
Doxapharma
UN DELTA IN PIU'



Il disegno di ricerca



Impianto di ricerca

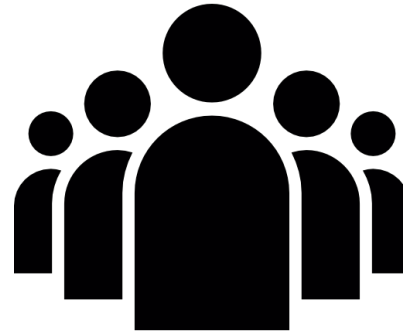
Metodologia



Interviste online

con metodologia CAWI (Computer Assisted Web interview)
Questionario semi strutturato della
durata di circa 25 minuti

Campione



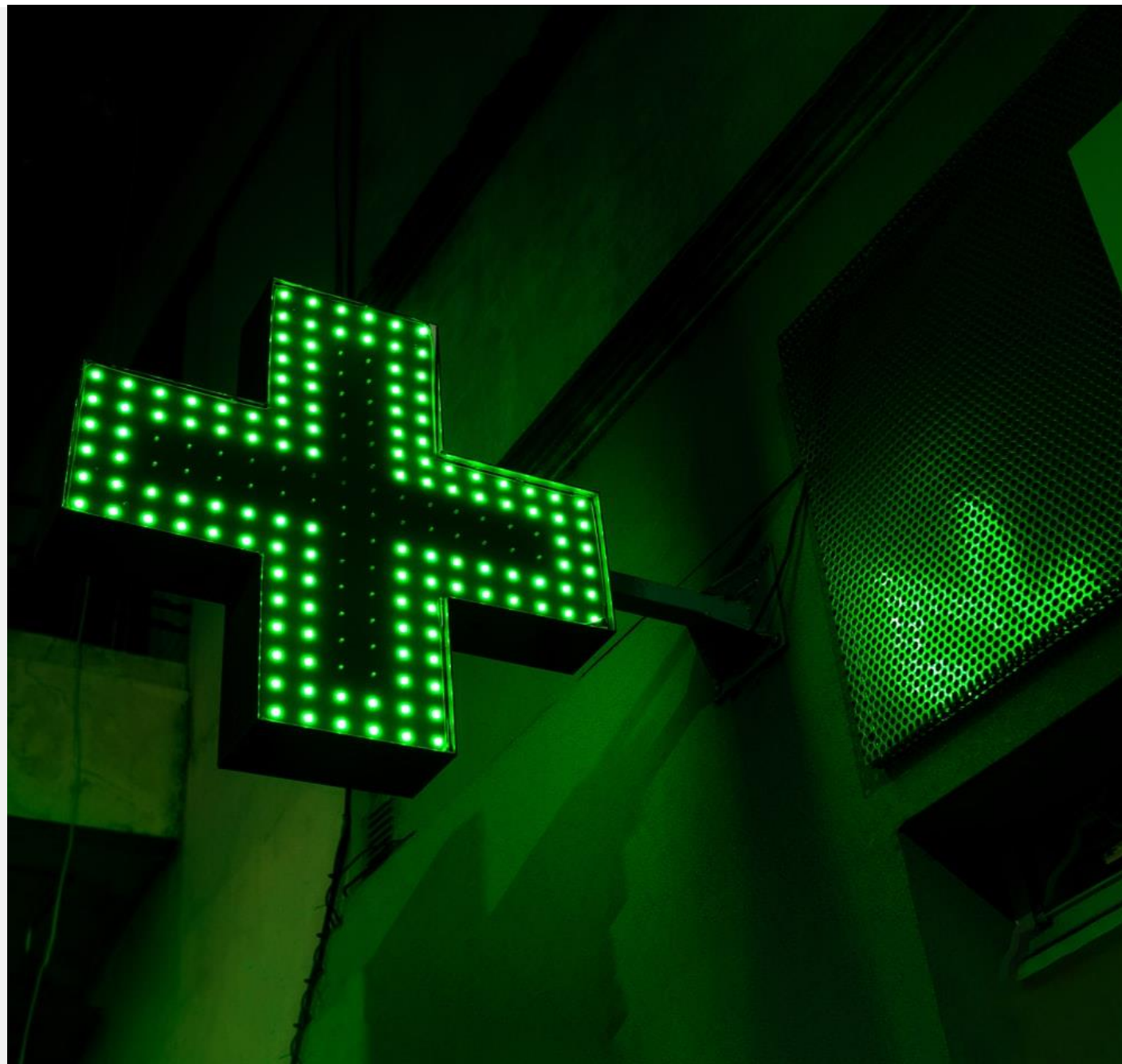
**1.000 interviste a
popolazione**

Periodo di rilevazione



**Aprile
2022**

Le farmacie di riferimento



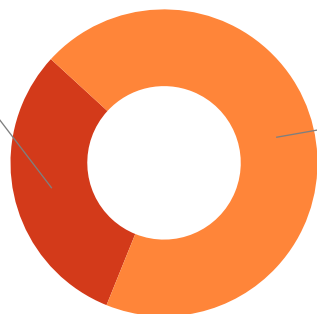
La farmacia di riferimento

Tutti hanno una farmacia di riferimento, ma solo una minoranza (uno su tre) si rivolge esclusivamente a questa



Abitudini quotidiane

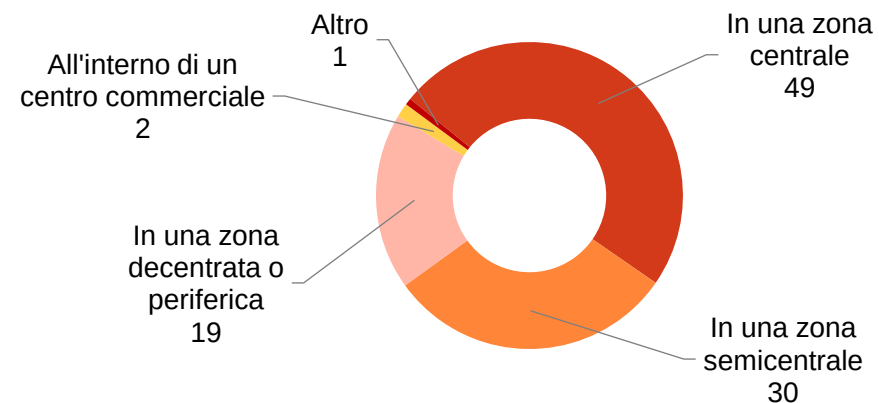
Quando ho bisogno
mi reco sempre
nella stessa
farmacia
31



Ho una farmacia di
riferimento ma se
necessario mi reco
in altre farmacie
69



Farmacia di riferimento



Valori %

Base: n=1000

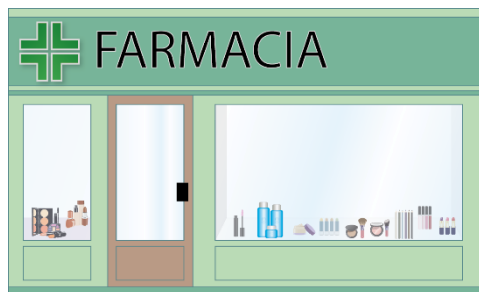
Le caratteristiche della farmacia: personale

I DIPENDENTI DELLA FARMACIA



4,5 dipendenti in media

MQ CALPESTABILI



72 mq in media

Valori %

Base: n=1000

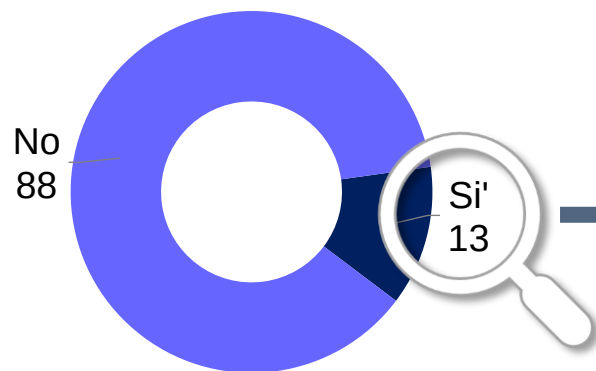
D2: Quanti sono a lavorare nella sua farmacia di riferimento?

D3: E quanti saranno all'incirca i mq calpestabili dal cliente?

Le caratteristiche della farmacia: layout dedicato



Layout farmacia



Identikit delle farmacie con un layout specifico:

- Nord Ovest (13%)
- Nord Est (15%)
- Centro (10%)
- Sud e Isole (13%)

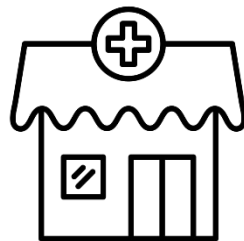
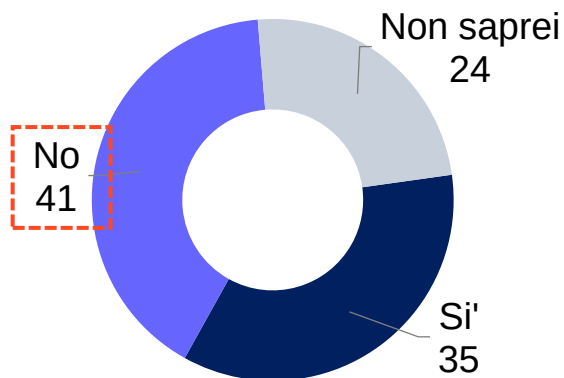
Valori %
Base: n=1000

D5: La sua farmacia di riferimento ha un lay-out particolare?

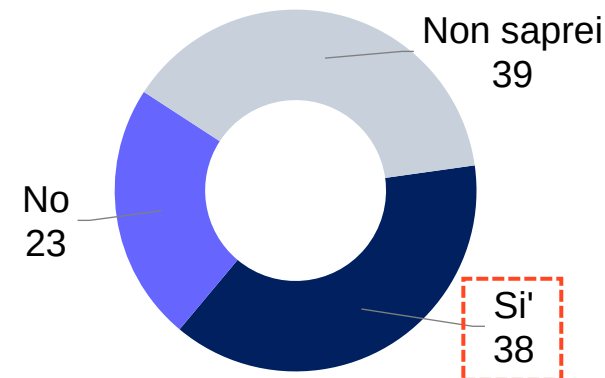
Le caratteristiche della farmacia: programma di fidelizzazione e sito internet

Un cliente su tre sa del programma di fidelizzazione attivo presso la propria farmacia di riferimento, ma 4 farmacie su 10 ancora non sono attive da questo punto di vista. Ugualmente diffusi, per quanto di conoscenza dei clienti, i siti internet/profili social delle farmacie

Programma di fidelizzazione per i clienti



Sito internet\profilo social



Valori %
Base: n=1000

D6: La sua farmacia di riferimento ha attivato un programma di fidelizzazione per i clienti? D7: La sua farmacia di riferimento ha un sito internet\profilo social?

Funzionalità del il sito web\profilo social

I siti internet/profili social delle farmacie a oggi forniscono più spesso servizi al cliente rispetto alla possibilità di fare acquisti online, presente solo in un caso su cinque



Valori %

Base: n=383

D8: Quali funzionalità offre il sito web\profilo social della sua farmacia di riferimento?

Acquisto cosmetici online sul sito della sua farmacia negli ultimi 2 anni e frequenza d'acquisto

