

**Perché conviene quando
i clienti nel negozio si sentono
bene e si orientano?**

Luboš Korbelař

Group Commercial Director | Dr.Max

Retail Summit 5. 4. 2022

Fattori che influenzano come si sentono i clienti della farmacia

- Personale professionale e livello della loro comunicazione.
- Disponibilità e offerte promozionali.
- Velocità – file, logistica.
- Chiarezza, disposizione di farmacia (area di vendita).
- Pulizia – visiva.
- Comunicazione chiara dei prezzi.
- Novità contro stabilità.

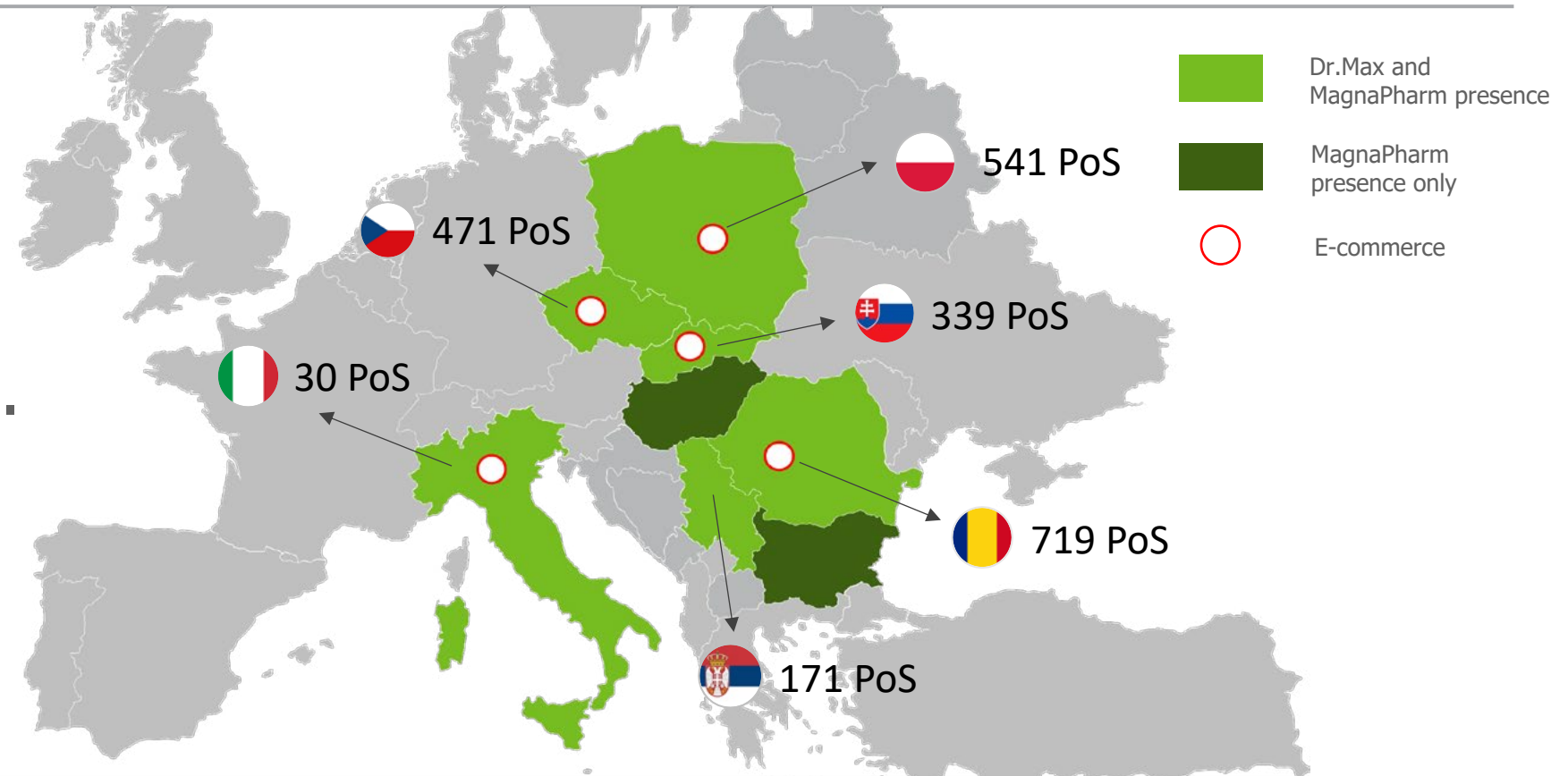


Il modo in cui i clienti percepiscono una visita non influenza solo l'effetto immediato delle vendite, ma soprattutto il rapporto a lungo termine con il punto vendita.

