

# IO SCELGO TE

Come valorizzare  
la tua farmacia  
e fidelizzare il paziente

---

**Ottobre 2018-Roma**

Hotel Donna Camilla Savelli - Via Garibaldi, 27

---



# Una cultura devota all'Understatement

Se un granchio si arrampica in cima al secchio per fuggire,  
gli altri lo afferrano e lo riportano giù  
– detto Indiano

Al papavero più alto viene tagliata la testa  
– detto Australiano

Il chiodo che si blocca viene martellato  
– detto Giapponese

Lo stelo del riso si piega quando è maturo  
– detto Coreano

La presunzione può gonfiare un uomo ma non lo farà mai volare  
– detto Italiano

Lu sceccu ca s'avanta nun vali mancu 'nna lira  
– detto Siciliano

# Temi della giornata

Scoprire il proprio Brand attuale

Sviluppare e ridefinire il proprio Brand

Comunicare il proprio Brand

Mantenere il proprio Brand

*Ognuno di noi rappresenta il proprio Brand*

# Come possiamo lavorare sulla nostra immagine



**FARMACIA**  
SPECIALIZZATI IN MEDICINA NATURALE  
DAL 1902

MARKETING

**Super offerte!**

**Ti aspettiamo in farmacia**

Solo per questo week end  
**il 20% di sconto**  
su tutti i nostri prodotti galenici