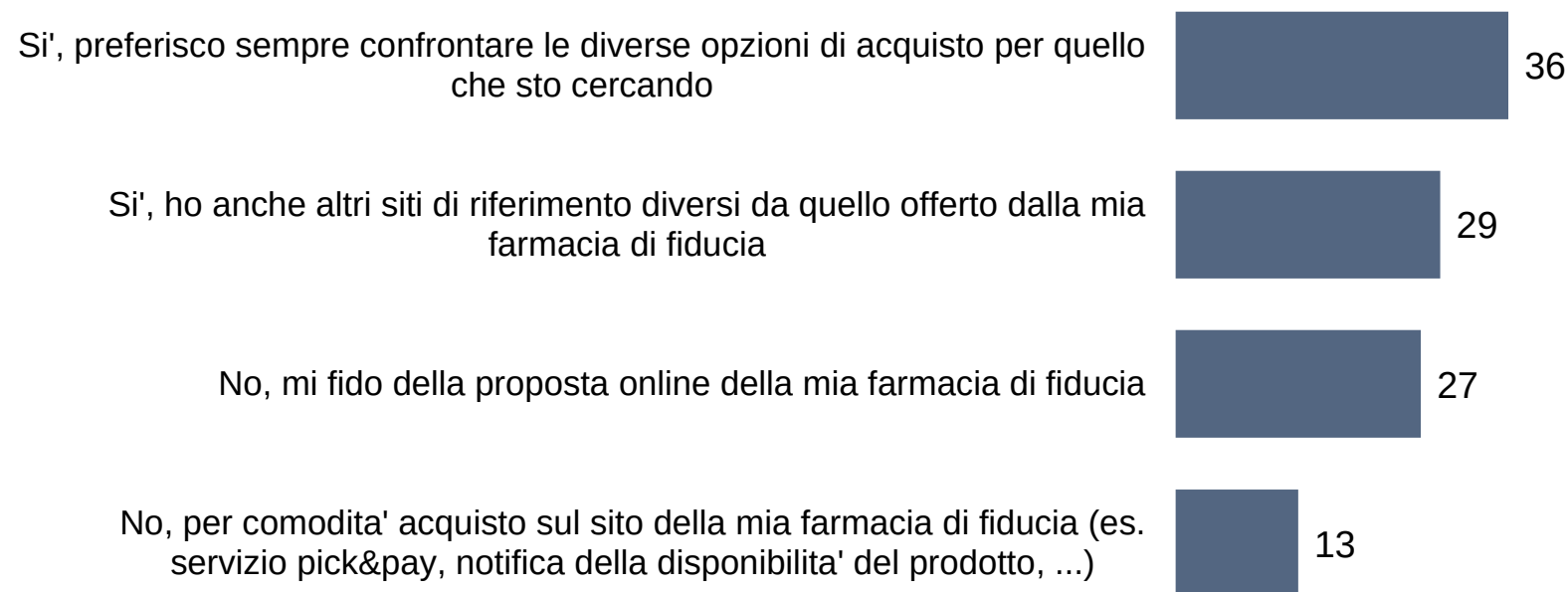
Acquisto cosmetici online



Frequenza d'acquisto



Acquisto di cosmetici su altri siti e-commerce



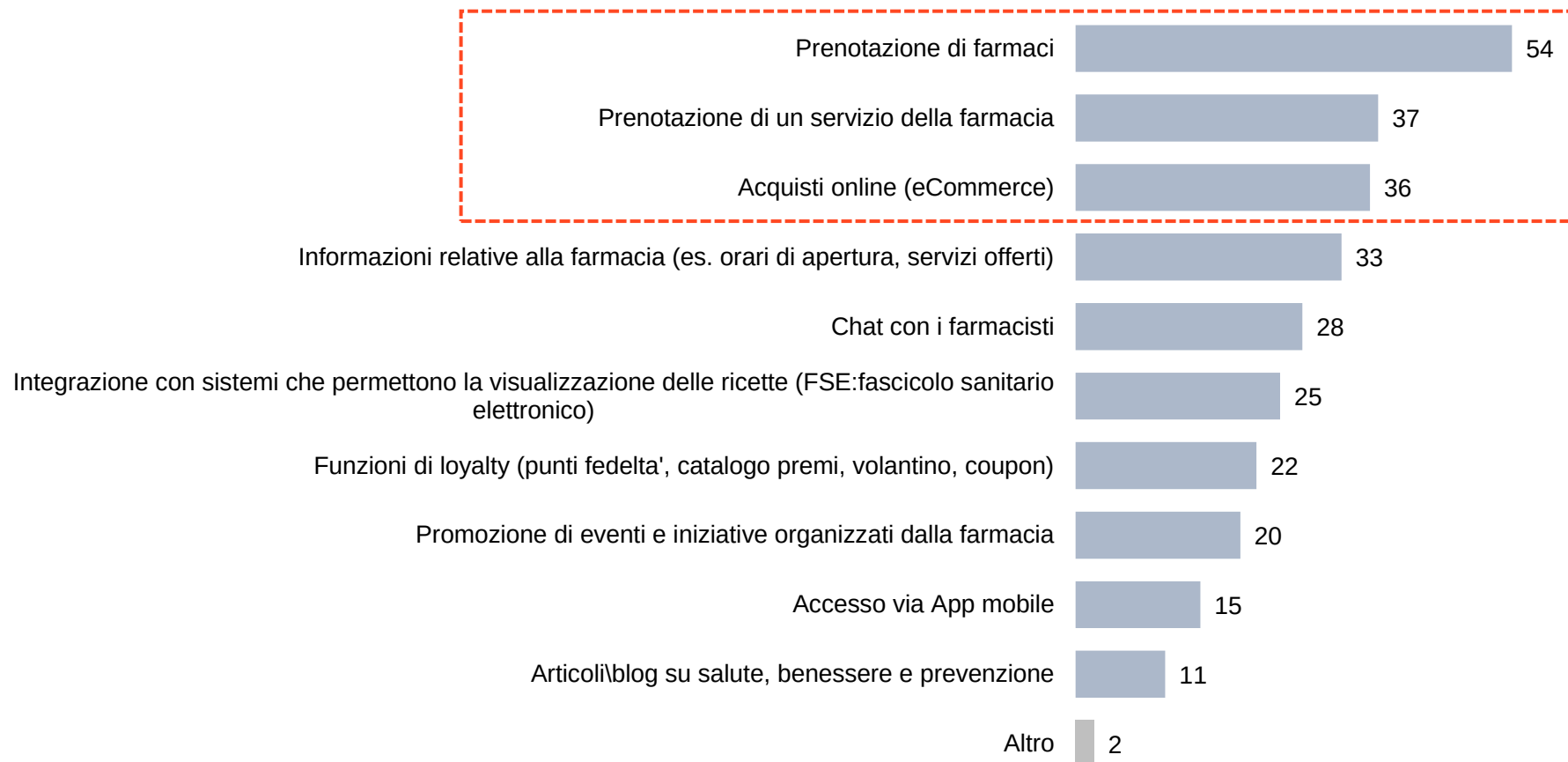
Valori %

Base: n=1000

D8c: Ha mai acquistato cosmetici su altri siti e-commerce di farmacie o piattaforme che offrono le medesime categorie di prodotto?

Funzionalità vorrebbe offrire il sito web/portale social

L'attuale range di servizi offerti dai siti delle farmacie sembra allineato ai desiderata dei clienti, che in termini prospettici evidenziano la maggiore importanza dei servizi rispetto all'acquisto on line (comunque in top 3)



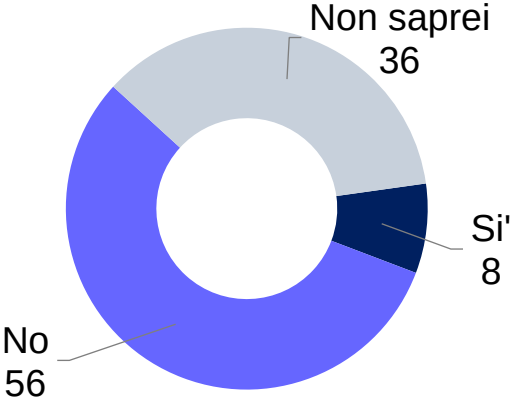
Valori %

Base: n=1000

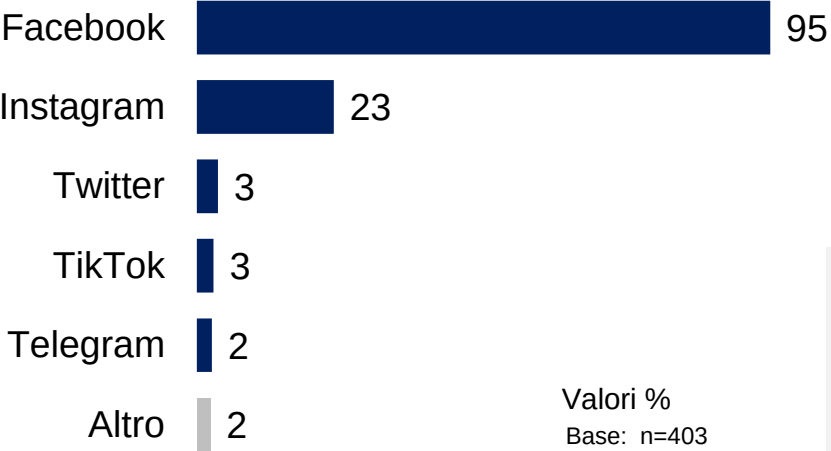
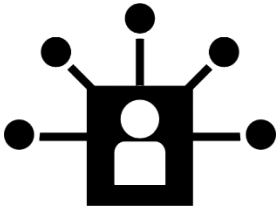
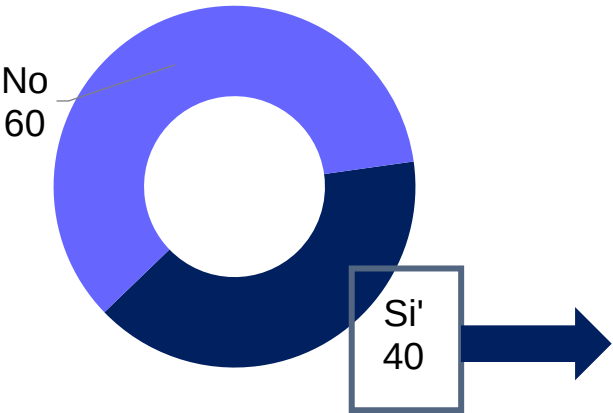
D9 Quali funzionalità vorrebbe offrire il sito web/portale social della sua farmacia di riferimento?

App mobile e social network

App Mobile



Pagina attiva su un social network



Valori %
Base: n=403

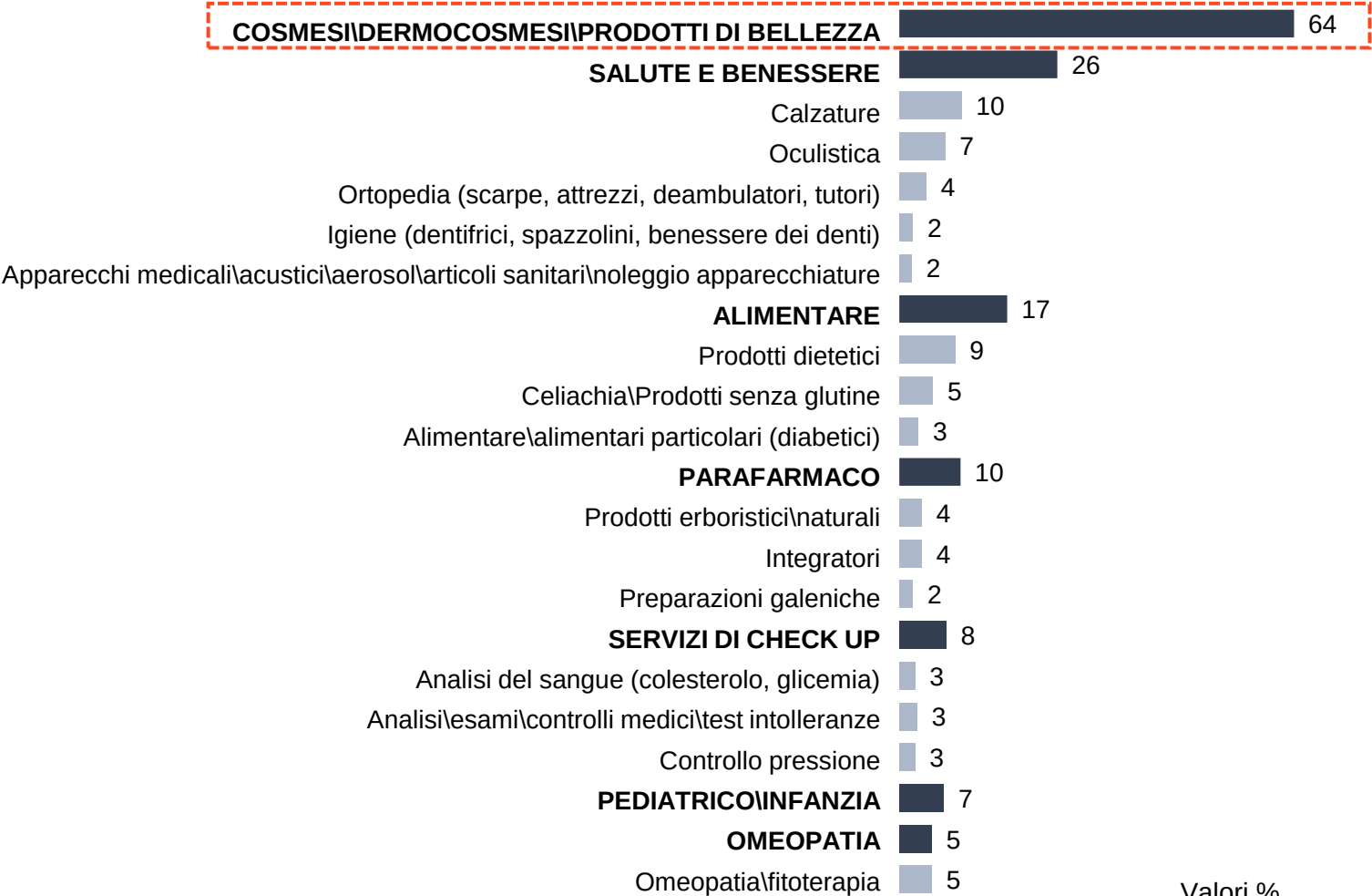
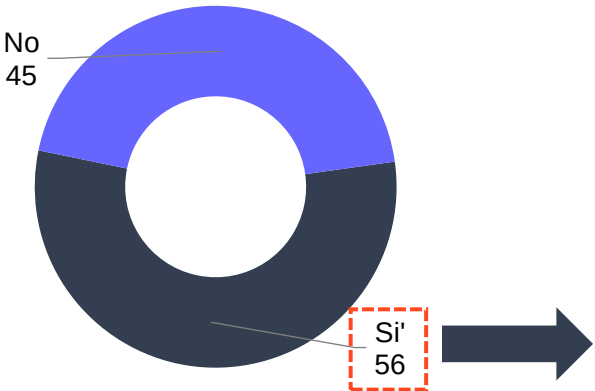
Valori %
Base: n=1000

D10: La sua farmacia di riferimento ha un'App Mobile? D11: La sua farmacia di riferimento ha una propria pagina attiva su un social network? D11a: Quale/i social network?

Specializzazione farmacia per SETTORE

Nel percepito dei cliente oltre una farmacia su due è specializzata in uno specifico settore, tendenzialmente la dermocosmesi

La sua farmacia è specializzata in qualche settore?



Valori %
Base: n=1000

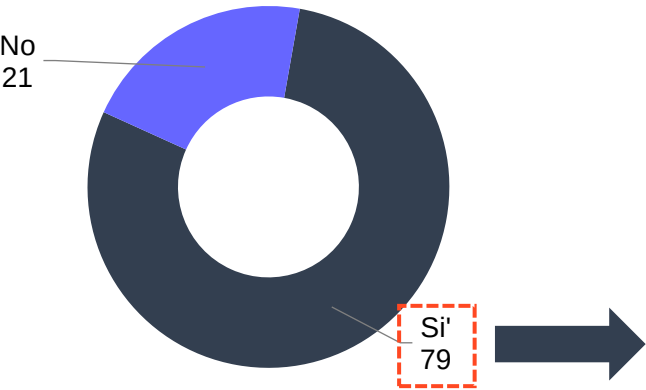
Valori %
Base: n=555

D12: La sua farmacia di riferimento e' specializzata in qualche settore oltre a quello farmaceutico? (cosmesi, prodotti dietetici, calzature, oculistica...)? D12a Quali?

