

INTERVISTA ALL'AZIENDA

Gestire l'evoluzione, conquistare il futuro

A colloquio con Gabriele Pierani, presidente di New Line, azienda da oltre 25 anni al fianco dei farmacisti con un ampio ventaglio di prodotti e servizi informatici, gestionali e di marketing, appositamente studiati per supportarli efficacemente nella loro attività

di Giovanni Bernuzzi

Ingegnere Pierani, qual è il messaggio di New Line ai farmacisti italiani?

«È un messaggio di grande ottimismo e propositività, con lo sguardo rivolto a un futuro che presenta sfide sicuramente molto impegnative, ma ricche di potenzialità per chi saprà e vorrà affrontarle con spirito imprenditoriale, valorizzando la professionalità e utilizzando gli strumenti adeguati per una moderna gestione della farmacia. Sappiamo tutti come sia cambiato lo scenario competitivo in cui si trova a operare oggi il farmacista: non solo per i provvedimenti legislativi dei ministri Storace e Bersani, ma anche per la tendenza di lungo periodo alla riduzione della spesa farmaceutica e, più in generale, per l'evoluzione della società, del mercato, del concetto stesso di salute e di conseguenza delle aspettative e delle abitudini dei consumatori. Affrontare con successo questi nuovi scenari richiede una cultura imprenditoriale, un approccio gestionale e di marketing indispensabili alcuni anni fa».

Qual è il ruolo di New Line in questo scenario?

«New Line supporta i farmacisti nel loro percorso di crescita e di evoluzione da più di 25 anni e l'impiego di strumenti informatici e telematici in farmacia è nato con noi. Siamo entrati nel mondo della farmacia nel 1982, collaborando per circa 10 anni con Comifar, che cercava un sistema alternativo alla raccolta ordini telefonica. Tutta la nostra attività si è presto concentrata e specializzata esclusivamente in questo settore e alla fine della collaborazione con Comifar è stata avviata quella altrettanto duratura e importante con Unifarm di Trento, una realtà tecnologicamente all'avanguardia».

Com'è organizzata New Line?

«Nel corso degli anni New Line è notevolmente cresciuta ed è oggi una squadra giovane e dinamica, ma anche esperta e preparata, di 54 persone: alcune sono con noi sin dall'inizio e molte da 20 anni o poco meno. Instaurare rapporti duraturi e costruttivi, con soddisfazione e vantaggi reciproci, è un tratto caratteristico della nostra azienda: non solo con i collaboratori interni e con i partner (come nel caso di Comifar e Unifarm), ma anche e a maggior ragione con i clienti. Abbiamo un portafoglio di circa 600 clienti nel Nord Ovest della penisola, per la maggior parte in Lombardia, e gestiamo oltre 40.000 chiamate all'anno per consulenza, formazione e assistenza. Disponiamo di un call center con 11 persone e di 9 tecnici pronti a intervenire in farmacia entro le 4 ore. Alla Divisione Farmacia si è poi affiancata la Divisione Ricerche di Mercato, in cui operano attualmente sette persone».

Come si articola la gamma prodotti della Divisione Farmacia?
«Proponiamo un ampio ventaglio di prodotti, a partire da Farma.Co e XFarma, gestionali semplici e affidabili per la gestione completa della farmacia, il primo in ambiente Linux/Unix e il secondo in ambiente Windows. New Line è uno dei pochissimi, se non l'unico, for-



Lo staff New Line allo stand Cosmofarma 2008



Il poster per i festeggiamenti dei 25 anni di New Line

te, ordini, inventario, resoconti, rettifiche. Altri prodotti di notevole interesse sono Abaco per la contabilità, HACCPSoft per la soluzione online del problema HACCP, Affari e AffariWeb per la gestione centralizzata e l'ottimizzazione degli acquisti per gruppi di farmacie, Work System, strumento Web per la gestione del personale, e Spot per tutto ciò che è comunicazione all'interno dell'area espositiva in farmacia, a partire dal veloce adeguamento dello scaffale alle indicazioni di legge con etichette o listini. A questi prodotti si affianca una serie di servizi di marketing studiati per portare il cliente

in farmacia, per fidelizzarlo, per generare indotto e promuovere il business, utilizzando tutti gli strumenti e supporti, dai più classici ai più innovativi e tecnologici. Gli ultimi prodotti marketing di successo appena presentati sono la piattaforma Pharmafulcri, per comunicare con intelligenza, e la creazione di siti internet professionali per la farmacia con strumenti davvero utili (come per esempio la gestione delle prenotazioni celiaci). Per tornare ai prodotti, l'ultimissimo nato è il nuovo totem del benessere personalizzato Dermotest, di semplice e facile utilizzo, che orienta il cliente nelle aree benessere, pelle, dieta, solari e capelli, e può essere self service o accompagnato dal farmacista. Attraverso domande e test che possono includere la scansione con telecamera della pelle o del capello, realizza