PUBBLICITÀ

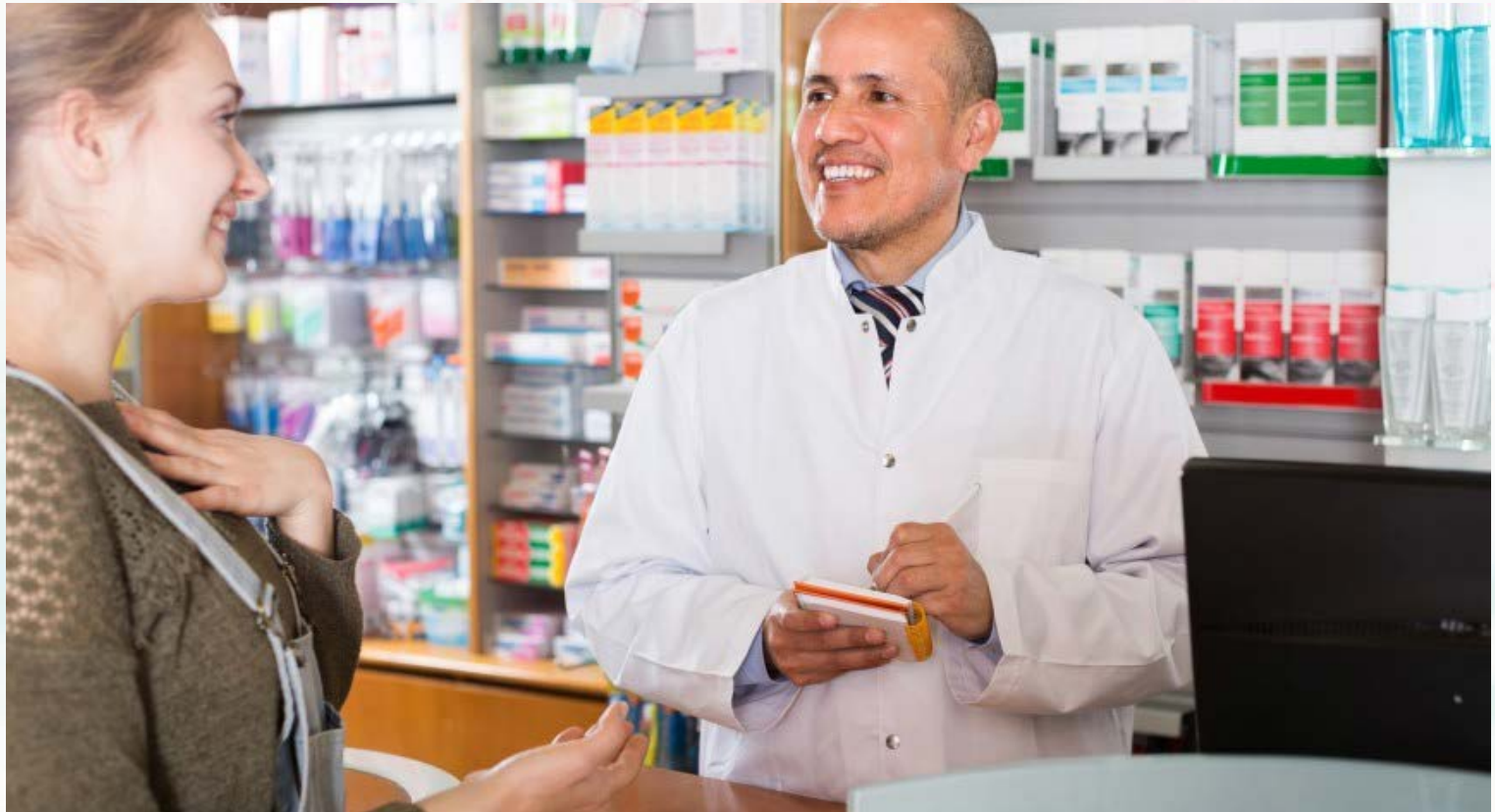


*«Lo sai che in quella farmacia possono realizzare un prodotto su misura per le tue esigenze?»*

PASSAPAROLA

# Il Self Branding

*«Siete gli unici in zona ad ascoltarmi e avere sempre il prodotto che fa per me»*



# La prima impressione



# Alcuni dati

Più dell'80% della prima impressione dipende dall'immagine che proiettiamo attraverso gli aspetti non verbali



# La prima impressione



Il nostro cervello riconosce schemi,  
predilige somiglianze  
e ricorda le differenze

Le persone ti identificheranno  
attraverso una definizione,  
utilizzando uno o più schemi propri

Negare l'esistenza di un brand  
personale è negare  
la normale pratica  
di riconoscere e definire l'altro

*Non si ha mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione.*



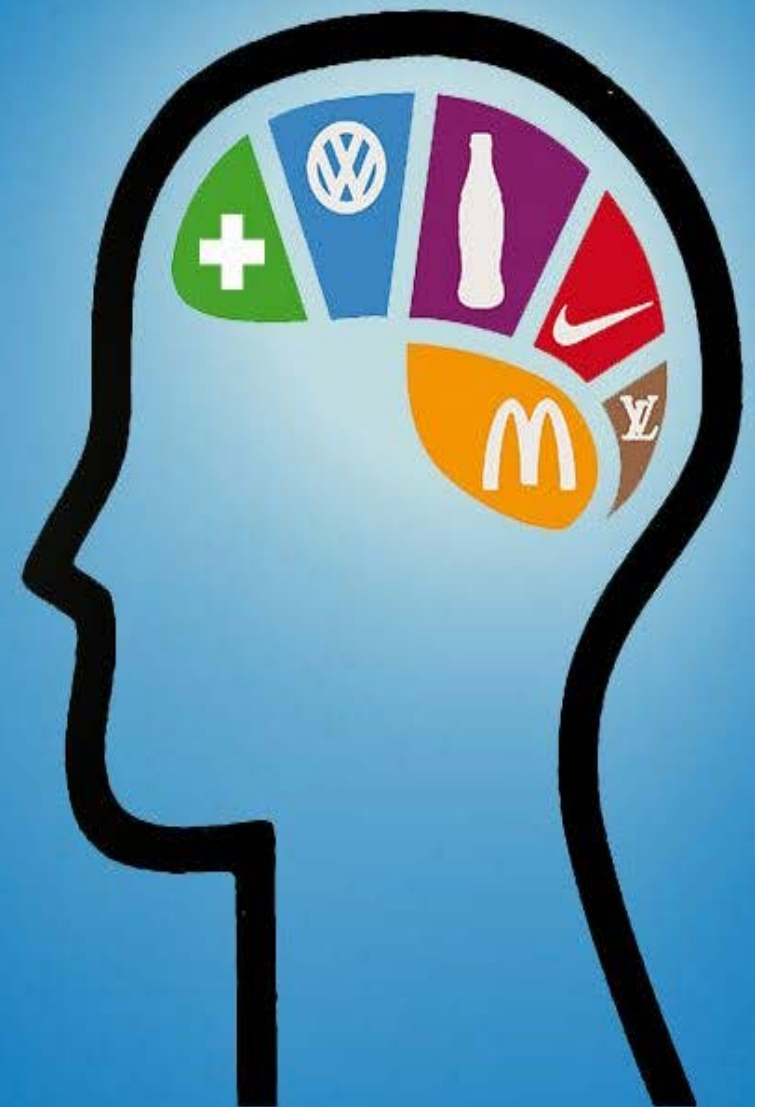
# Lo stato attuale del tuo brand personale

