



MERCURIO MISURA Srl
CONSULENTI DI DIREZIONE, MARKETING & DIRECT MARKETING



PromoPHARMA

Premessa

Le **aziende farmaceutiche** trovano sempre più nella **farmacia** il momento di conversione in denaro dei propri sforzi produttivi, distributivi e pubblicitari.

La farmacia, infatti, ha assunto sempre maggior ruolo nella vendita di farmaci: oltre il 55% dei prodotti che L'attività di promozione usa spesso pubblicità sui grandi mezzi: tv, giornali, web, social media, il cui obiettivo è "mandare" i clienti in farmacia a cercare il prodotto. La sua presenza nel punto vendita, e l'attenzione del farmacista costituiscono quindi "l'ultimo miglio" del percorso commerciale del prodotto.

Progetto **PromoPHARMA**

L'iniziativa si propone di assicurare la presenza del prodotto nel punto vendita, coinvolgendo il farmacista in un'azione coordinata di sell-in & sell-out che coroni adeguatamente gli sforzi degli attori coinvolti.

Lo schema operativo prevede poche fasi cruciali:

1. File L'azienda sceglie (*) le farmacie su cui attivare l'iniziativa, selezionandole in funzione di criteri preferenziali: **farmacie non visitate dalla rete, farmacie in zone non servite, farmacie particolarmente promettenti**, e così via.

() Ove necessario, siamo in grado di selezionare le farmacie, utilizzando uno strumento molto evoluto di micro-marketing territoriale, dotato di informazioni specifiche delle farmacie: dimensioni, fatturato per settori specifici, potenziale, etc*



2. Contenuto. Prevede la creazione dell'argomentazione di vendita (*): cosa dire al farmacista per indurlo a non perdere nessuna occasione di vendita. Si può decidere se puntare sulla semplice comunicazione dell'iniziativa pubblicitaria in corso in tv o sugli altri mezzi, sulla promozione commerciale a condizioni privilegiate (economiche o finanziarie) o su entrambe.

() La nostra decennale esperienza nel marketing operativo può essere di aiuto per la messa a punto di una efficace proposta commerciale*

3. Realizzazione. La fase realizzativa comporta che un team dedicato di Mercurio Misura prenda contatto con le farmacie selezionate e promuova l'iniziativa: la presentazione telefonica sarà integrata dall'invio per email del materiale specifico e del modulo d'ordine, con prodotti, prezzi e promozioni. *(lavoriamo a contatto diretto con le farmacie dal 2004, con attività di vendita, informazione, ricerche. Siamo in possesso del data base completo delle farmacie italiane, completo di tutti i dati di marketing importanti per le aziende).*

Gli ordini possono essere raccolti direttamente da Mercurio Misura via fax o email, e inviati tempestivamente all'azienda, o inseriti immediatamente nei sistemi gestionali, quando considerato utile accedervi (svolgiamo questa attività da molti anni per primarie aziende farmaceutiche italiane e multinazionali).

4. Vantaggi:

1. **parlare direttamente** al telefono con il farmacista ha un impatto rilevante sulla sua attenzione: al telefono non si resiste. La chiamata telefonica ha la precedenza su quasi tutto quello che sta succedendo, e in caso di impossibilità momentanea, può essere rinviata concordando col farmacista il momento migliore.
2. Al telefono viene "speso" il **nome della sua azienda** farmaceutica, non il nostro: questo crea un'attenzione e una disponibilità straordinaria, rispetto ai contatti presi da distributori multimarca. Il risultato è quello di creare una "relazione" diretta Azienda-Farmacia.
3. La nostra struttura si compone di collaboratori **professionisti**, nostri dipendenti diretti, specializzati nella comunicazione professionale di settore, abituati ad interloquire con le farmacie.

Per maggiori informazioni:

Tel.: 02.27797 – relazioniesterne@mercurio-misura.it