

FARMACIA OGGI E DOMANI 2019

Come creare “valore” per i clienti
e “performare” fra farmacia del
Benessere e di Comunità

14 GIUGNO 2019
ORE 20:00

Sala Convegni Farmaceutici SVIMA S.r.L.
Contrada Piano Morra snc
82100 Benevento



In collaborazione con



Contributo non condizionato



Al termine della serata verranno distribuite le password per l'accesso gratuito al corso Fad:
“PASSIONE, INNOVAZIONE, COMPETENZE: IL GIUSTO MIX PER GOVERNARE IL FUTURO DELLA FARMACIA”
5 ore di corso con video interattivi – 7,5 crediti formativi

Per adesioni ed informazioni:

Segreteria organizzativa c/o Farmaceutici SVIMA S.R.L. Tel. 0824 313827

Responsabile evento: Dott.ssa Ramona Iuliano Tel. 0824/313827- 4 – 210 Cell. 335/8106804

PROGRAMMA DELL'EVENTO

Aperitivo di benvenuto

Saluti ed accoglienza:

Dott. Stefano Vallone

Direzione Farmaceutici SVIMA S.R.L.

Dott. Nicola Senatore

Area Manager Centro-Sud Italia, Pikdare Spa

Introduzione:

Dott. Tommaso Cusano

Presidente Federfarma Benevento

Relatore:

Prof. Roberto Giampietri

Docente di Aspetti di Economia e Marketing dei Medicinali presso
la Facoltà di Farmacia di Milano

Conclusione:

Presentazione del libro

"Amazon farà chiudere la tua farmacia!"

a cura dell'autrice, farmacista, Dott.ssa Daniela Natale

A seguire:

Cena a buffet

RAZIONALE

Nei prossimi anni la Farmacia sarà ancora chiamata ad affrontare un calendario di impegni che rimoduleranno professione e gestione: la riforma della governance del SSN alle prese con l'aumento dei senior, la prevenzione e l'arrivo di farmaci tanto efficaci quanto costosi. E ancora: la riforma della remunerazione, il possibile arrivo dell'onorario professionale per i servizi, il ritorno o meno della "Diretta" in Farmacia, il rinnovo della convenzione, la norma sulla dotazione di personale in rapporto al fatturato SSN, l'armonizzazione della Dpc, i requisiti richiesti sulle strutture del punto vendita, sulla metratura necessaria per fornire nuovi servizi, il dover consolidare la farmacia dei servizi, le nuove tecnologie in ambito medico/territoriale e gestionali e da ultimo l'uso della comunicazione tramite social.

Questo incerto scenario socio-economico spinge la farmacia verso soluzioni più immediate e indipendenti che guardano con favore al mondo del benessere e del bell'essere per sviluppare un nuovo modello di farmacia sostenibile e al passo con i bisogni della collettività, ma allo stesso tempo ai bisogni di un target di persone più sane e più giovani.

La farmacia di oggi dovrà fare delle scelte e pianificare il futuro della farmacia di domani con nuove strategie che riguardano il "posizionamento" sul mercato, l'adesione a "catene" reali o virtuali, ridisegnare il punto vendita, sviluppare nuovi servizi che creino un nuovo valore aggiunto; gestire una politica di offerta più complessa ovvero passare da un'offerta tradizionale prodotto/servizio ad una più efficace o servizio/prodotto per creare il "nuovo valore" atteso dai clienti di oggi e di domani.

Per pianificare questa evoluzione culturale e professionale non basta solo la buona volontà: occorre saper riconoscere i propri punti deboli (culturali, tecnici, operativi, relazionali e di ruolo) per effettuare una transizione verso una farmacia più dinamica ed esperta, con nuove competenze di relazione e manageriali e che ponga clienti e pazienti al centro dell'attività. Solo una Farmacia sostenibile è infatti in grado di sviluppare innovazione, servizi, evoluzione di ruolo istituzionale e professionale con l'obiettivo di migliorare la propria offerta e il valore professionale trasmesso.

ARGOMENTI TRATTATI

1) Passione, innovazione, competenze: il giusto mix per governare il futuro

- nuove visioni, nuovi ruoli professionali e manageriali per guidare il cambiamento
- un'offerta che dalla centralità del prodotto passa alla centralità del servizio
- come creare "redditività" fra capitale intangibile (reputazione) e capitale tangibile (sostenibilità)

2) La centralità del cliente: le nuove competenze per governare il cambiamento

- conoscere le dinamiche di mercato e saper valutare i punti di forza e debolezza
- saper sfruttare il potenziale del proprio bacino d'utenza
- come adeguare alle nuove esigenze di consumo il proprio punto vendita
- nuovi "concept" farmacia e nuovi "format" per essere indipendenti o associati
- nuovi modelli di gestione per creare capitale tangibile e intangibile

3) Il punto vendita da elemento tattico a leva strategica per lo sviluppo

- costruire un'offerta a valore aggiunto con il punto vendita
- il Category Management: le nuove implementazioni e l'albero dei Bisogni

4) Il nuovo Category "Medicazione": visione, contenuti, proporzioni e planogramma

- dalla vendita di un prodotto alla vendita di un trattamento (up e cross selling)
- saper esporre valorizzando i bisogni (visual cross Category)

5) Le competenze operative per creare valore aggiunto

- le regole economiche per una farmacia "sostenibile"
- la fedeltà al punto vendita dipende molto dal valore dalla "marca"
- le leva per la fidelizzazione

6) Conclusioni: Il valore percepito