Varietà di formati all'interno della Dr.Max Holding

Dr.Max⁺

- Più di 2200 farmacie.
- 6 paesi.
- 50–1000 m² di superficie di vendita.
- Ogni farmacia è unica in termini di spazio.
- Il comportamento d'acquisto varia significativamente in base al luogo.
- Oltre 30 mila prodotti in esposizione.



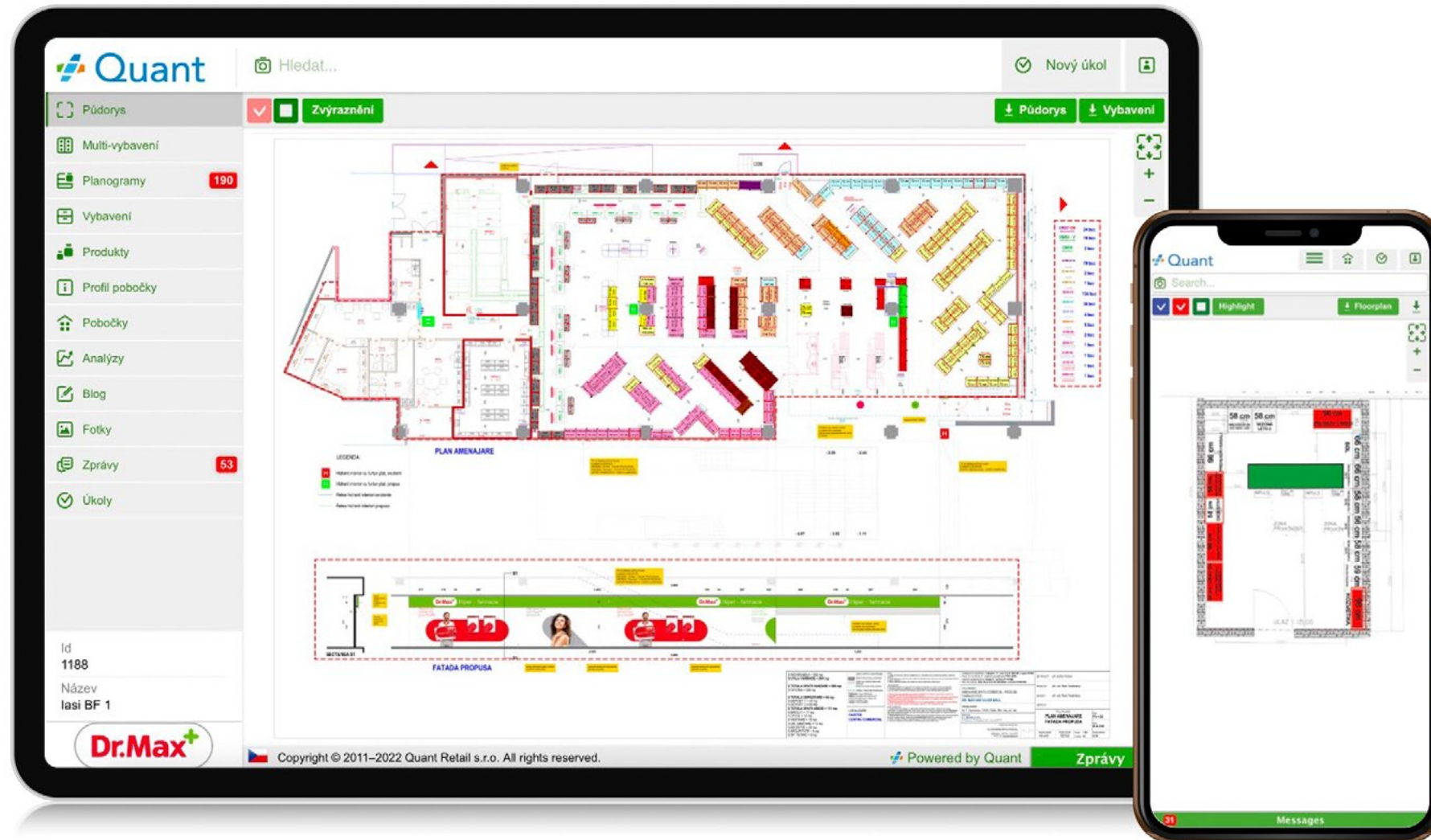
Anche se non ci sono due farmacie uguali, lo spazio di ciascuna è pianificato e gestito in dettaglio. Ogni prodotto ha una posizione ben definita e quantità visualizzata.