---



*Il tuo brand personale è ciò che distingue te dagli altri*

# Il Posizionamento della Farmacia nella Mente



# Brand intrinseco della farmacia

- Ha un assortimento di prodotti di alta qualità oltre ai farmaci
- Ha prodotti di ottima qualità e marche qualificate, in grado di dare un senso di garanzia e di sicurezza
- Ha prezzi più alti, ma i prodotti che si acquistano solo in farmacia sono più validi, seri e sicuri
- Ha dei laureati esperti a cui ci si può rivolgere con fiducia per una consulenza
- Il farmacista è una figura stimata e affidabile

*Fonte: Federfarma*

# Brand Intrinseco della Farmacia



Nella percezione dei vostri pazienti  
la farmacia ha già un posto ben definito  
come luogo dove è possibile trovare prodotti sicuri e di qualità




# PERSONAL BRANDiNG



«Qualsiasi sia la mia estrazione sociale o età,  
io sono di fatto il presidente,  
l'amministratore delegato  
dell'azienda chiamata "IO S.P.A."  
La mia reputazione e la mia credibilità  
dipendono da quanto riesco a comunicare  
la mia competenza e a distinguermi dagli altri,  
determinando così la qualità del mio lavoro futuro»

*Tom Peters, «The Brand Called You»*

A portrait of Jeff Bezos, the CEO of Amazon, with his hands clasped in front of his chin. He is wearing a dark, patterned short-sleeved shirt. The background is a light blue and white abstract design with various colored circles (red, blue, yellow, pink) and a faint, larger-scale pattern of similar circles. The overall aesthetic is clean and modern.

*«Il Personal Branding è ciò che le persone dicono di te quando lasciano la stanza»*

*«Penso che sia possibile  
per le persone ordinarie  
scegliere di essere straordinarie»*



# Tipi di Personal Branding?

**amazon**

JEFF BEZOS



**\$ 98 MLD**

**TESLA**

**SPACEX**

ELON MUSK



**\$ 2,7 MLD**





ANCHE PULIRLO È UN'ARTE

1 Per lavare il calice bisogna usare solo acqua calda. Non serve applicare detergenti.



2 Per l'asciugatura occorre appoggiare i calici a testa in giù su un panno pulito.



3 Se si vuole più brillantezza si può usare il vapore dell'acqua fredda/luce.



4 Per una lucidatura a regola d'arte, procurarsi dei panni precorati divisi in due sezioni: il bianco e il rosso.



5 Prendere il calice dalla base e cominciare la fase della lucidatura.



6 Reggere il calice con la mano sinistra lucidando con quella destra.



7 Fare attenzione a non effettuare torsioni involontarie tra la base e la coppa.



8 Avete seguito tutte le istruzioni? Il risultato non può che essere perfetto.



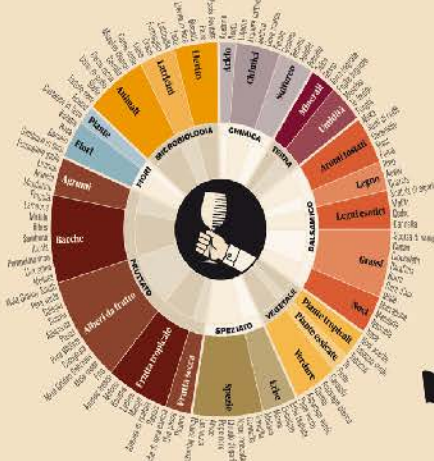
# Bicchiere ragionato

Ogni vino si esalta se bevuto nel calice appropriato. Non è una fissazione da sommelier, ma una verità consolidata nei secoli. Coppe, flûte, "camini": ogni forma guida il vino in bocca. E dal contatto con la lingua e con il palato si sprigionano gli aromi