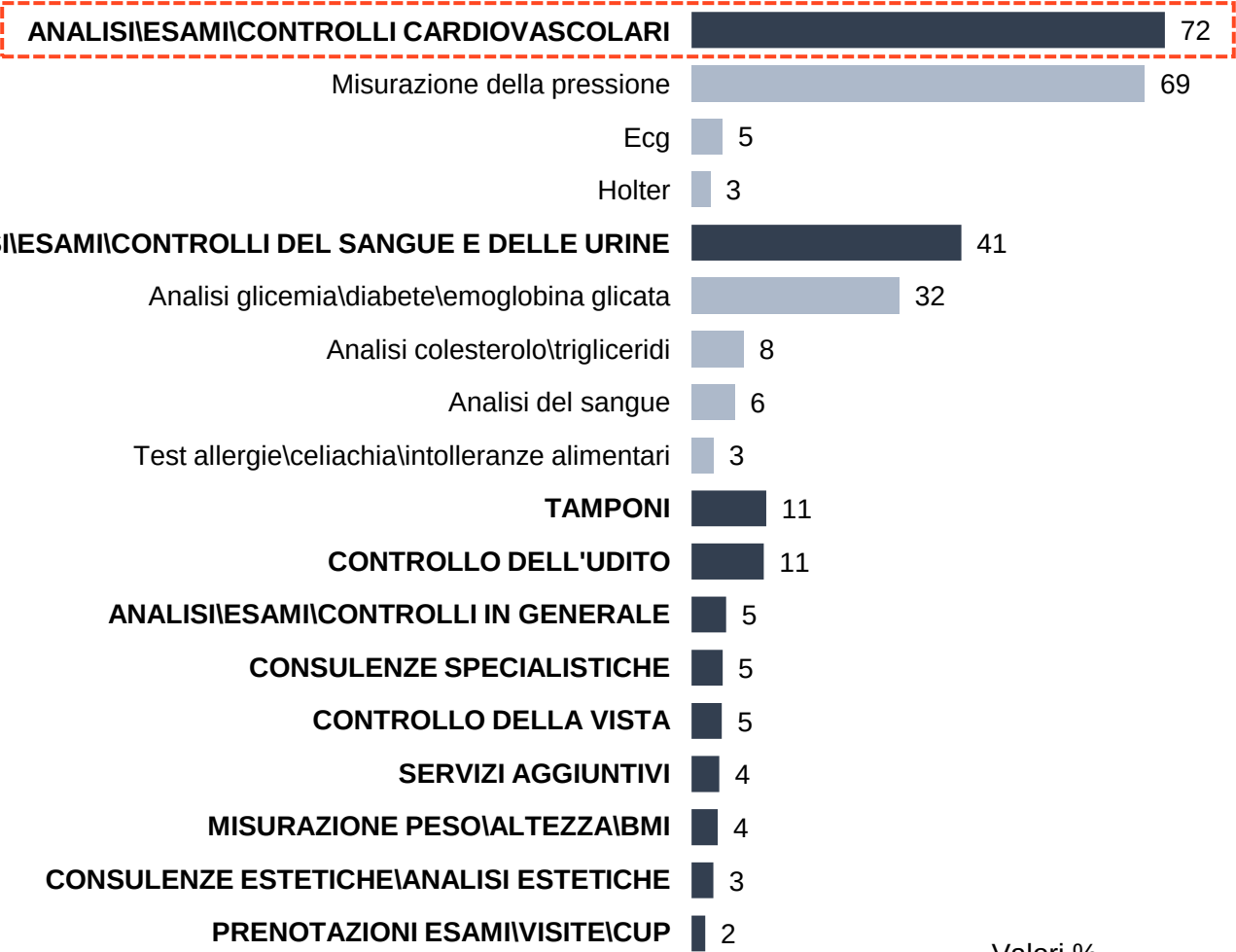
Specializzazione farmacia per PATOLOGIA

Più frequente (8 casi su 10) la specializzazione della farmacia per patologia, in particolare sull'area cardiovascolare (anche se il riferimento è soprattutto alla misurazione della pressione)

La sua farmacia è specializzata per patologia?



Valori %
Base: n=1000



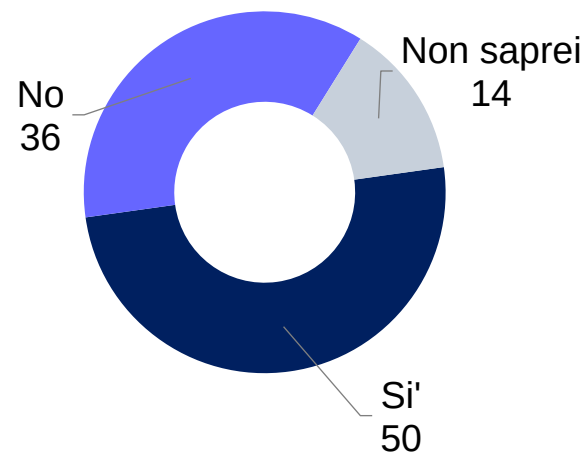
Valori %
Base: n=786

D13: E in ambito sanitario la sua farmacia di riferimento offre dei servizi specifici per patologie, per tipologia di paziente o altro (misurazione della pressione, della glicemia, controllo della vista, dell'udito....)? D13a Quali?

Farmacia e ambulatori medici nelle vicinanze



Ambulatori medici nelle vicinanze



Valori %

Base: n=1000

D14. Fatto 100 i farmaci e i prodotti che lei ha acquistato nella sua farmacia negli ultimi 3 mesi, in che percentuale si trattava di...? D16: Ci sono degli ambulatori medici in prossimità della sua farmacia?

L'immagine e il ruolo della farmacia

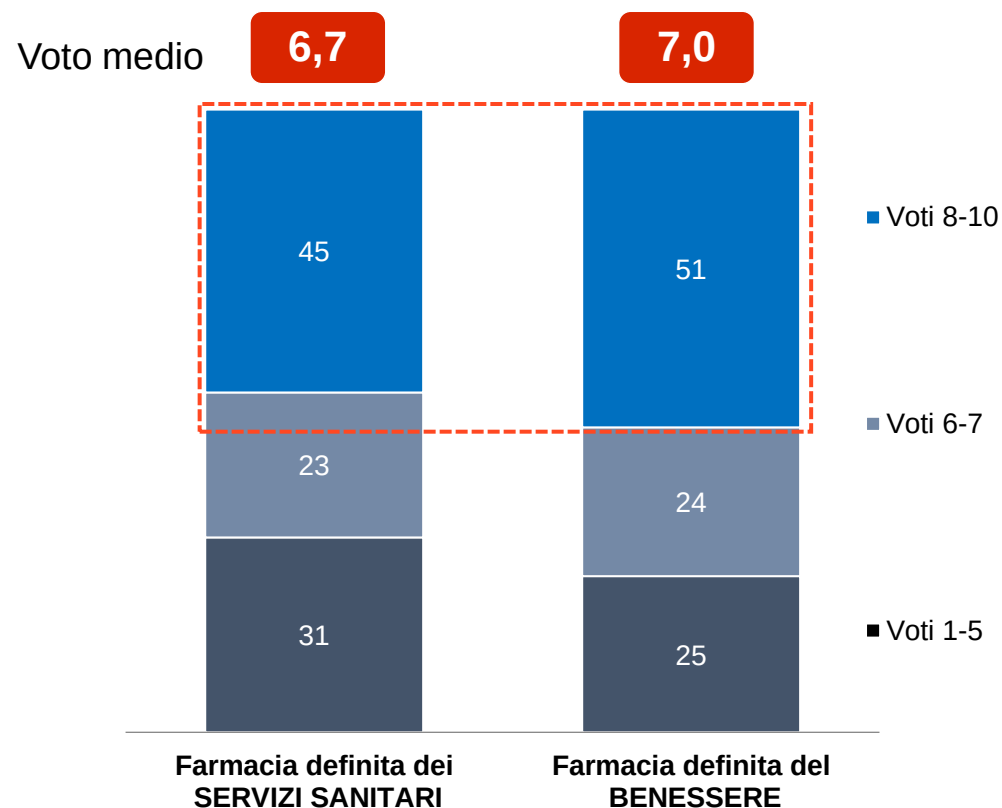
In un caso su due i clienti definiscono la propria farmacia come una farmacia orientata ai servizi e al benessere, nell'ottica di un servizio che cerca di accontentare il cliente sotto diversi punti di vista



Valori %

Base: n=1000

D15. A suo avviso, quanto, sempre su una scala da 1 a 10, la Sua farmacia può essere definita...

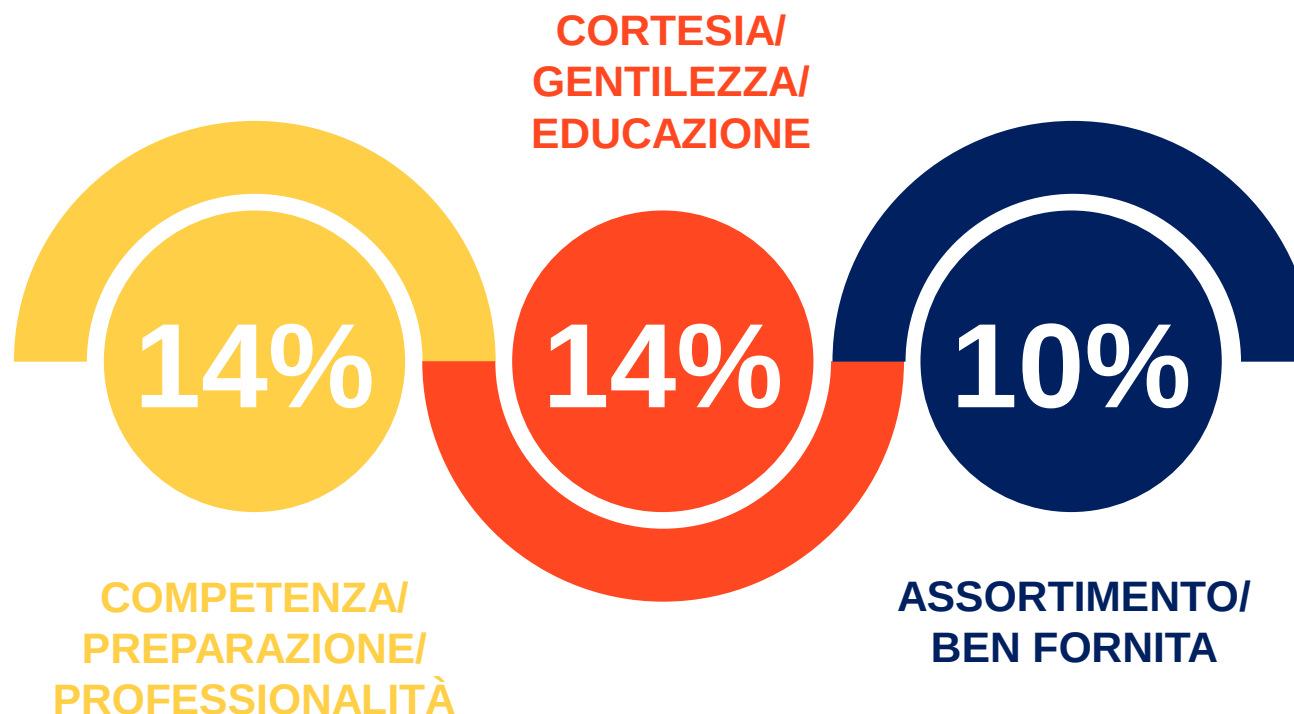


La farmacia ideale e il percepito delle farmacie di riferimento



La farmacia ideale - Aspetti fondamentali – TOP 3 TOP OF MIND

La competenza e l'educazione del personale sono aspetti imprescindibili nella valutazione della farmacia ideale. A questo si deve accompagnare un'ampia gamma di prodotti disponibili, per soddisfare tutte le esigenze dei clienti

