



Programma del corso

Scuola di strategie aziendali per la farmacia. Il percorso formativo aiuta il titolare a capire l'attuale momento di transizione, a cogliere idee e spunti per strutturarsi in maniera efficace sia nella gestione aziendale che nelle strategie da intraprendere, per avere un giusto posizionamento e una giusta redditività in un mercato in continua evoluzione.

Introduzione

Analisi e conseguenze dei cambiamenti del mercato farmaceutico.
Ipotesi scenari della farmacia che verrà.

Venerdì, 5 aprile

INTERVENTO 1

Relatore : Commercialista

- Il bilancio: come tenerlo sotto controllo, riclassificazione del conto economico della farmacia, le principali voci di bilancio e significato economico, i principali indicatori da tenere d'occhio.
- Interpretazione degli indicatori in chiave economica e finanziaria, base di partenza per la pianificazione di un piano strategico in farmacia.
- Esercitazione

Sabato, 6 aprile

INTERVENTO 2

Relatore : Alessandro Benassi
Direttore Acquisti Futura+ Farmacie

- Focus sul corretto utilizzo del proprio gestionale, come avere dei dati attendibili, come leggerlo e quali parametri monitorare in maniera costante.
- Acquisti, vendite, magazzino: dall'elemento fatturato alla marginalità.
- Acquisti: gestione dell'ordine, grossisti e ordine diretto.
- Vendite: margine e ricarico, il prezzo in farmacia, segmentazioni e politiche commerciali.
- Magazzino: indici di rotazione per farmaco ed extrafarmaco, costo del magazzino, gli scaduti.
- Esercitazione.

Venerdì, 10 maggio

INTERVENTO 3

Relatori: Luigi Corvi Vice President Unifarco spa e Davide Rampino BDM Unifarco spa

- Il piano marketing della farmacia. Analisi S.W.A.T. della farmacia.
- Come stabilire una rotta aziendale, fissare obiettivi ed eventuale nuovo posizionamento.
- La pianificazione dei servizi e delle attività (la relazione tra farmacista e cliente, la vera forza della farmacia).
 - Case history vincenti.
 - Esercitazione.

Sabato, 11 maggio

INTERVENTO 4

Relatore : Emanuele Maria Sacchi
Esperto in leadership, negoziazione e comunicazione competitiva

- La negoziazione, come trattare con le aziende fornitrici.
- Il presente modulo formativo ha lo scopo di aiutare il manager a riesaminare le dinamiche interpersonali e le tecniche che caratterizzano una negoziazione di tipo Win-Win qualsiasi sia l'oggetto della negoziazione.
- Trasformazione del rapporto tra farmacia e azienda fornitrice, da fornitore a partner della farmacia
- Esercitazione

Sabato, 7 giugno -

INTERVENTO 5

Relatori : Paolo Infortuna
Consulente Senior di IC e Sara Tramannoni Pharmacy Coach ID Distribuzione

- Analisi delle esigenze principali trattate in farmacia e costruzione di eventuali strategie in funzione dei driver principali.
- Obiettivi di crescita quantitativi e qualitativi.
- L'incentivazione, calcolo del budget di incentivazione del personale, come porre degli obiettivi di crescita, come premiare la squadra - "L'anima della farmacia".
- Come proporre il piano di incentivazione e come erogarlo.
- Esercitazione.

Venerdì, 8 giugno

INTERVENTO 6

Relatore : Cristina Rota,
Psicologa e Consulente Hr

- Rendere più funzionali i diversi stili di leadership dei familiari che gestiscono la farmacia.
- Evitare situazioni conflittuali sulla gestione dei collaboratori e dei familiari presenti in Farmacia
- Fornire uno strumento per migliorare le prestazioni dei collaboratori.
- Condividere problematiche quotidiane di gestione dei collaboratori ed elaborare, in gruppo, possibili soluzioni.
- Feedback in farmacia.
- Esercitazione.