di Francesco Franchi e Michele Weiss  
Intervista di Laura Cattaneo

**DIVENTARE SOMMELIER. CON QUESTA RUOTA LA MISSIONE È PIÙ FACILE**

I grandi conoscitori e gli amanti del vino forse non ne fanno più bisogno, ma è comunque utile per provare a identificare i mille aromi che compongono il bouquet. La ricerca oggettiva prevede un'assaggiatura tra la prima assaggiatura della degustazione. Quella migliore, invece, scelta quando la prima ballata e coincide con l'eliminazione passo dopo passo degli elementi presenti sulla ruota.



Vini rossi	Altri rossi	Rosé	Vini bianchi	Altri bianchi	Al Sauvignon piace allungato	Vini frizzanti
<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>		<b>F</b>
220 mm x 90 mm 10-65° x 20-28 cm 10-65° x 20-28 cm	240 mm x 100 mm 10-70° x 20-30 cm 10-70° x 20-30 cm	120 mm x 200 mm 77° x 242	200 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm 7-28° x 10-50 cm	220 mm x 100 mm 8-28° x 10-50 cm 8-28° x 10-50 cm	220 mm x 100 mm 8-28° x 10-50 cm 8-28° x 10-50 cm	240 mm x 100 mm 9-50° x 10-50 cm 9-50° x 10-50 cm
Bicchiere di ampio corpo a imboccatura con un collo molto esile.	Disegnato per esaltare il gusto di vini rossi maturati.	Destinato ai vini di grande struttura e ad alta acidità.	Espressamente creato per i vini bianchi, dalla forma esile.	La coppa di ampio corpo con il collo esile.	La bicchiera è il compagno del Sauvignon.	Per vini bianchi e rosati, il bicchiere è il compagno del Sauvignon.
220 mm x 100 mm 10-65° x 20-28 cm 10-65° x 20-28 cm	240 mm x 100 mm 10-70° x 20-30 cm 10-70° x 20-30 cm	120 mm x 200 mm 77° x 242	200 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm 7-28° x 10-50 cm	220 mm x 100 mm 8-28° x 10-50 cm 8-28° x 10-50 cm	220 mm x 100 mm 8-28° x 10-50 cm 8-28° x 10-50 cm	240 mm x 100 mm 9-50° x 10-50 cm 9-50° x 10-50 cm

Dolci	Fortificati	Brandies	Grappe	Amari
<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>L</b>	<b>M</b>
200 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm	100 mm x 200 mm 77° x 242	100 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm	200 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm	100 mm x 100 mm 7-28° x 10-50 cm
La forma è adatta per i liquori dolci e i brandies.	Per i brandies, il bicchiere è il compagno del Sauvignon.	Per i brandies, il bicchiere è il compagno del Sauvignon.	Per i brandies, il bicchiere è il compagno del Sauvignon.	Per i brandies, il bicchiere è il compagno del Sauvignon.

