

now
PROGETTO **FARMACIA**

Aggiornare, Innovare, Evolvere.

NOW Aggiornare, Innovare, Evolvere
con le migliori tecniche di Visual Merchandising
dedicate alla farmacia.

Da anni ci occupiamo di progetti di Visual Merchandising per la farmacia.

Visual Merchandising significa letteralmente “visualizzazione della merce”, un insieme di operazioni anche complesse che riguardano l’esposizione degli assortimenti nell’area a libero servizio di un retail.

NOW Progetto Farmacia traduce visivamente nello spazio espositivo la strategia di posizionamento sul mercato e la specializzazione, progettando un linguaggio espositivo commerciale e creativo, ad hoc per la farmacia, che stimola i sensi dei clienti e ne facilita l’approccio a scaffale.

Da subito puoi incrementare le vendite e la redditività dell’area a libero servizio della tua farmacia con un progetto di visual merchandising personalizzato:

- *Check up degli spazi espositivi;*
- *Colors Shelf-Life Indicator: analisi delle performance espositive;*
- *Riconfigurazione del layout con percorsi più funzionali;*
- *Ridefinizione dei category;*
- *Studio e realizzazione della comunicazione.*

Realizziamo il progetto di Visual Merchandising ideale per la tua farmacia!

now
PROGETTO FARMACIA

Quanto vende e rende un Category?

L'area a libero servizio è un importante strumento di comunicazione, forse il primo strumento che tutti i farmacisti hanno a disposizione per trasmettere ai clienti la strategia di specializzazione e di posizionamento della propria farmacia.

Per questo il check up dei Category e delle referenze esposte è fondamentale ed è il primo step per impostare un lavoro di *remise en forme* dell'area a libero servizio.

Dall'esperienza Now Progetto Farmacia e Infarm nasce “**Colors Shelf Life Indicator**”, un'analisi di semplice e facile lettura, molto intuitiva, che permette di capire velocemente e visivamente le performance espositive delle referenze esposte sugli scaffali della farmacia, incluso il retro banco.



Colors Shelf Life Indicator permettere al titolare farmacista di avere una mappa dei Category completa di fotografie, con il relativo numero di metri lineari espositivi.

Nello specifico, per ogni **Category** avremo un report completo di: numero di pezzi venduti per singola referenza, il fatturato relativo, il margine per metro lineare espositivo. Per ogni **Business Unit** avremo: il numero di pezzi venduti, il fatturato relativo e il margine.

Con **Colors Shelf Life Indicator** il farmacista potrà decidere le azioni da prendere in merito:

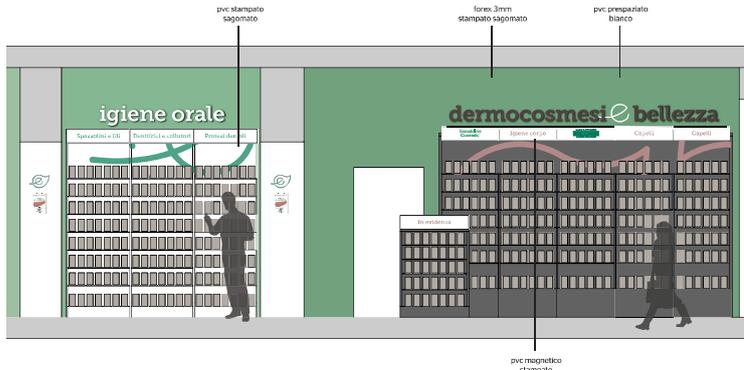
- alla ridefinizione dell'esposizione
- all'eventuale ampliamento di alcune categorie merceologiche
- al mantenimento delle performance espositive
- alle Business Unit da assegnare al personale con i relativi obiettivi di redditività

Il tutto a vantaggio di un'organizzazione del lavoro più snella anche negli acquisti, della redditività e della gestione dell'area a libero servizio.

Studio del progetto di Visual Merchandising

Vuoi ristrutturare, rinnovare, trasferirti in nuovi locali? Ricordati che se vuoi avere una farmacia davvero performante, il progetto di arredo non può prescindere dal progetto di Visual Merchandising.

Si possono scegliere le strutture espositive e gli arredi più belli ed accattivanti, ma senza uno studio dei category ed il corretto posizionamento dei prodotti sugli scaffali non si raggiungeranno adeguate performance di vendita per coprire l'investimento fatto.



Ecco gli step del progetto di Visual Merchandising:

01 Colors Shelf-Life Indicator: analisi delle performance espositive.

Un'analisi di facile lettura, molto intuitiva, che traduce in una mappa visiva (dal rosso *alto-rotante* al grigio *basso-rotante*) le performance espositive delle referenze esposte sugli scaffali della farmacia, incluso il retro banco.

02 Pianificazione della strategia espositiva.

Individuiamo le Business Unit che stai utilizzando e quelle da attivare valutando se incrementare o ridurre i metri lineari espositivi tenendo in considerazione il sell out e la marginalità. Studiamo la strategia espositiva ideale per la tua farmacia sfruttando di base le strutture espositive e gli accessori già presenti in farmacia.

