

Healthcare e Pharma: l'utente è sempre più al centro

LINK: <https://dcommerce.it/e-commerce/healthcare-e-pharma-lutente-e-sempre-piu-al-centro/>



Healthcare e Pharma: l'utente è sempre più al centro Il nuovo approccio phygital crea una convergenza tra retail fisico e digitale che aiuta i pazienti a risparmiare e le farmacie ad aumentare i ricavi La salute e la cura del paziente sta cambiando proprio grazie alle tecnologie digitali, che hanno ormai di fatto un ruolo fondamentale nella diagnostica, nella personalizzazione della prevenzione e nell'assistenza virtuale e da remoto. E' stato questo l'oggetto del dibattito "Healthcare, il paziente al centro: il ruolo della digitalizzazione" che si è tenuto nei giorni scorsi all'interno di un ciclo di incontri "Piccole Medie Digitali" ideati da **Registro.it**, l'anagrafe dei nomi .it gestita dall'Istituto di informatica e telematica del CNR di Pisa, per far conoscere alle imprese e ai professionisti italiani le potenzialità della Rete. "Il digitale ha fatto nel corso dell'ultimo anno un balzo in

avanti, probabilmente il più grande passo fatto sinora - spiega Alberto Trussardi, co-fondatore di Farmakom, piattaforma che consente a farmacie e parafarmacie di aprire un canale e-commerce e di vendere online, e tra gli speaker dell'evento - La nostra piattaforma, che al momento segue più di 300 tra farmacie e parafarmacie, è un grande cervello digitale che in pochi semplici passi permette a qualsiasi farmacia e parafarmacia lo desiderio di aprire un proprio e-commerce. Il modello creato da Farmakom assiste il farmacista a 360 gradi in tutti gli adempimenti burocratici, nella creazione della tecnologia ma anche nel modello stesso di vendita." Si tratta di una piattaforma che, solo negli ultimi due anni, ha visto una crescita del +1000%, a dimostrazione di come sempre più realtà abbiano deciso di digitalizzarsi, anche nel settore medico e farmaceutico. Vendere online vuol dire vendere di

più Una farmacia che apre le proprie vendite all'online, grazie a Farmakom, già dai primi giorni può ricevere dai 25 ai 30 ordini giornalieri e questo, sul lungo periodo, è in grado di creare per la farmacia un impatto notevole. Attualmente Farmakom lavora con farmacie che fatturano anche 7, 8 milioni di euro all'anno. Ma cosa si acquista perlopiù dalle farmacie online? Oggi gli italiani comprano in particolar modo integratori, prodotti cosmetici (come creme e make up), ma anche prodotti per i bambini. Solo il 5% degli acquisti effettuati online appartengono a quei medicinali - come la tachipirina - che si assumono nell'immediato quando si sta male e che quindi il paziente va subito a comprare in farmacia, senza aspettare 24 ore l'arrivo del corriere. Il digitale crea nuovi posti di lavoro "In un'era in cui c'è la chimera che il digitale toglie posti di lavoro, in realtà all'interno delle

farmacie stiamo assistendo ad una rivoluzione sia di competenze sia di professionalità - prosegue Trussardi - grazie a Farmakom, infatti, i farmacisti trovandosi a gestire importanti volumi di vendita, devono necessariamente assumere nuovo personale. Spesso figure che prima facevano i magazzinieri o i gestori del magazzino, quindi mandate ad un'attività specifica, adesso sono le prime che iniziano a gestire il customer care dell'e-commerce, le richieste dei clienti, oltre ad iniziare ad acquisire competenze su tutto quello che è il mondo del web marketing, delle pubblicità online. Questo inevitabilmente le porta a crescere professionalmente e quindi a specializzarsi." Ogni mese, su tutte le piattaforme Farmakom, vengono gestiti milioni di transato e navigano centinaia di migliaia di utenti. E' facile quindi capire perché sempre più realtà decidono di aprire uno store online. L'evento da rivedere E' possibile rivedere il talk "Healthcare, il paziente al centro: il ruolo della digitalizzazione", moderato da Enrico Pagliarini, Giornalista e conduttore di Radio 24, a questo link. Hanno partecipato, oltre ad Alberto Trussardi di Farmakom, Silvia Mazzanti - Direttore

commerciale Italia Register.it, Lorenza Pratali - Cardiologa dell'Istituto di fisiologia clinica del CNR di Pisa, Barbara Sala - CEO Delcon, Graziella Bilotta - CEO PagineMediche. L'evento è stato organizzato da **Registro .it** - CNR-Iit. Le agenzie che curano la comunicazione del **Registro .it** sono Spencer & Lewis e **Competence Communication**.