<ul style="list-style-type: none"> <li>Argenteo A128</li> <li>Argenteo B16</li> <li>Argenteo D19</li> <li>Argenteo F13</li> <li>Argenteo E140</li> <li>Argenteo A3</li> <li>Argenteo L26</li> <li>Argenteo L21</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Argenteo B67</li> <li>Argenteo B15</li> <li>Argenteo C17</li> <li>Argenteo C18</li> <li>Argenteo C19</li> <li>Argenteo C20</li> <li>Argenteo C21</li> <li>Argenteo C22</li> <li>Argenteo C23</li> <li>Argenteo C24</li> <li>Argenteo C25</li> <li>Argenteo C26</li> <li>Argenteo C27</li> <li>Argenteo C28</li> <li>Argenteo C29</li> <li>Argenteo C30</li> <li>Argenteo C31</li> <li>Argenteo C32</li> <li>Argenteo C33</li> <li>Argenteo C34</li> <li>Argenteo C35</li> <li>Argenteo C36</li> <li>Argenteo C37</li> <li>Argenteo C38</li> <li>Argenteo C39</li> <li>Argenteo C40</li> <li>Argenteo C41</li> <li>Argenteo C42</li> <li>Argenteo C43</li> <li>Argenteo C44</li> <li>Argenteo C45</li> <li>Argenteo C46</li> <li>Argenteo C47</li> <li>Argenteo C48</li> <li>Argenteo C49</li> <li>Argenteo C50</li> <li>Argenteo C51</li> <li>Argenteo C52</li> <li>Argenteo C53</li> <li>Argenteo C54</li> <li>Argenteo C55</li> <li>Argenteo C56</li> <li>Argenteo C57</li> <li>Argenteo C58</li> <li>Argenteo C59</li> <li>Argenteo C60</li> <li>Argenteo C61</li> <li>Argenteo C62</li> <li>Argenteo C63</li> <li>Argenteo C64</li> <li>Argenteo C65</li> <li>Argenteo C66</li> <li>Argenteo C67</li> <li>Argenteo C68</li> <li>Argenteo C69</li> <li>Argenteo C70</li> <li>Argenteo C71</li> <li>Argenteo C72</li> <li>Argenteo C73</li> <li>Argenteo C74</li> <li>Argenteo C75</li> <li>Argenteo C76</li> <li>Argenteo C77</li> <li>Argenteo C78</li> <li>Argenteo C79</li> <li>Argenteo C80</li> <li>Argenteo C81</li> <li>Argenteo C82</li> <li>Argenteo C83</li> <li>Argenteo C84</li> <li>Argenteo C85</li> <li>Argenteo C86</li> <li>Argenteo C87</li> <li>Argenteo C88</li> <li>Argenteo C89</li> <li>Argenteo C90</li> <li>Argenteo C91</li> <li>Argenteo C92</li> <li>Argenteo C93</li> <li>Argenteo C94</li> <li>Argenteo C95</li> <li>Argenteo C96</li> <li>Argenteo C97</li> <li>Argenteo C98</li> <li>Argenteo C99</li> <li>Argenteo C100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Argenteo D122</li> <li>Argenteo D123</li> <li>Argenteo D124</li> <li>Argenteo D125</li> <li>Argenteo D126</li> <li>Argenteo D127</li> <li>Argenteo D128</li> <li>Argenteo D129</li> <li>Argenteo D130</li> <li>Argenteo D131</li> <li>Argenteo D132</li> <li>Argenteo D133</li> <li>Argenteo D134</li> <li>Argenteo D135</li> <li>Argenteo D136</li> <li>Argenteo D137</li> <li>Argenteo D138</li> <li>Argenteo D139</li> <li>Argenteo D140</li> <li>Argenteo D141</li> <li>Argenteo D142</li> <li>Argenteo D143</li> <li>Argenteo D144</li> <li>Argenteo D145</li> <li>Argenteo D146</li> <li>Argenteo D147</li> <li>Argenteo D148</li> <li>Argenteo D149</li> <li>Argenteo D150</li> <li>Argenteo D151</li> <li>Argenteo D152</li> <li>Argenteo D153</li> <li>Argenteo D154</li> <li>Argenteo D155</li> <li>Argenteo D156</li> <li>Argenteo D157</li> <li>Argenteo D158</li> <li>Argenteo D159</li> <li>Argenteo D160</li> <li>Argenteo D161</li> <li>Argenteo D162</li> <li>Argenteo D163</li> <li>Argenteo D164</li> <li>Argenteo D165</li> <li>Argenteo D166</li> <li>Argenteo D167</li> <li>Argenteo D168</li> <li>Argenteo D169</li> <li>Argenteo D170</li> <li>Argenteo D171</li> <li>Argenteo D172</li> <li>Argenteo D173</li> <li>Argenteo D174</li> <li>Argenteo D175</li> <li>Argenteo D176</li> <li>Argenteo D177</li> <li>Argenteo D178</li> <li>Argenteo D179</li> <li>Argenteo D180</li> <li>Argenteo D181</li> <li>Argenteo D182</li> <li>Argenteo D183</li> <li>Argenteo D184</li> <li>Argenteo D185</li> <li>Argenteo D186</li> <li>Argenteo D187</li> <li>Argenteo D188</li> <li>Argenteo D189</li> <li>Argenteo D190</li> <li>Argenteo D191</li> <li>Argenteo D192</li> <li>Argenteo D193</li> <li>Argenteo D194</li> <li>Argenteo D195</li> <li>Argenteo