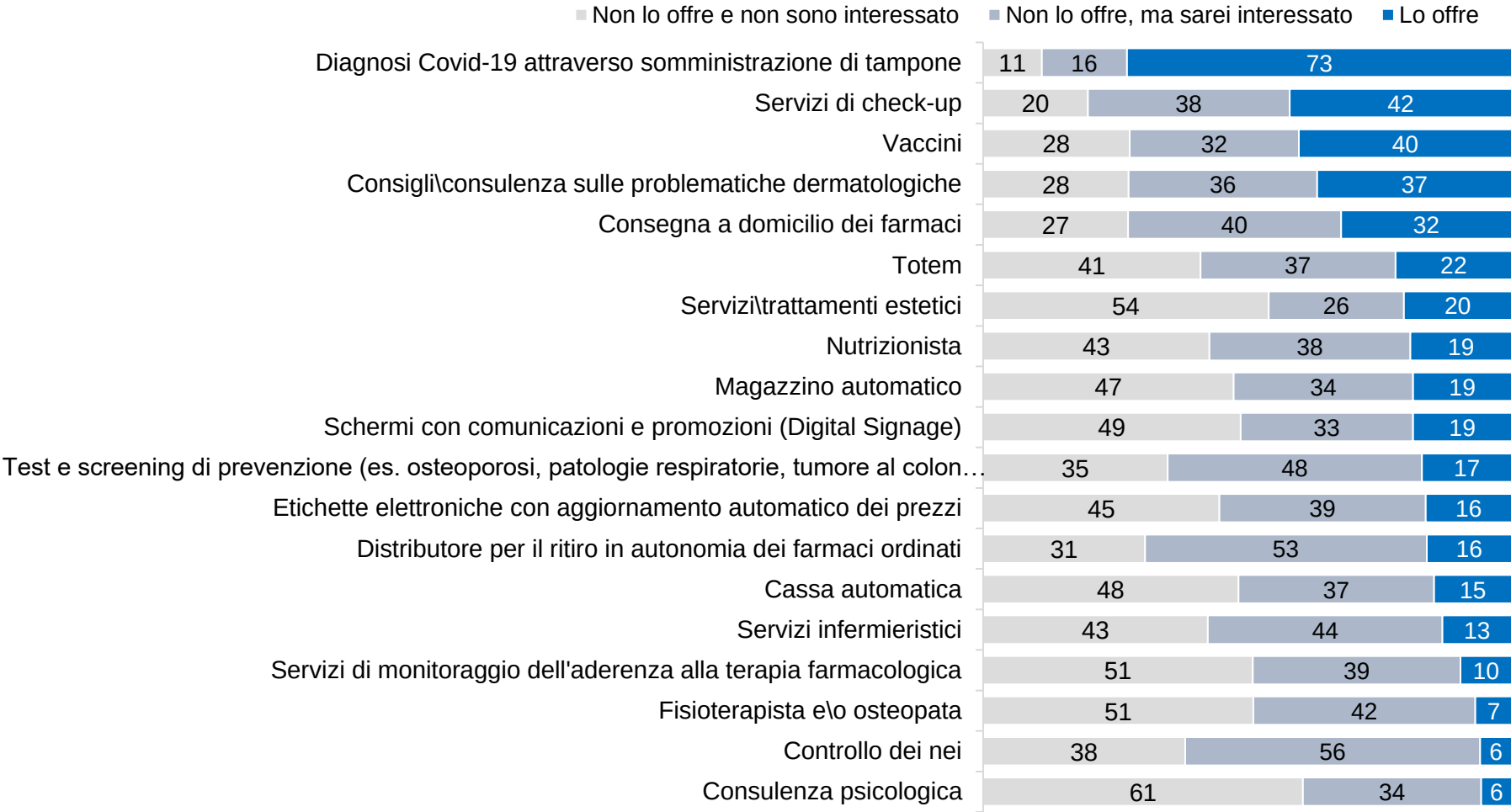


Valori %

Base: n=1000

D1 Pensi ora alla tua idea di FARMACIA IDEALE. Quali sono gli aspetti fondamentali che a tuo avviso caratterizzano questa idea di farmacia? Quali sono le prime 3 caratteristiche che dovrebbe avere questa farmacia?

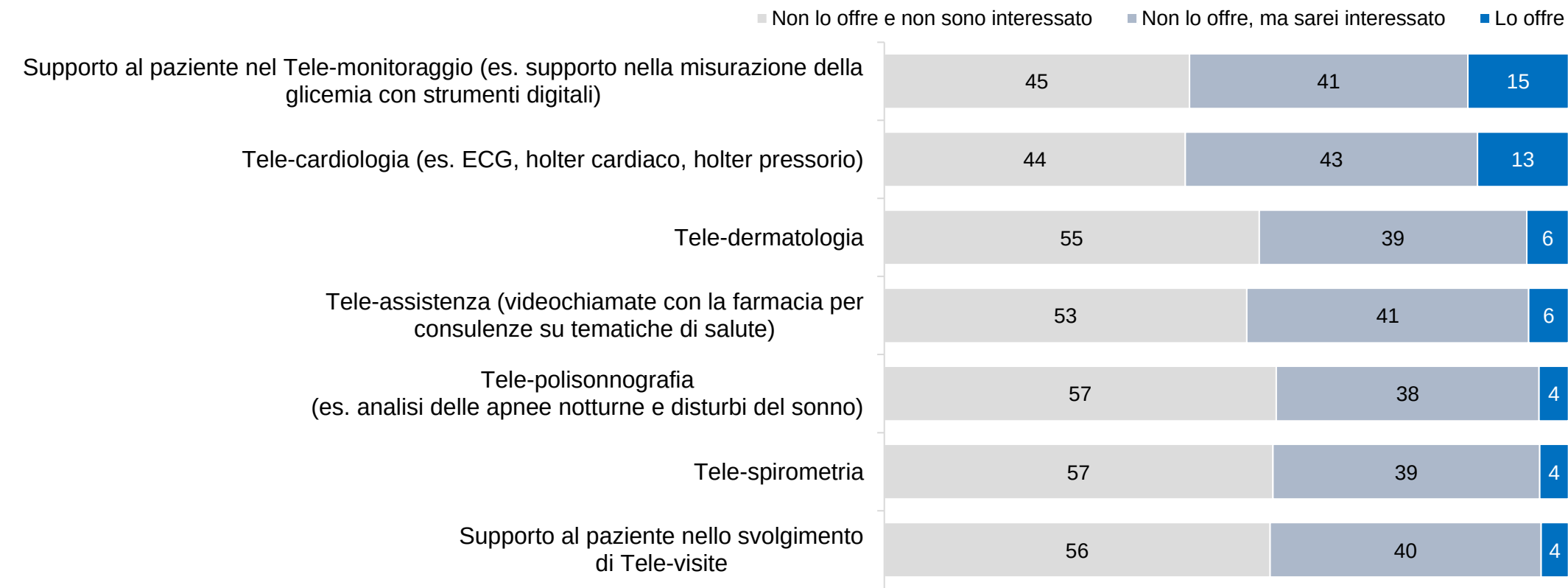
Servizi offerti dalla farmacia



Valori %
Base: n=1000

D16a. Quali dei seguenti servizi offre la sua farmacia e a quali sarebbe interessato?

Servizi Telemedicina offerti dalla farmacia



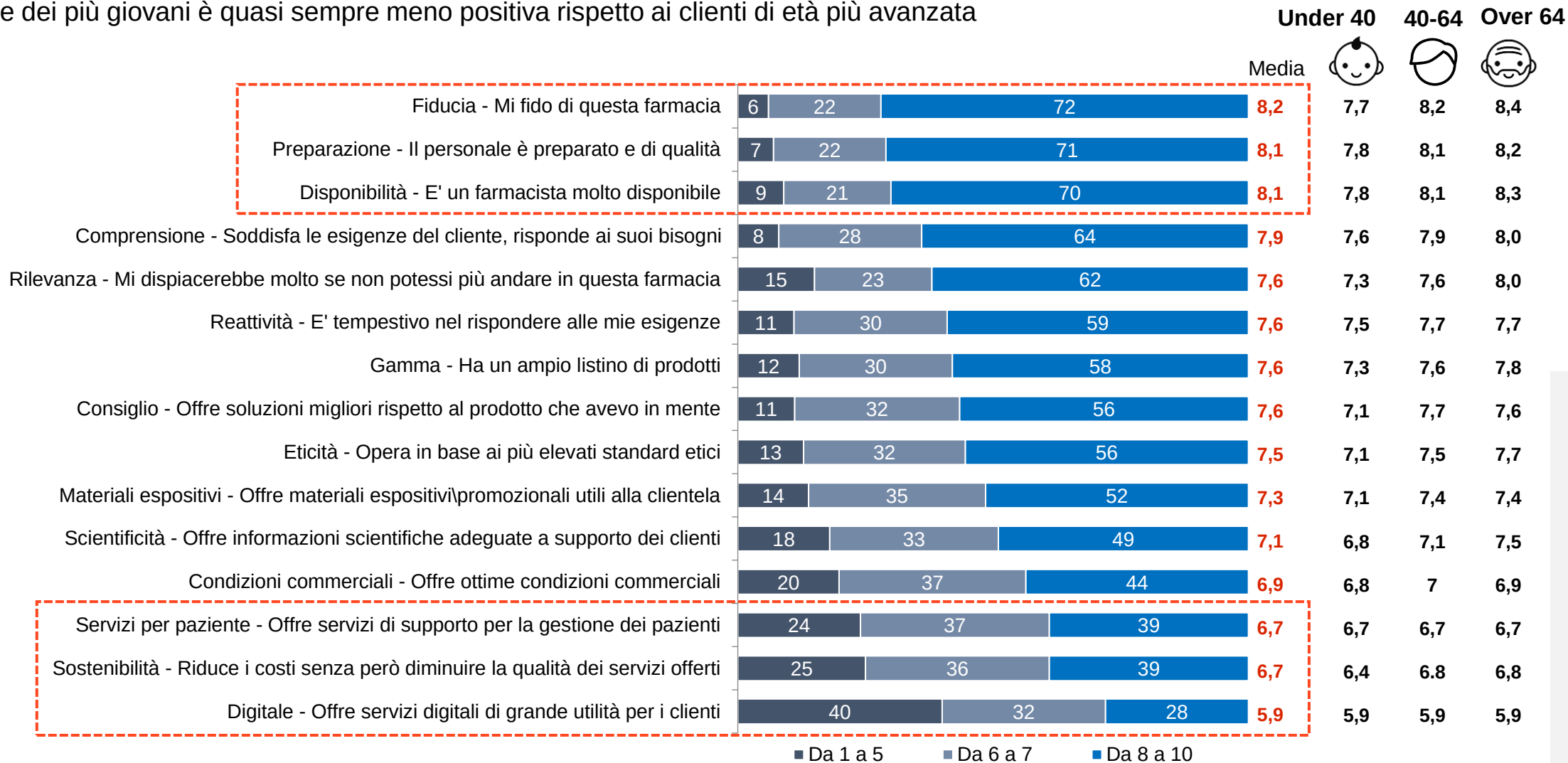
Valori %
Base: n=1000

D16b. Quali dei seguenti servizi in TELEMEDICINA offre la sua farmacia di riferimento e a quali sarebbe interessato?

L'immagine e il ruolo della farmacia di riferimento

Nella valutazione della propria farmacia di riferimento, i clienti restituiscono buoni livelli di soddisfazione, in particolare per affidabilità, preparazione e disponibilità del personale. Manca a oggi soprattutto uno sforzo in area servizi e in particolare in ambito digital.

La valutazione dei più giovani è quasi sempre meno positiva rispetto ai clienti di età più avanzata



Valori %

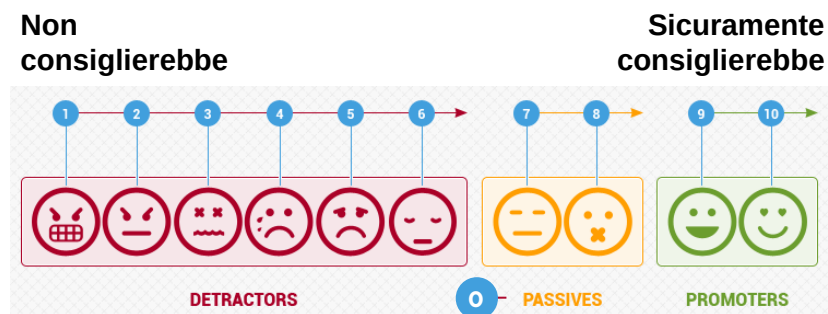
Base: n=1000

D17. Ora Le mostrerò alcune espressioni con le quali si possono descrivere le farmacie ed i farmacisti che vi lavorano

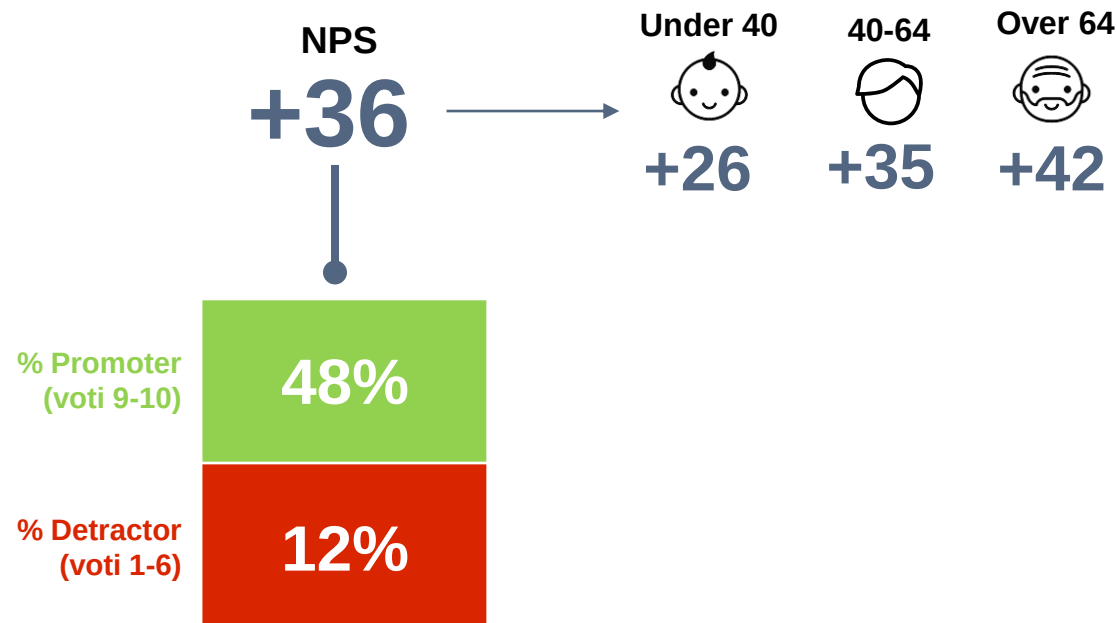
Le chiedo di dare una valutazione della sua farmacia di riferimento su ciascuno degli aspetti in elenco. Per rispondere utilizzi una scala a 10 punti dove 1=per nulla soddisfatto della mia farmacia/del mio farmacista e 10=estremamente soddisfatto della mia farmacia/del mio farmacista

Propensione al consiglio della farmacia di riferimento

I clienti delle farmacie italiane confermano la propria soddisfazione per l'esperienza vissuta in farmacia anche attraverso il Net promoter Score, con un indice decisamente positivo e un cliente su due promoter della propria farmacia di riferimento



$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ PROMOTERS} - \% \text{ DETRACTORS}$$

