ludico e dopo aver sviluppato ambienti coinvolgenti che fossero motori di un'esperienza d'acquisto significativa anche nello shopping necessario, ora dobbiamo puntare all'elevazione massima del sentimento, alla sublimazione dell'esperienza in eccitazione d'acquisto.

Per continuare a parafrasare, all'acquisto si assocerà sempre di più il concetto di avventura anziché di un viaggio programmato, alla razionalità di una meta da raggiungere, una sfida tra coraggio e rischio e al concetto di desiderio quello di dominio ed eccitante possesso.

Se vogliamo che lo shopping non venga ulteriormente banalizzato dobbiamo smettere di trasformare la natura intima e personale di ciascun individuo ricorrendo a mezzi omologati e ambienti artefatti. A noi tutti, quindi, buon viaggio!

Per informazioni:

Viale Degli Angeli, 1 - 12100 Cuneo (CN) - tel 0171 698348; fax 0171 66811



pharmavision CLUB Per accedere al portale:

www.alfonsomaligno.com - www.fased.it - www.pharmavisionlab.com