D196</li> <li>Argenteo D197</li> <li>Argenteo D198</li> <li>Argenteo D199</li> <li>Argenteo D200</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Argenteo E121</li> <li>Argenteo E122</li> <li>Argenteo E123</li> <li>Argenteo E124</li> <li>Argenteo E125</li> <li>Argenteo E126</li> <li>Argenteo E127</li> <li>Argenteo E128</li> <li>Argenteo E129</li> <li>Argenteo E130</li> <li>Argenteo E131</li> <li>Argenteo E132</li> <li>Argenteo E133</li> <li>Argenteo E134</li> <li>Argenteo E135</li> <li>Argenteo E136</li> <li>Argenteo E137</li> <li>Argenteo E138</li> <li>Argenteo E139</li> <li>Argenteo E140</li> <li>Argenteo E141</li> <li>Argenteo E142</li> <li>Argenteo E143</li> <li>Argenteo E144</li> <li>Argenteo E145</li> <li>Argenteo E146</li> <li>Argenteo E147</li> <li>Argenteo E148</li> <li>Argenteo E149</li> <li>Argenteo E150</li> <li>Argenteo E151</li> <li>Argenteo E152</li> <li>Argenteo E153</li> <li>Argenteo E154</li> <li>Argenteo E155</li> <li>Argenteo E156</li> <li>Argenteo E157</li> <li>Argenteo E158</li> <li>Argenteo E159</li> <li>Argenteo E160</li> <li>Argenteo E161</li> <li>Argenteo E162</li> <li>Argenteo E163</li> <li>Argenteo E164</li> <li>Argenteo E165</li> <li>Argenteo E166</li> <li>Argenteo E167</li> <li>Argenteo E168</li> <li>Argenteo E169</li> <li>Argenteo E170</li> <li>Argenteo E171</li> <li>Argenteo E172</li> <li>Argenteo E173</li> <li>Argenteo E174</li> <li>Argenteo E175</li> <li>Argenteo E176</li> <li>Argenteo E177</li> <li>Argenteo E178</li> <li>Argenteo E179</li> <li>Argenteo E180</li> <li>Argenteo E181</li> <li>Argenteo E182</li> <li>Argenteo E183</li> <li>Argenteo E184</li> <li>Argenteo E185</li> <li>Argenteo E186</li> <li>Argenteo E187</li> <li>Argenteo E188</li> <li>Argenteo E189</li> <li>Argenteo E190</li> <li>Argenteo E191</li> <li>Argenteo E192</li> <li>Argenteo E193</li> <li>Argenteo E194</li> <li>Argenteo E195</li> <li>Argenteo E196</li> <li>Argenteo E197</li> <li>Argenteo E198</li> <li>Argenteo E199</li> <li>Argenteo E200</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Argenteo F121</li> <li>Argenteo F122</li> <li>Argenteo F123</li> <li>Argenteo F124</li> <li>Argenteo F125</li> <li>Argenteo F126</li> <li>Argenteo F127</li> <li>Argenteo F128</li> <li>Argenteo F129</li> <li>Argenteo F130</li> <li>Argenteo F131</li> <li>Argenteo F132</li> <li>Argenteo F133</li> <li>Argenteo F134</li> <li>Argenteo F135</li> <li>Argenteo F136</li> <li>Argenteo F137</li> <li>Argenteo F138</li> <li>Argenteo F139</li> <li>Argenteo F140</li> <li>Argenteo F141</li> <li>Argenteo F142</li> <li>Argenteo F143</li> <li>Argenteo F144</li> <li>Argenteo F145</li> <li>Argenteo F146</li> <li>Argenteo F147</li> <li>Argenteo F148</li> <li>Argenteo F149</li> <li>Argenteo F150</li> <li>Argenteo F151</li> <li>Argenteo F152</li> <li>Argenteo F153</li> <li>Argenteo F154</li> <li>Argenteo F155</li> <li>Argenteo F156</li> <li>Argenteo F157</li> <li>Argenteo F158</li> <li>Argenteo F159</li> <li>Argenteo F160</li> <li>Argenteo F161</li> <li>Argenteo F162</li> <li>Argenteo F163</li> <li>Argenteo F164</li> <li>Argenteo F165</li> <li>Argenteo F166</li> <li>Argenteo F167</li> <li>Argenteo F168</li> <li>Argenteo F169</li> <li>Argenteo F170</li> <li>Argenteo F171</li> <li>Argenteo F172</li> <li>Argenteo F173</li> <li>Argenteo F174</li> <li>Argenteo F175</li> <li>Argenteo F176</li> <li>Argenteo F177</li> <li>Argenteo F178</li> <li>Argenteo F179</li> <li>Argenteo F180</li> <li>Argenteo F181</li> <li>Argenteo F182</li> <li>Argenteo F183</li> <li>Argenteo F184</li> <li>Argenteo F185</li> <li>Argenteo F186</li> <li>Argenteo F187</li> <li>Argenteo F188</li> <li>Argenteo F189</li> <li>Argenteo F190</li> <li>Argenteo F191</li> <li>Argenteo F192</li> <li>Argenteo F193</li> <li>Argenteo F194</li> <li>Argenteo F195</li> <li>Argenteo F196</li> <li>Argenteo F197</li> <li>Argenteo F198</li> <li>Argenteo F199</li> <li>Argenteo F200</li> </ul>
---	---	---	--	--