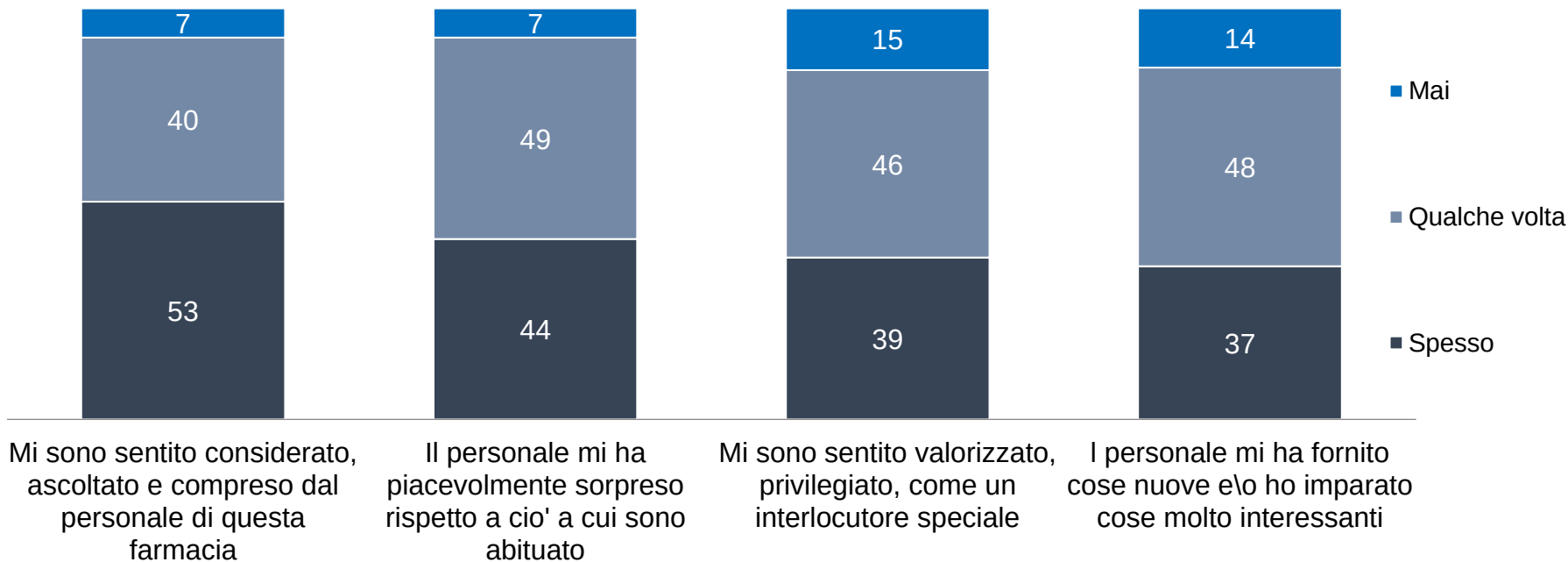
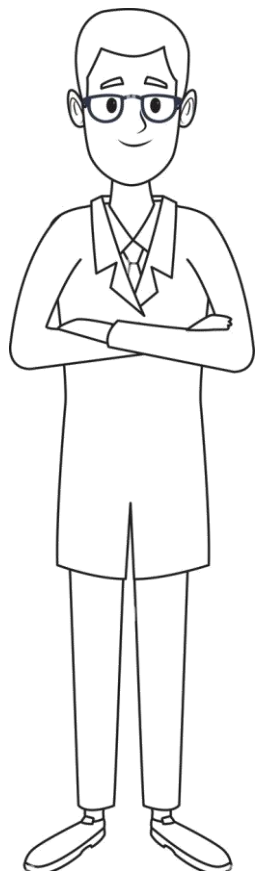


Valori %

Base: n=1000

D18: Pensa che potrebbe consigliare a un familiare o a un amico di recarsi nella sua farmacia di riferimento?

Esperienza in farmacia negli ultimi 12 mesi



Valori %
Base: n=1000

D18: Pensa che potrebbe consigliare a un familiare o a un amico di recarsi nella sua farmacia di riferimento? D19. Quando ripensa alle esperienze che ha avuto all'interno della sua farmacia di riferimento negli ultimi 12 mesi, con che frequenza ti è capitato di provare queste sensazioni?

Le tipologie di farmacie individuate attraverso IL BAROMETRO FARMACIE

“TRADIZIONALE”:

- NON è fortemente specializzata in una specifica area (es. dermocosmesi o integratori)
- Si occupa soprattutto di farmaci da prescrizione medica e ha invece un’offerta limitata per altre categorie di prodotti
- Il personale della farmacia si limita a erogare il farmaco richiesto e NON ha grande propensione a consigliare i clienti
- Offre pochi servizi aggiuntivi per i clienti

“COOPERATIVA STRATEGICA”:

- È fortemente specializzata in più aree specifiche (es. dermocosmesi o integratori)
- Ha un’offerta di prodotti molto diversificata, e si occupa quindi sia di farmaci da prescrizione medica sia di molte altre categorie di prodotti
- Il personale della farmacia ha una grande propensione a consigliare i clienti
- Offre molti servizi aggiuntivi per i clienti
- È parte di una cooperativa o di una catena di farmacie

“DRUGSTORE”:

- È fortemente specializzata in più aree specifiche (es. dermocosmesi o integratori)
- Ha un’offerta di prodotti molto diversificata, e si occupa quindi sia di farmaci da prescrizione medica sia di molte altre categorie di prodotti
- Il personale della farmacia si limita a erogare il prodotto richiesto e NON ha grande propensione a consigliare i clienti
- Offre molti servizi aggiuntivi per i clienti
- Ha un numero di dipendenti elevato
- È parte di una cooperativa o di una catena di farmacie

“CONSULENZA\CONSIGLIO”:

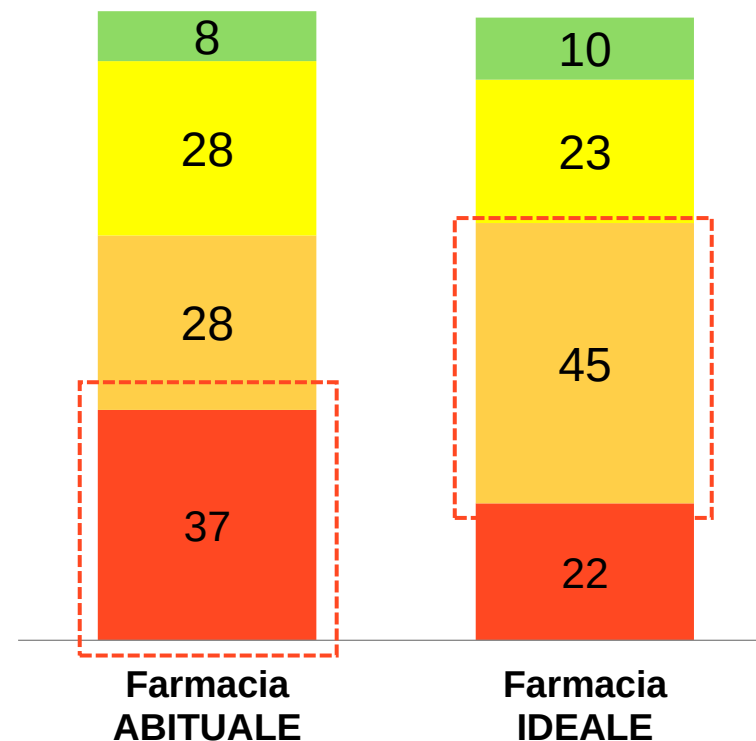
- NON è fortemente specializzata in una specifica area (es. dermocosmesi o integratori)
- Ha un’offerta di prodotti abbastanza diversificata
- Il personale della farmacia ha grande propensione a consigliare i clienti
- Offre pochi servizi aggiuntivi per i clienti
- Ha un numero limitato di dipendenti

Farmacia ABITUALE e IDEALE

I clienti delle farmacie inquadrano più spesso la propria farmacia di riferimento come una farmacia tradizionale ma l'ideale è il modello cooperativa strategica. Diffuse anche la cooperativa strategica e la farmacia consulenza\consiglio, mentre il modello drugstore sembra il meno riconosciuto



- TRADIZIONALE
- COOPERATIVA STRATEGICA
- CONSULENZIALE
- DRUGSTORE



Valori %

Base: n=1000

D20: Le chiedo di leggere i quattro profili e di indicare quale dal suo punto di vista rappresenta più da vicino la farmacia dove si reca abitualmente:

Barometro Farmacie

Le farmacie specializzate in area dermocosmesi



Focus su dermocosmesi

Obiettivi:

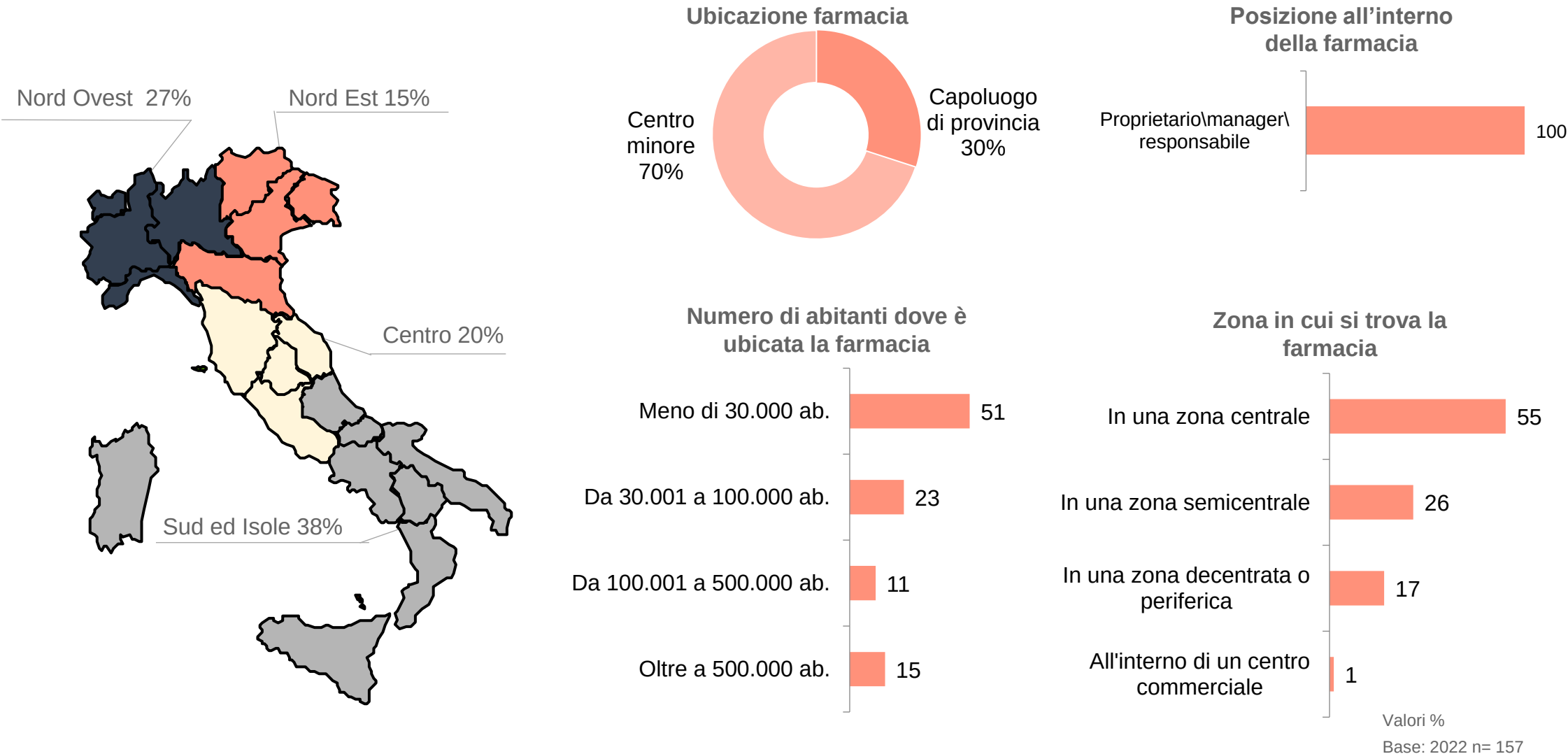
1 - Chi sono le farmacie italiane? E quali le specificità delle farmacie specializzate in dermocosmesi?