Come gestiamo la visita del cliente e l'esperienza del cliente?



Oltre 2000 layout attuali su misura per il luogo

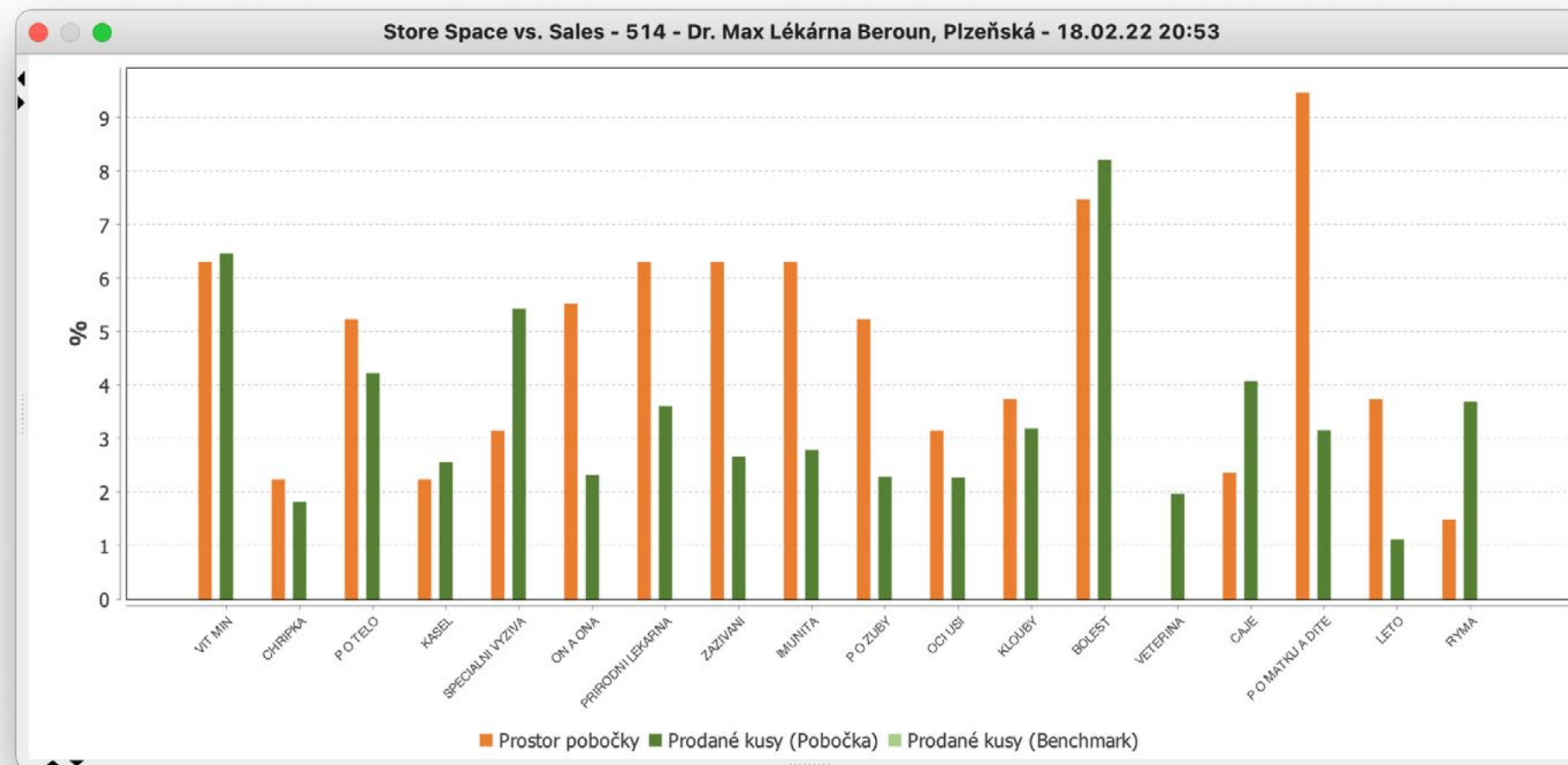
Dr.Max⁺



Accelerazione significativa della ristrutturazione e riduzione del tempo necessario per aprire una nuova farmacia.