# Il Brand della vostra Farmacia

## Come comunicare il vostro brand:

- in farmacia, attraverso la relazione con i pazienti e la comunicazione
- in farmacia, attraverso l'assortimento dei prodotti e la loro esposizione
- attraverso i servizi che potete offrire
- creando un network o una partnership con le aziende brand
- attraverso i social media

# Le tre delusioni più frequenti

## CONVINZIONE n°1

I clienti sono già interessati al mio servizio

*... molti potenziali clienti non sanno neppure che esisti!*

## CONVINZIONE n°2

I miei servizi sono migliori di quelli di molti dei miei concorrenti

*... offrite tutti la stessa cosa!*

## CONVINZIONE n°3

La mia competenza conta più della mia visibilità

*... la competenza è necessaria ma non sufficiente!*

# Gli stadi emotivi



# E se fossimo noi i clienti?



CHE COSA SI ASPETTA DA VOI

QUALI BENEFICI POTETE OFFRIRGLI

COME FATE AD AFFERMARLO

# Personalità

Alla base di un brand potente c'è sempre una forte personalità.

La strategia principale è quindi quella di comunicare:

- i propri punti di forza
- le proprie competenze
- i propri valori



# VALORI

Selezionate i 5 valori che vi appartengono  
e che vorreste fossero distintivi della vostra farmacia

Credibilità

Cooperazione

Amicizia

Creatività

Libertà

Integrità

Fama

Stabilità

Reputazione

Armonia interiore

Coerenza

Fede

Famiglia

Verità

Potere

Gratitudine

Professionalità

Saggezza

Discrezione

Umiltà

Impegno

Lealtà

Affrontare i problemi

Efficienza

Obiettivi

Ordine

Indipendenza

Prestigio

Competizione

Comunità

Denaro

Positività

Partecipazione

Serietà

Etica

Affidabilità

Aiutare

Autorità

Conoscenza

Onestà

Eccellenza

Leadership



Sulla base dei valori che avete selezionato,  
come volete che gli altri vi percepiscano?



I più rapidi



I più innovativi

I più efficienti



I più originali

I più riforniti



I più economici



I più outsider

# La nostra brand identity



Elementi che ci contraddistinguono



Benefici che possiamo offrire al paziente



Presenza in rete e proattività



Valori e condivisione

Core message: che tipo di professionista voglio essere?





**Grazie per l'attenzione**



**IGManagementMilano**



**Diego Ingrassia**



**[www.igmanagement.it](http://www.igmanagement.it)**