2 - La relazione con le aziende in area dermocosmesi



Le farmacie specializzate in dermocosmesi: il campione

(157 farmacie che dichiarano di essere specializzate in dermocosmesi = 72% del 61% delle farmacie che dichiarano almeno una specializzazione)

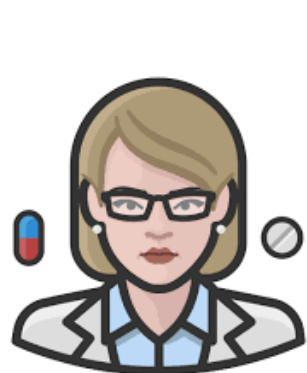


Le caratteristiche della farmacia: personale

I dipendenti della farmacia specializzata in dermocosmesi

Farmacie specializzate in dermocosmesi

6,1
dipendenti in media



3,9 dipendenti
tempo pieno



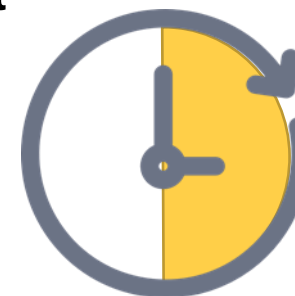
2,2 dipendenti
part-time



Totale farmacie

5.3
dipendenti in media

3.3 dipendenti
tempo pieno



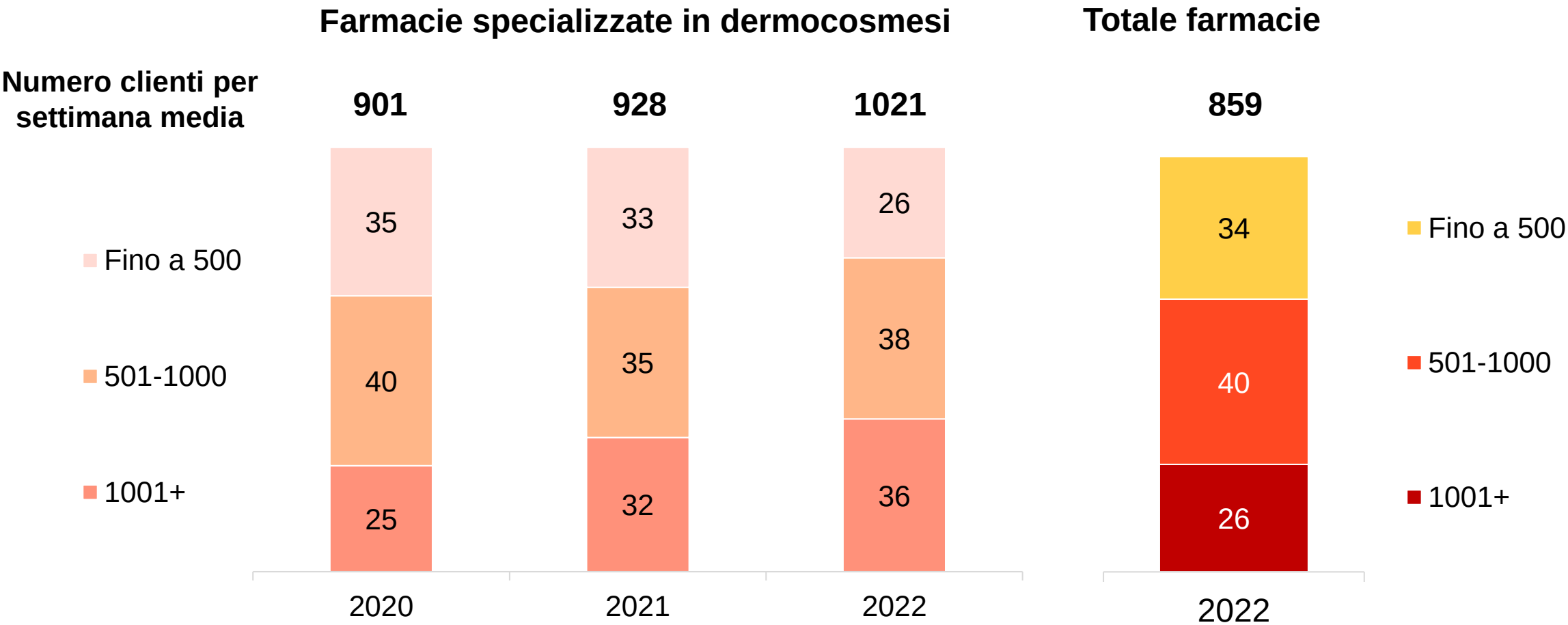
2 dipendenti
part-time



D2. Quanti siete, Lei compreso, a lavorare nella sua farmacia?

Base: totale farmacie 2022 n=360; farmacie specializzate in dermocosmesi n=157

Il numero dei clienti medio per settimana



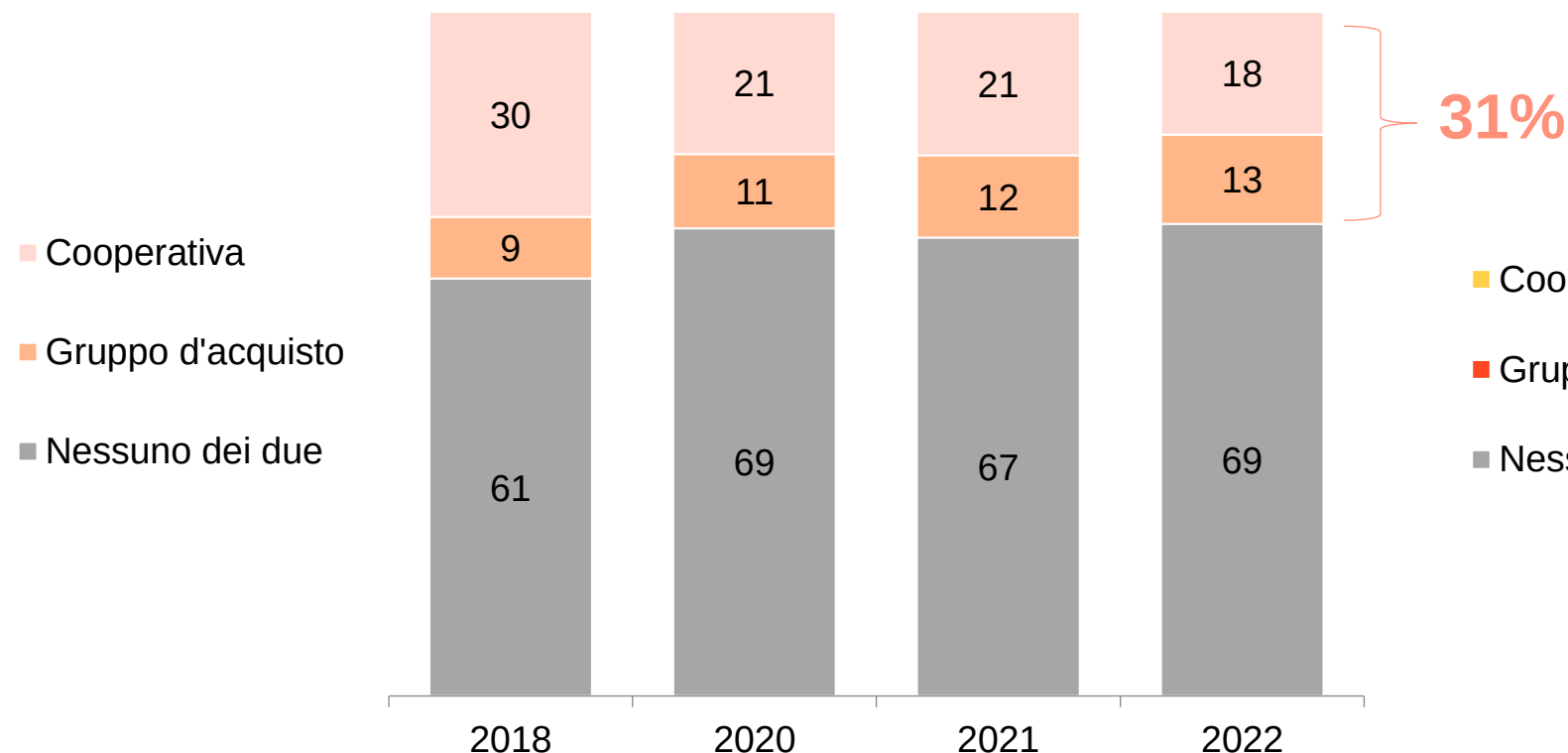
D9. E mediamente quanti clienti entrano nella sua farmacia in una settimana?

Valori %
Base: totale farmacie 2022 n=360; farmacie specializzate in dermocosmesi n=157

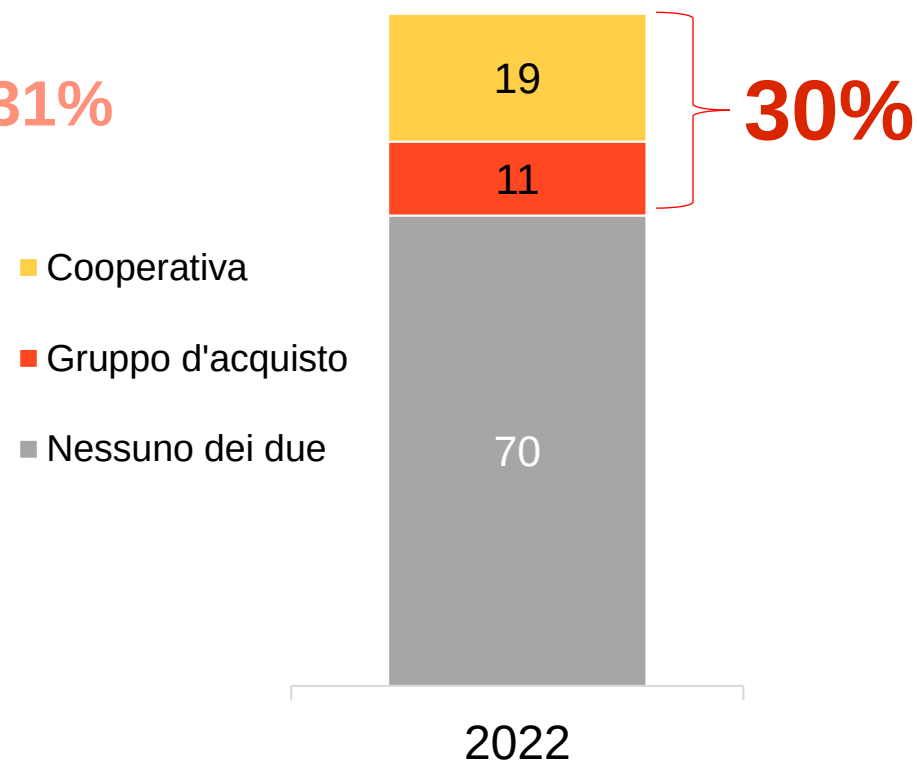
Le caratteristiche della farmacia: cooperative gruppi di acquisto

Stabili rispetto allo scorso anno le farmacie specializzate in dermocosmesi appartenenti a cooperative o gruppi

Farmacie specializzate in dermocosmesi



Totale farmacie

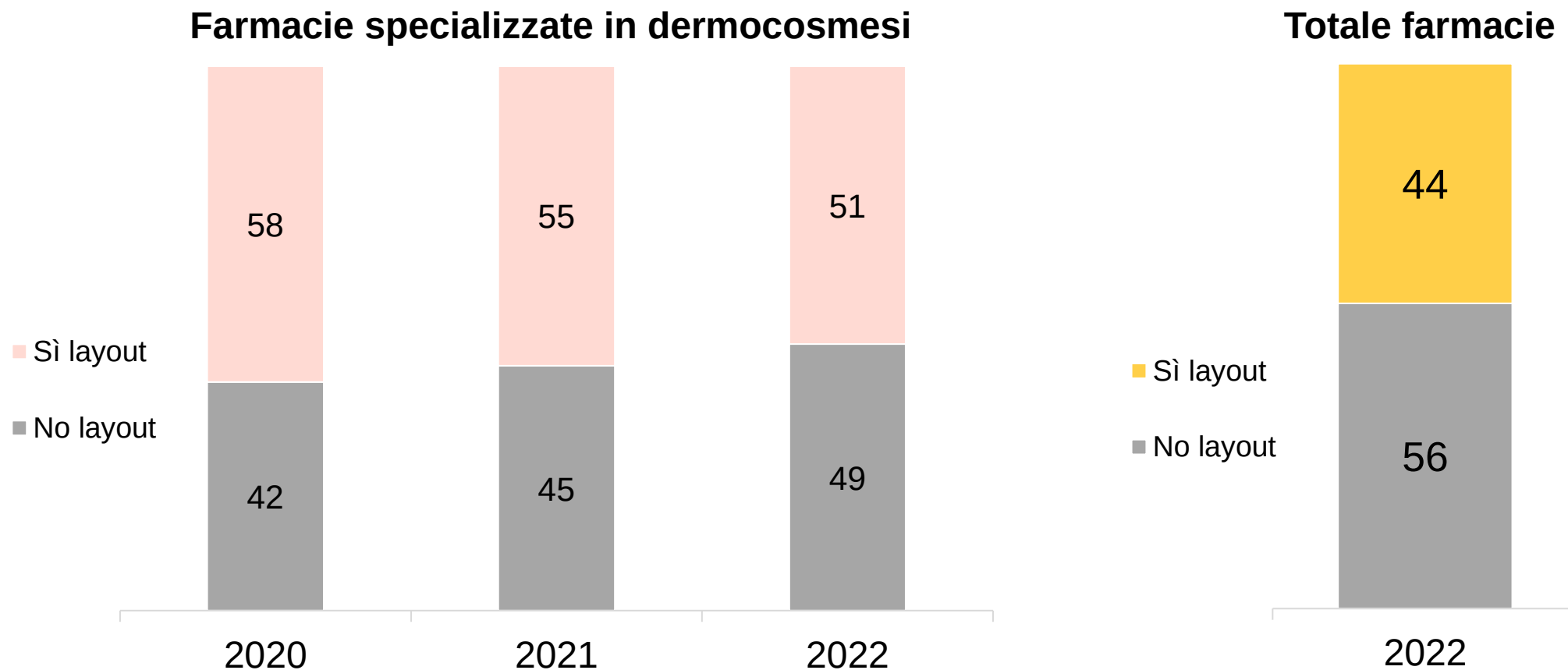


D10. Lei fa parte di una cooperativa o di un gruppo di acquisto?