03 Definizione del Layout Commerciale.

Definiamo il lay-out commerciale con il posizionamento in pianta della sequenza delle Business Unit (BU)

04 Realizzazione del progetto di Visual Merchandising.

Ultimo step sarà lo studio e la realizzazione del progetto di Visual Merchandising (con l'allestimento prodotto) comprensivo della comunicazione di 1° e 2° livello e della stampa dei prezzi.

dal 1989 al servizio della vostra salute

FARMACIA RANALDO

dermocosmesi e bellezza

SANITARIA

ORTOPEDIA

SOLO PER I TUOI OCCHI

IGIENE ORALE

IGIENE ORALE

IGIENE ORALE

CAPELLI

FARMACIA RANALDO

FARMACIA RANALDO

COSMETICA

MyCl

DERMATOLOGICI

IN EVIDENZA

IN EVIDENZA

TAUSCHANGEBOT
ALT GEGEN NEU
4€

Ricategorizzazione con allestimento prodotto

Alla tua farmacia potrebbe bastare solo una ricategorizzazione degli assortimenti, ovvero un miglior posizionamento fisico dei prodotti all'interno dei *category* già presenti, sfruttando

al meglio strutture espositive e accessori esistenti. Il servizio di ricategorizzazione valorizza l'esposizione degli assortimenti, offrendo una maggior visibilità ai *category*; inoltre applicando alcune tecniche di *cross-selling* ed esponendo i prezzi, la tua farmacia sarà sicuramente più performante nel *sell-out* a scaffale.



Prima dell'intervento di NOW

Take Care.

Con monitoraggio dei dati di sell-out

Mantenimento delle performance dell'area a libero servizio. Una volta realizzato il progetto di Visual Merchandising ti possiamo aiutare nel mantenimento degli spazi espositivi in base al sell-out e alle campagne trade marketing che applicherai durante l'anno. I nostri Visual Merchander Specialist verranno sulla tua farmacia con cadenza ricorrente per un confronto su eventuali problematiche espositive da risolvere e operando on-site nell'area a libero servizio, faranno sì che sia sempre performante.

Consigliamo Take Care soprattutto in concomitanza dei cambi di stagione quando gli assortimenti da esporre in termini di volume sono più importanti.

My Vision.

Progettazione e allestimento vetrine

La vetrina è il biglietto da visita della farmacia ed è il primo strumento per comunicare con i tuoi clienti e al tuo target: pertanto deve essere gestita al meglio.

Con *My Vision* ti offriamo un servizio di allestimento vetrine professionale coerente con la strategia di posizionamento della farmacia e le attività del calendario *Trade Marketing*.



Calendario Trade Marketing

Studiamo per te un calendario di varie attività orientate al trade, che prende in considerazione i programmi di prevenzione, salute e benessere, gli assortimenti e i servizi che offre la tua farmacia.

Forniremo un programma di lavoro mensile che coinvolge lo staff della farmacia così da poter gestire al meglio l'operatività.

La redditività delle singole attività di trade marketing sarà monitorata e, a fine mese, la tua farmacia riceverà un report con i risultati delle performance.

Analisi territoriale di prossimità: *Mystery Shopper*

Un *Mystery Shopper* visiterà in maniera anonima la concorrenza diretta e indiretta, vicino alla tua farmacia creando una mappa dei brand e dei servizi proposti.

Durante la visita il *Mystery Shopper* farà degli acquisti e scatterà qualche foto delle situazioni espositive più significative.

Terminata l'operazione *Mystery*, analizzeremo i tuoi assortimenti ed i servizi offerti definendo una mappa ed una nuova griglia degli assortimenti considerando il tuo target e la strategia commerciale della tua farmacia.

la bellezza
COCCOLE PER LA PELLE

DERMOCOSMESI

DERMOCOSMESI

DERMOCOSMESI

skin care

CURA DEI CAPELLI

LA ROCHE POSAY

ISDIN

A white counter in the foreground features several product displays. On the left, there are boxes of 'KOSBI' products. In the center, a display for 'MELASCREEN' is visible, featuring a woman's face. On the right, there are more boxes and a small display of jewelry. The counter has a logo on its front consisting of three blue circles of varying sizes and a stylized blue figure.

Multiple shelves are filled with a variety of skin care and hair care products. Brands like 'LA ROCHE POSAY' and 'ISDIN' are clearly visible. The products are organized into rows, with some larger displays for 'TROUSSARDI' hair care products on the right side. The shelves are well-lit, and the products are neatly arranged.









Analisi delle performance espositive

Vuoi rendere più performante l'area a libero servizio della tua Farmacia?
Scopri come e quanto vendono i prodotti sulle strutture espositive e realizza con noi
il progetto di Visual Merchandising ideale per il tuo spazio vendita.



@nowfarmacia

NOW srl - P.IVA 02671760185 - A4707H7
+39 039 22 88 935 - info@nowfarmacia.com

SEDE OPERATIVA/SHOWROOM Via Leo Sorteni, 7 - 20900 Monza

SEDE LEGALE Via Trezzo D'Adda, 3 - 20144 Milano

nowfarmacia.com