Il parco macchine per l'assistenza alle farmacie

un report personalizzato, consigliando a ognuno i prodotti più adatti alle sue esigenze».

Quali sono invece le proposte dell'altra Divisione?

«La Divisione Ricerche di Mercato, che opera a livello nazionale, presenta un'ampia e flessibile proposta di analisi per micro-ree e per settori merceologici, rivolta non solo alle farmacie, ma anche alle aziende, con la cui diretta collaborazione vengono realizzati alcuni dei servizi. La conoscenza del mercato è il migliore strumento per crescere e cogliere le opportunità, comprendendo quali sono i propri punti di forza e quali le criticità. Sin dalla prima metà degli anni novanta, insieme ad alcuni farmacisti milanesi particolarmente sensibili a questi temi, abbiamo avviato l'ormai famoso STAFF (Statistiche da Farmacia a Farmacia). Si tratta di

uno strumento essenziale e tuttora unico nel suo genere: raccogliendo mensilmente i dati di vendita dei clienti interessati elabora medie per prodotto e per area merceologica e geografica, sulla cui base il cliente può definire il proprio posizionamento sul mercato e valutare in modo differenziale rispetto a esso i propri risultati. Rapporti sempre più stretti con un ampio panel di farmacie in tutta Italia ci consentono oggi di offrire questi servizi evoluti, anche in collaborazione con alcune importanti case produttrici. È il caso di FAST, specializzato nel mercato della cosmesi, un progetto per il cui avvio è stata fondamentale la collaborazione del dottor Maurizio Castelli, recentemente scomparso, le cui intuizioni hanno spesso anticipato le evoluzioni della farmacia. Dalla collaborazione con Unifarm e Nielsen è nato SESTANTE (Servizi di Statistiche e Analisi sul Territorio) che misura l'andamento negli ipermercati e nei supermercati non solo dell'OTC/SOP ma anche di quelle migliaia di prodotti che già erano presenti ma che dall'inserimento di OTC/SOP hanno ricevuto nuova dignità e nuovo impulso, come dimostrano i dati di vendita. Riteniamo che in prospettiva sia questo, e non quello relativo alle vendite di OTC/SOP, il dato da tenere sotto controllo e potenzialmente più pericoloso per la farmacia».

Qual è l'impostazione di fondo del vostro approccio al cliente?

«Siamo convinti, e le statistiche lo confermano, che il farmacista abbia tutte le carte in regola per vincere le nuove sfide competitive. Ma per giocare con successo deve disporre di conoscenze e di strumenti adeguati. Individuarli e metterli a sua disposizione è la mission di New Line. Il farmacista ha una funzione e un'immagine di presidio sanitario sul territorio profondamente radicata e che non ha uguali. Fulcro ne è la sua professionalità, espressa tipicamente nel consiglio, che tutte le ricerche indicano come primo fattore differenziante e vincente presso il pubblico. New Line ricerca quindi tutte quegli strumenti che possono valorizzare tale funzione. Esempio tipico è l'adozione di un sistema robotizzato per la gestione del magazzino, che permette di restare al banco, dedicando più tempo e attenzione al cliente: New Line segue e supporta il farmacista per individuare il prodotto ideale per la sua specifica realtà e per un'ottimale integrazione con il gestionale di lavoro».

Fondata nel 1981, New Line ha introdotto l'informatica nella farmacia italiana, perfezionando nel tempo un'ampia gamma di prodotti e servizi innovativi che ne coprono in modo mirato le diverse problematiche. Service provider accreditato del progetto SISS, New Line è oggi una struttura di 54 persone, con sistema di qualità aziendale certificato ISO 9001:2000.

New Line s.r.l.

Via Donatori di sangue 100 - 20010 Arluno (MI)
Tel. +39 02 90329.1 - Fax +39 02 90329.236
info@newli.it - www.newli.it