Valutazione dello spazio e delle vendite delle categorie

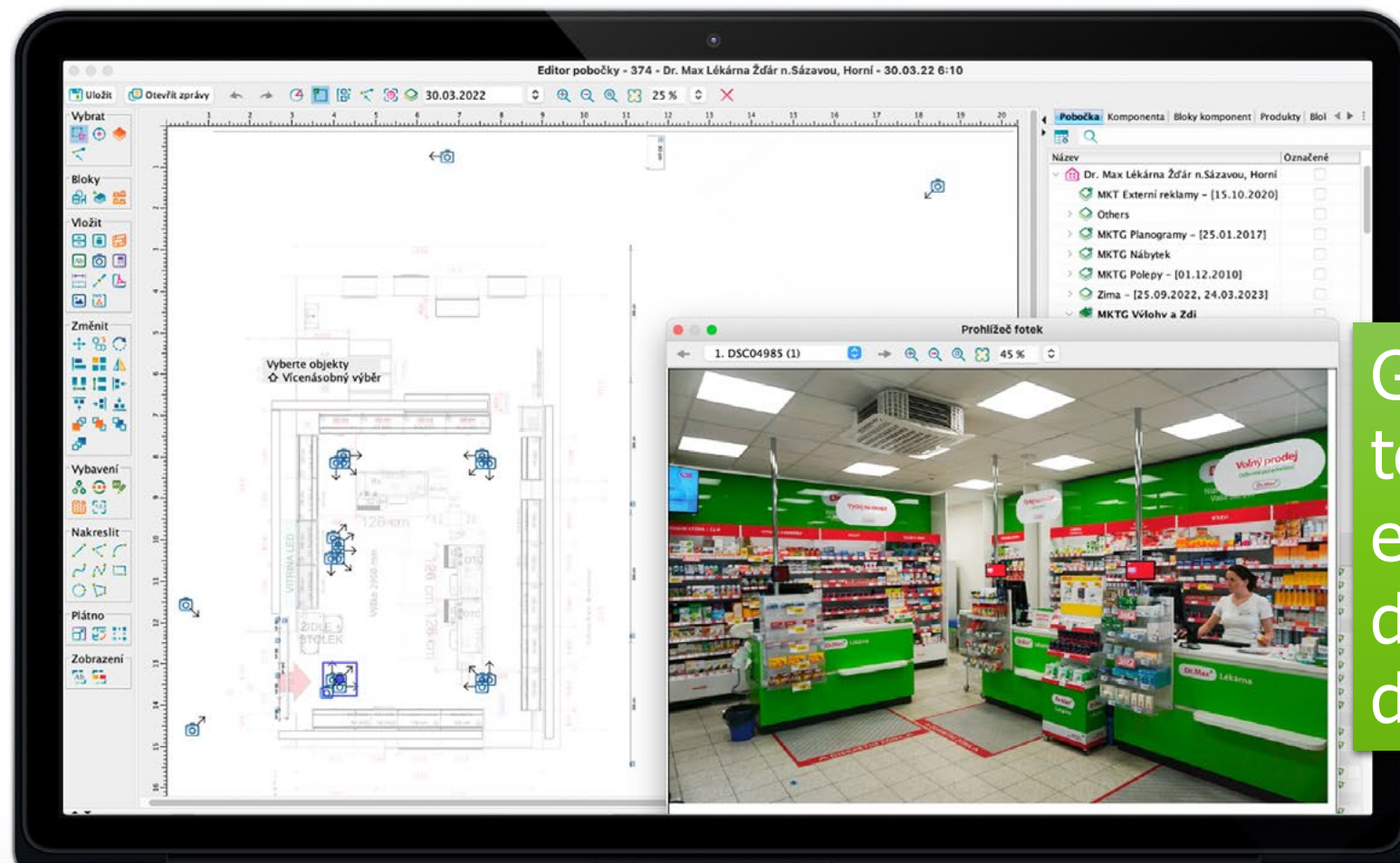
- Corrisponde lo spazio della categoria alle vendite?
- Quali categorie hanno il maggior potenziale di crescita?
- **L'ottimizzazione dello spazio in Serbia ha portato a un aumento dell'8 % delle vendite OTC.**