Valori %
Base: totale farmacie 2022 n=360; farmacie specializzate in dermocosmesi n=157

Le caratteristiche della farmacia: il layout

Lieve contrazione per lo studio del layout rispetto allo scorso anno per le farmacie specializzate in dermocosmesi

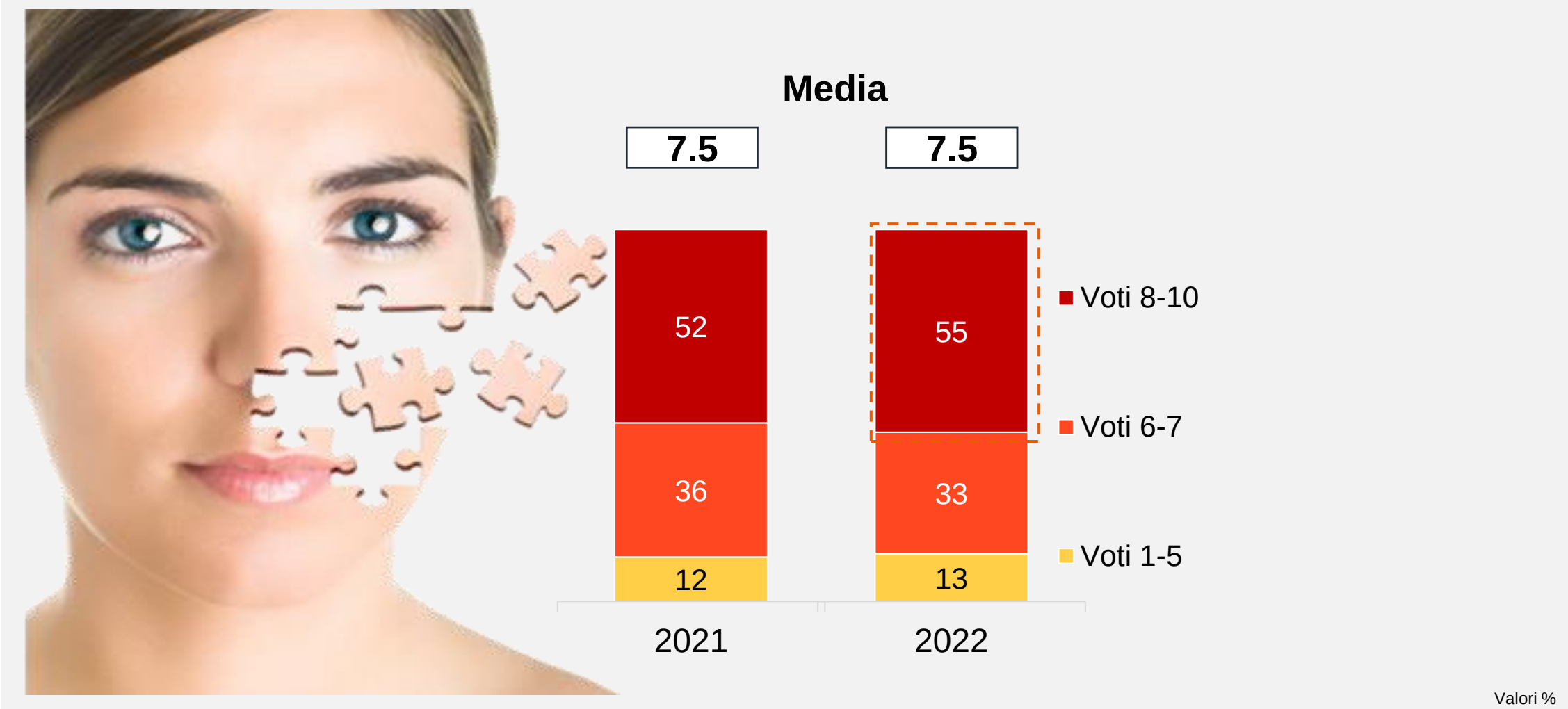


D22. Lei ha studiato un layout particolare per la Sua farmacia?

Valori %
Base: totale farmacie 2022 n=360; farmacie specializzate in dermocosmesi n=157

Importanza della dermatologia oltre alla dermocosmetica

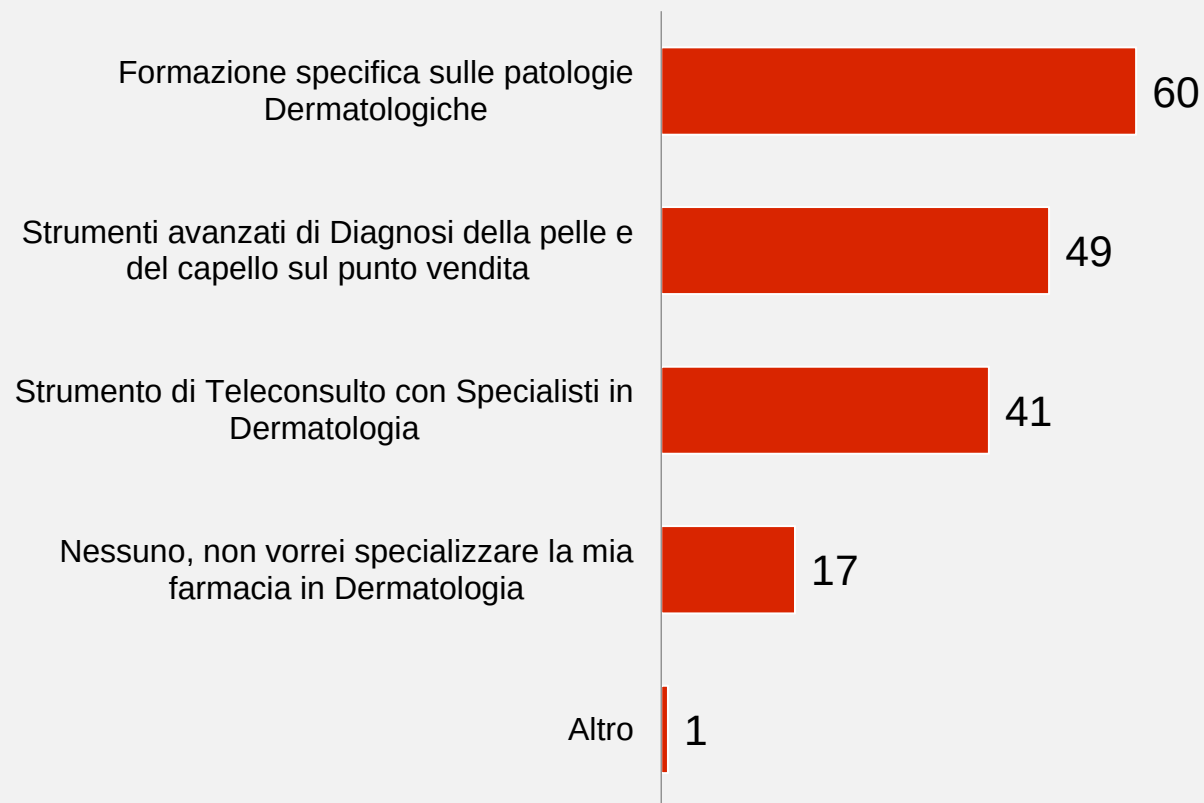
Per un farmacista su due anche l'area dermatologica, oltre alla dermocosmesi, può rappresentare un asset importante per la farmacia



Base: 2022 n=360

Strumenti per specializzare la sua farmacia in dermatologia

Formazione specifica, strumenti diagnostici e consulto con gli specialisti gli elementi necessari per attivare una specializzazione in dermatologia della farmacia



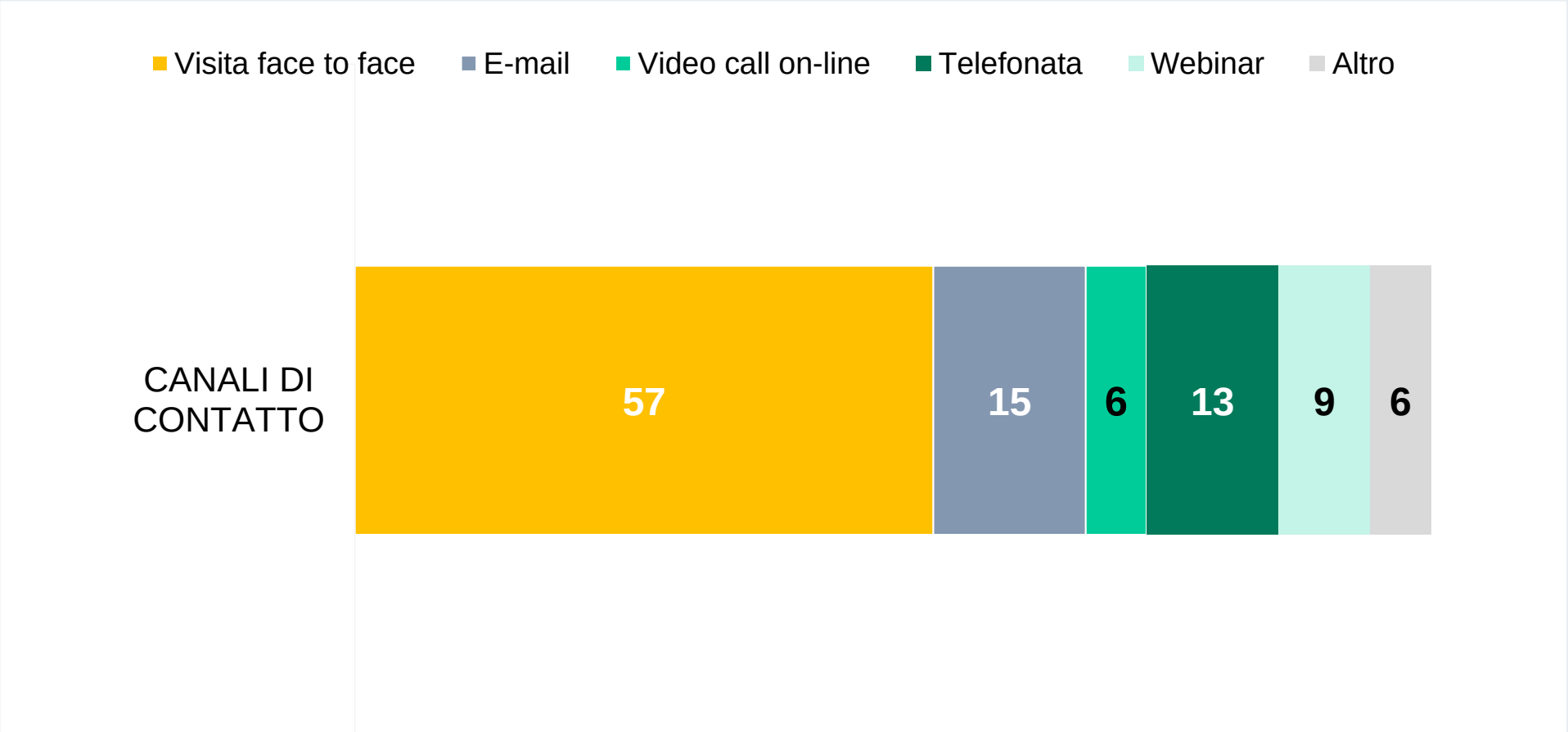
Valori %

Base: 2022 n=360

D34. Quale/i tra questi strumenti vorrebbe attivare per specializzare la sua farmacia in Dermatologia?

Canali utilizzati per categoria: DERMOCOSMESI

Anche in area dermocosmesi la maggioranza dei contatti avviene ancora face to face, ma anche in quest'area ormai il rapporto tra visite e contatti da remoto è quasi paritetico



Valori %

Base: 2022 n=121

Base: 2022 n=360

D44a. E secondo Lei, fatto 100 il numero di contatti che personalmente ha con informatore\agente di un'Azienda specializzata in area DERMOCOSMESI, quante volte vorrebbe che il contatto avvenisse attraverso...

**LA FARMACIA OGGI nei 4 cluster in
area DERMOCOSMESI**

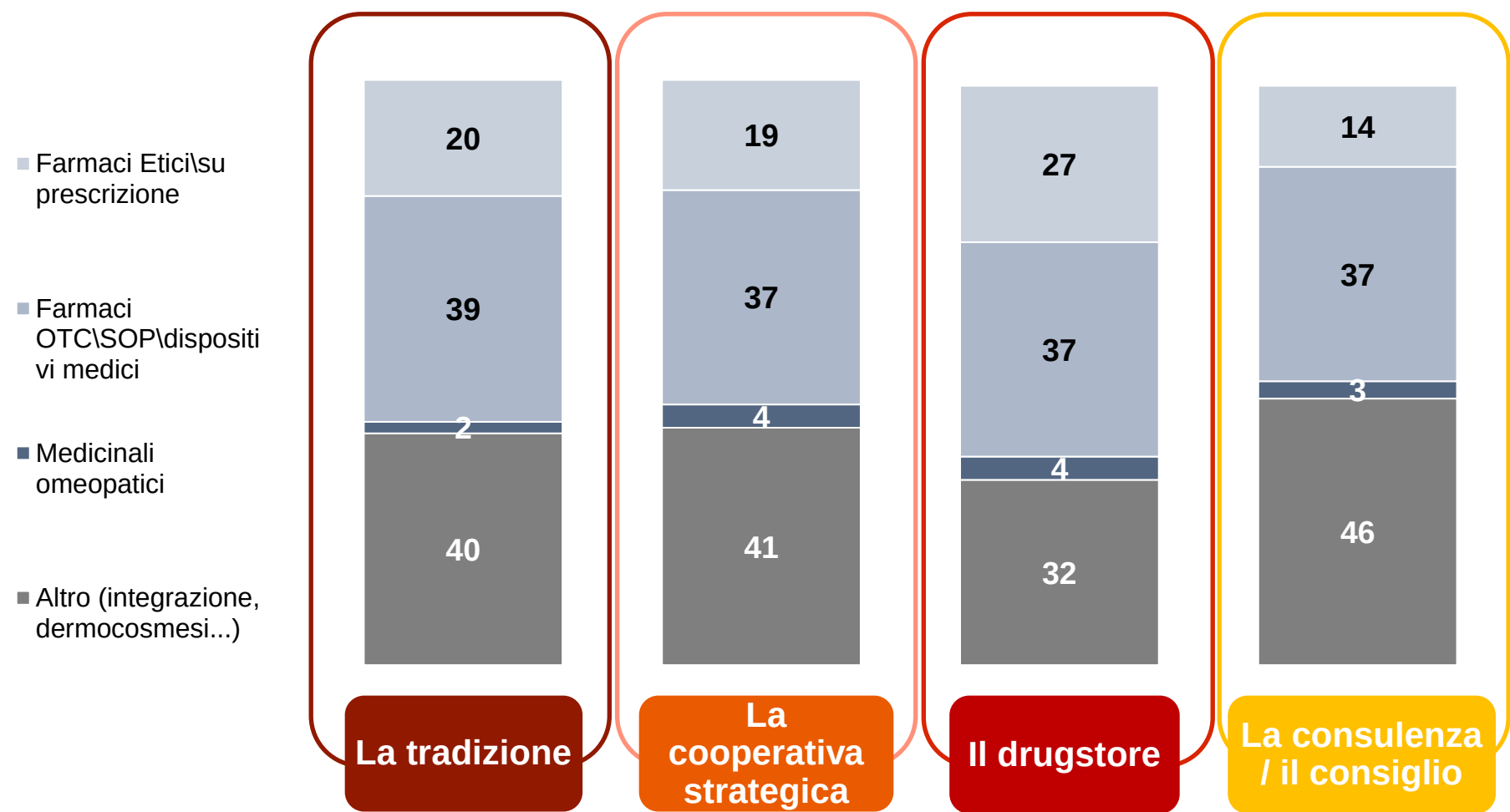
**FARMACIE SPECIALIZZATE IN AREA
DERMOCOSMESI**