Registi dettagliati di tutte le attrezzature

Dr.Max⁺

- Scaffalatura
- Mobili
- Vetrine e pareti di negozi
- Segni esterni
- Adesivi
- Materiale di marketing
- Adesivi per pavimenti
- Casse e gettoniere



Grande risparmio di tempo nella gestione e nell'aggiornamento delle comunicazioni di marketing.

Centinaia di planogrammi ottimizzati dall' unica matrice

Dr.Max⁺



La creazione di una matrice in Quant richiede un tempo paragonabile alla creazione di un planogramma in un normale software di planogrammi.

Centinaia di planogrammi ottimizzati dall' unica matrice

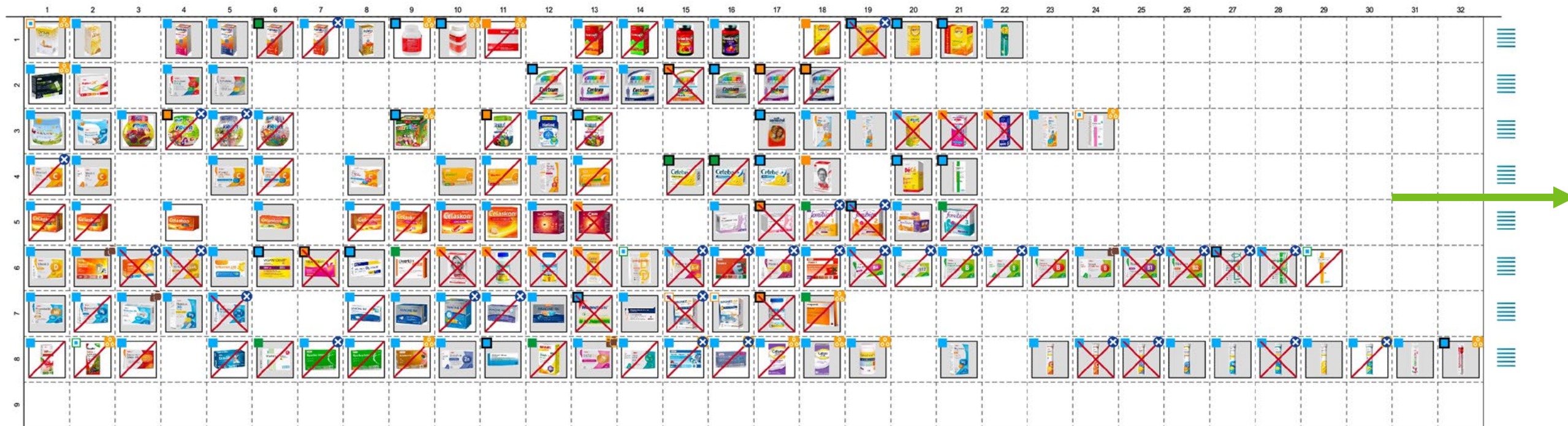
Dr.Max⁺



Ma il risultato non è un planogramma particolare...

Centinaia di planogrammi ottimizzati dall' unica matrice

Dr.Max⁺



Il risultato sono centinaia di planogrammi ottimizzati su misura dei negozi, secondo le dimensioni dello scaffale, le vendite e le regole aziendali.

La farmacia da punto di vista del cliente

- Dai layout disegnati e dai planogrammi, possiamo generare una visualizzazione 3D della farmacia in Quant senza ulteriore lavoro.
- Heatmap e highlights sono disponibili anche in 3D.
- Facile valutazione iniziale dei nuovi concetti.



La fotodocumentazione migliora la qualità dell'implementazione

Dr.Max⁺

The screenshot displays the Quant retail management system interface. On the left, a sidebar menu includes options like 'Pódorys', 'Plánogramy', 'Vybavenie', 'Produkty', 'Cenovky', 'Profil pobočky', 'Pobočky', 'Analýzy', 'Blog', 'Objednávky', 'Fotografie', and 'Správy'. The main content area shows details for a product implementation plan, including the name 'S03', variants 'BOLEST' PREMIUM 1/1, ALERGIE 1/1', dimensions, and a list of products. A 'Duplikované' (Duplicated) label is visible above the product list. To the right, a photo of a pharmacy shelf is shown, with a vertical scale on the left indicating shelf heights from 1. (23,0 cm) to 9. (40,0 cm). The shelf is filled with various medicine boxes. A 'Powered by Quant' logo is visible at the bottom right of the interface.

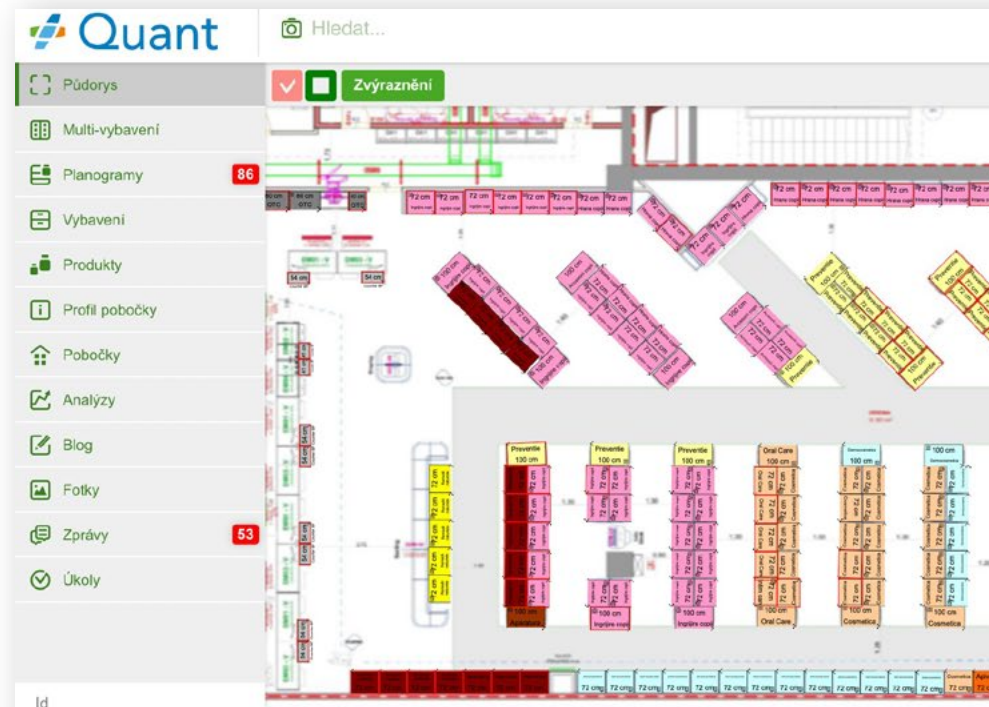
Dopo l'introduzione della conferma dell'implementazione del planogramma con la foto allegata, la qualità e la precisione sono migliorate.

Scalabilità e nuovi formati



Introduzione di nuovi formati

- HiperFarmacia in Romania.
- Risposte alle richieste dei clienti.
- Nuovo formato nelle farmacie.
- 1000 m² di superficie di vendita.
- Ruolo rafforzato dell'area self-service.
- Gestione efficiente dei costi.



Con la gestione dello spazio ed i processi di pianificazione in atto, è molto più facile introdurre nuovi formati e scalare i soluzioni in altri paesi.



I principali vantaggi della gestione complessa dello spazio di vendita

Riassunto dei principali vantaggi della gestione dello spazio in Quant

- **5–15%** aumento delle vendite nelle categorie chiave.
- **20–30%** riduzione delle eccedenze dovuta all'esposizione alla quantità ottimale di prodotti.
- **40–60%** risparmio di tempo sul rimodellamento e sull'apertura di nuovi negozi.
- Miglioramento di ordini automatici collegando Quant e Planning Wizard.
- **Un team di 2–3 persone** in un paese è sufficiente per una gestione dettagliata dello spazio e delle categorie.
- Risparmio del tempo dello staff ogni giorno.
- Più facile implementazione degli accordi con i fornitori.
- Migliore esperienza del cliente grazie al facile orientamento all'interno dell'area di vendita.
- Disponibilità di prodotti rilevanti per il luogo.