Le tipologie di farmacie



Specializzazione (mono/multi)

Consigli nell'ultimo mese

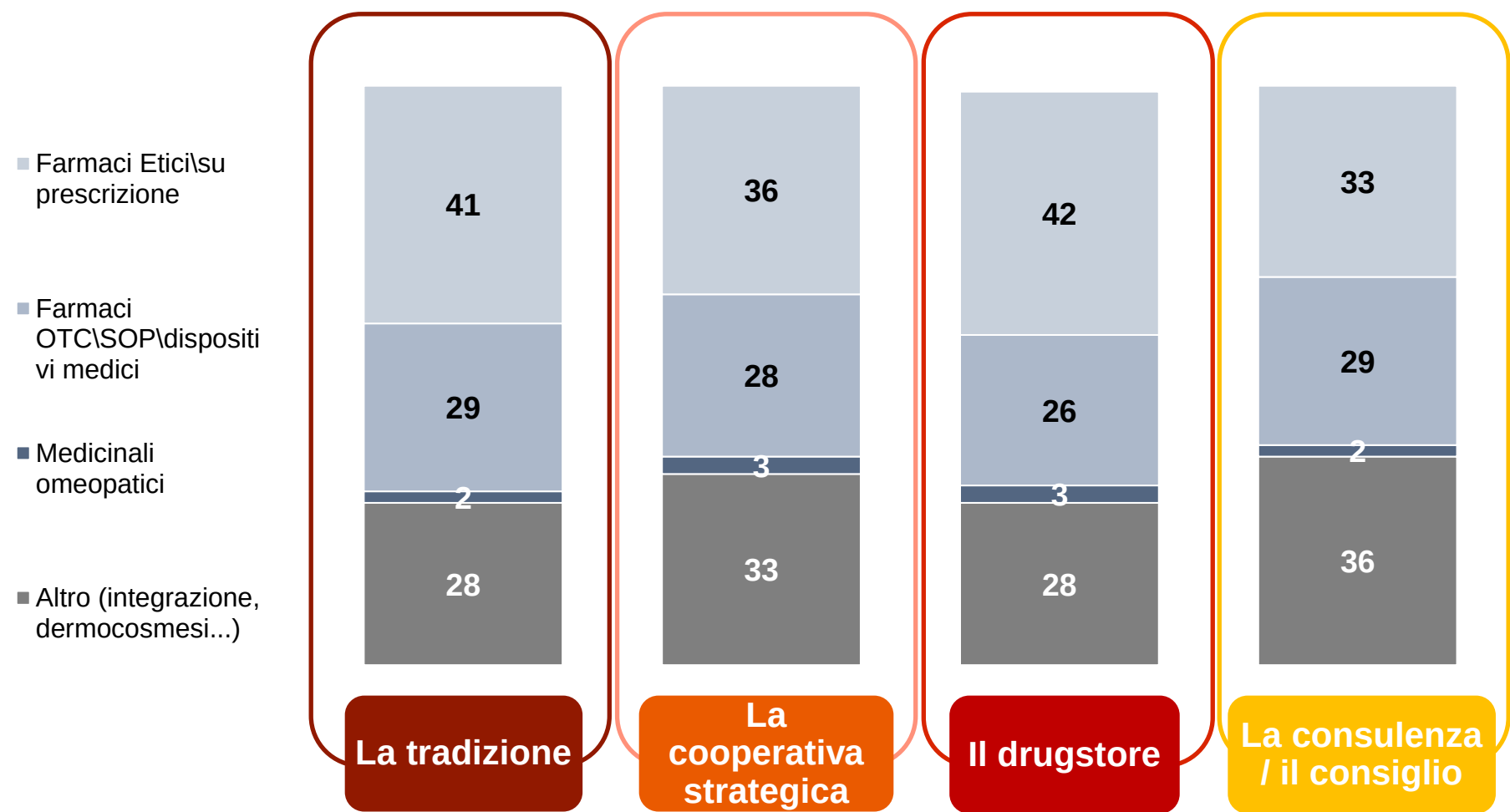


D23. Fatto 100 i consigli dati nella sua farmacia dell'ultimo mese, in che percentuale riguardavano...?

Valori %

Base rispondenti: La tradizione= 16; La coop. strat= 79; Il drugstore= 45; La consulenza= 17

La share delle vendite nell'ultimo mese



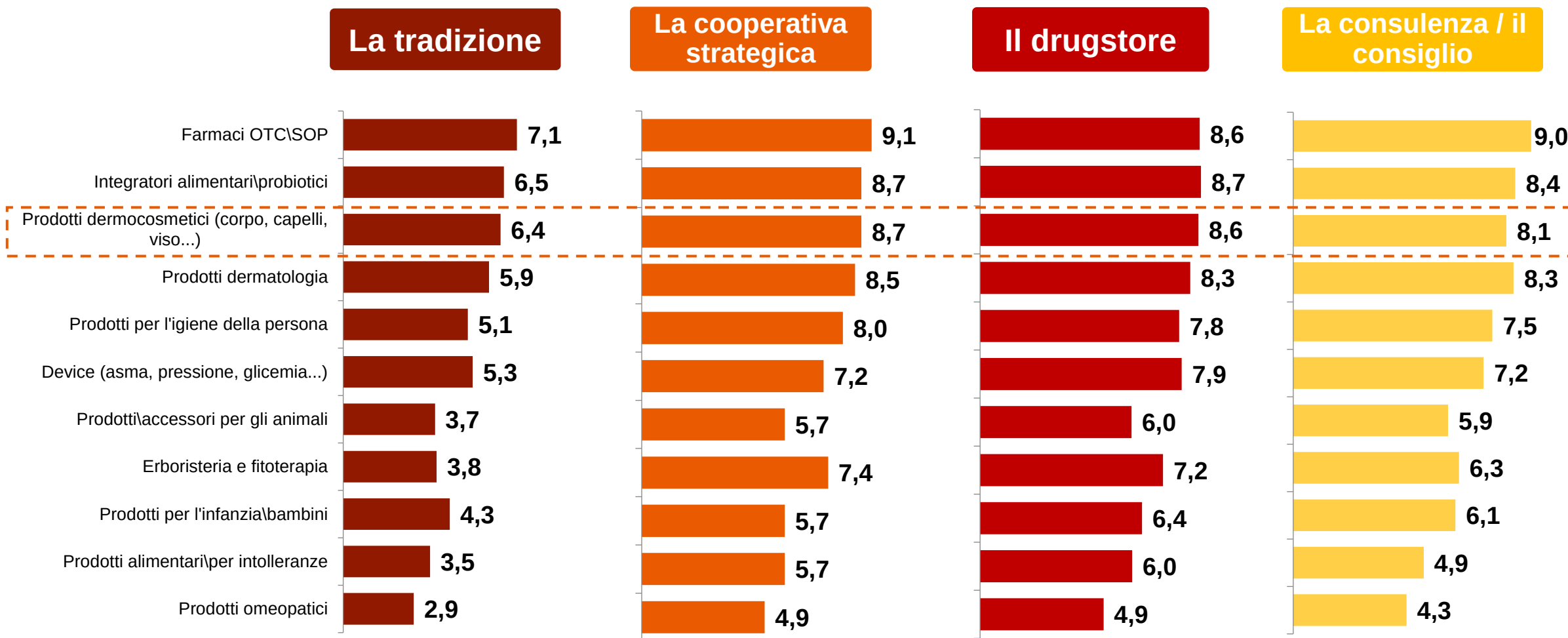
D24. Pensi ora ai farmaci e ai prodotti venduti nella tua farmacia. Pensando alle vendite della tua farmacia dell'ultimo mese, in che percentuale riguardavano....?

Valori %

Base rispondenti: La tradizione= 16; La coop. strat= 79; Il drugstore= 45; La consulenza= 17

L'IMPORTANZA dei prodotti in farmacia

Importanza del prodotto



D33. Per la sua farmacia quanto sono IMPORTANTI\STRATEGICI questi settori\tipologie di prodotti?

Base rispondenti: La tradizione= 16; La coop. strat= 79; Il drugstore= 45; La consulenza= 17

LA FARMACIA OGGI nei 4 cluster

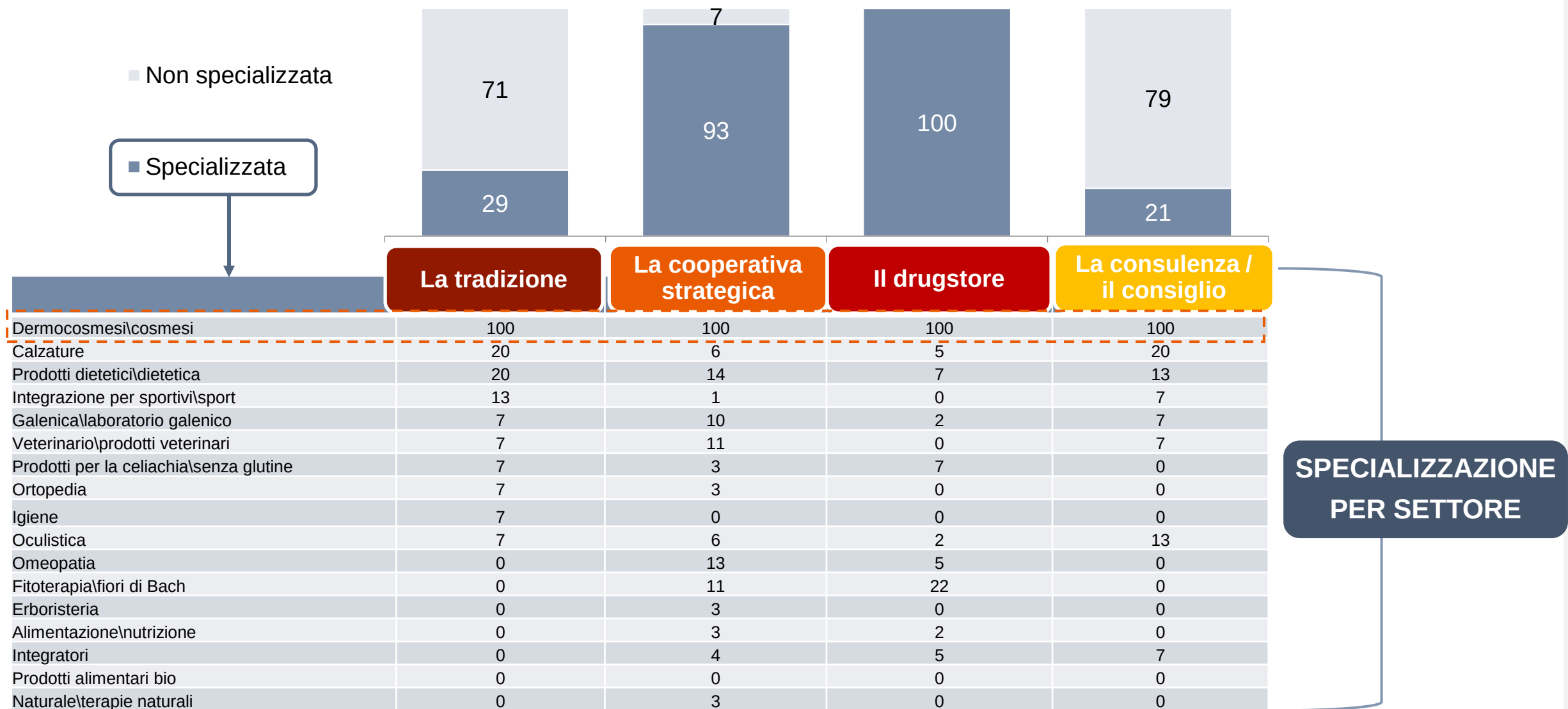
FARMACIE SPECIALIZZATE IN AREA DERMOCOSMESI

prodotti e servizi attualmente offerti



specializzazioni

Specializzazione farmacia per settore



D17. La Sua farmacia è specializzata in qualche settore oltre a quello farmaceutico (cosmesi, prodotti dietetici, calzature, oculistica)?

Valori %

Base rispondenti: La tradizione= 16; La coop. strat= 79; Il drugstore= 45; La consulenza= 17

Solidità e affidabilità storica / **Esperienza** estesa e maturata in 70+ anni / **Soluzioni** proprietarie e personalizzabili / Continua **innovazione**: pioniere nel digital e nelle scienze comportamentali / Team variegato di **specialisti**: ricercatori, analisti, data scientist, sociologi... / Human intelligence, **flessibilità** di pensiero e **velocità** di esecuzione / **Consulenza focalizzata** sul business e il settore / **Internazionalità** e capacità globali /

Per maggiori informazioni:



Bva Doxa



Doxapharma
UN DELTA IN PIÙ

WWW.BVA-DOXA.COM

Copyright © BVA Doxa - 2019