SERVIZI FARMACIA ITALIA
SOCIETA' BENEFIT

SFI PHARMA INSIGHTS / GUIDA 03

# Il cliente entra, compra e sparisce. Perché?

## Le 9 occasioni perse al banco che impediscono alla farmacia di fidelizzare.

Una mini-guida pratica
per il farmacista imprenditore.




**SERVIZI FARMACIA ITALIA**
Edizione ottobre 2026

Materiale divulgativo e formativo.
Gli esempi sono illustrativi e vanno adattati alla singola farmacia.

FORMAZIONE
ESPERIENZE
STRATEGIE
PER LA FARMACIA
DEL FUTURO

# 02 /

# La vendita non è la relazione



Una farmacia può registrare molti scontrini e costruire poche relazioni. Il cliente riceve ciò che ha chiesto, paga e va via. Non è necessariamente insoddisfatto: semplicemente non ha trovato una ragione specifica per tornare proprio da noi.

La fidelizzazione nasce dall'utilità percepita, dalla continuità e dalla fiducia. Non coincide con la pressione commerciale né con la raccolta indiscriminata di dati personali.

## Il primo esercizio

Osserva dieci interazioni ordinarie, senza registrare informazioni identificative. Quante terminano con una spiegazione utile? Quante con un invito appropriato a tornare? Quante con la verifica che il cliente abbia compreso? Il punto di partenza è il comportamento, non il fatturato.

## La domanda chiave

Se un paziente potesse ricevere lo stesso prodotto a cento metri di distanza, quale motivo concreto avrebbe per scegliere ancora la tua farmacia? Scrivi tre risposte verificabili, non slogan.

# 03 / I primi tre errori invisibili



## 1. Rispondere *solo* alla richiesta letterale

Il cliente chiede un prodotto e ottiene una confezione. Quando opportuno, una breve domanda sul bisogno permette di verificare che la scelta sia adeguata. Non trasformare ogni acquisto in un interrogatorio: usa il giudizio professionale.

## 2. Parlare troppo, ascoltare poco

Una spiegazione tecnicamente corretta può fallire se non affronta il dubbio principale. Prova: "Qual è la cosa che vorrebbe capire meglio?" Poi riassumi in una frase e verifica la comprensione.

## 3. Usare un linguaggio incomprensibile

Termini specialistici senza traduzione pratica generano distanza. Sostituisci formule astratte con indicazioni chiare, coerenti con il ruolo del farmacista e con il foglietto illustrativo; in presenza di segnali di allarme indirizza al medico.

### Micro-azione

Per una settimana scegli un solo comportamento: chiudere ogni consiglio significativo con "Le è chiaro come utilizzarlo?". Valuta la qualità delle risposte, non il numero di prodotti aggiunti.

# 04/ Le altre sei occasioni perse



### 4. Non riconoscere il motivo della visita

Distinguere tra bisogno urgente, richiesta abituale e ricerca di orientamento aiuta a scegliere tempi e tono.

### 5. Promettere troppo

La fiducia si consolida con aspettative realistiche. Evita risultati garantiti, diagnosi implicite o promesse non supportate.

### 6. Ignorare la continuità

Quando appropriato, suggerisci un controllo successivo o una nuova consulenza, senza creare dipendenza artificiale.

### 7. Trattare ogni persona allo stesso modo

Anziani, caregiver e clienti digitali possono avere necessità di comunicazione differenti. Personalizza la forma, non la qualità.

### 8. Lasciare il cliente senza un prossimo passo

Una sintesi finale chiara riduce incertezze: cosa fare, cosa osservare, quando rivolgersi al medico.

### 9. Non imparare dalle obiezioni

Raccogli in forma anonima le domande ricorrenti e usale nelle riunioni di team per migliorare il servizio.

# 05 /
# Tre conversazioni che cambiano l'esperienza



## Caso A
### Il cliente ha fretta

Invece di allungare la vendita:
"Le do l'informazione essenziale in venti secondi; se vuole approfondiamo quando ha più tempo".
Rispetti il tempo e mantieni disponibilità.

## Caso B
### Il cliente confronta solo il prezzo

"Capisco che il prezzo conti. Le spiego in breve le differenze rilevanti, così può scegliere consapevolmente".
Non svalutare concorrenti né forzare l'acquisto.

## Caso C
### Il cliente torna con un dubbio

"Mi racconti cosa è successo dopo il nostro ultimo consiglio".
Ascolta, verifica eventuali criticità e orienta ai professionisti competenti quando necessario.

## Protocollo in quattro mosse

1. Accogli senza automatismi.
2. Chiarisci il bisogno.
3. Fornisci un consiglio comprensibile.
4. Concludi con un prossimo passo utile.

Ogni passaggio deve essere breve, rispettoso e compatibile con l'attività al banco.

# 06/ Audit rapido del banco

Attribuisci 0 punti se il comportamento è assente, 1 se saltuario, 2 se sistematico. Valuta una settimana tipica, non la giornata migliore.

1. Il **team ascolta** prima di proporre?
2. **Spiega** con parole semplici?
3. **Verifica** la comprensione?
4. **Riconosce** quando inviare al medico?
5. **Offre continuità** solo quando utile?
6. **Gestisce** con rispetto le obiezioni?
7. **Raccoglie** criticità in forma anonima?
8. **Condivide** buone pratiche tra colleghi?



## Come leggere il risultato

**0-6:** servono fondamenta comuni.
**7-11:** la qualità dipende ancora troppo dal singolo.
**12-16:** buona disciplina, da consolidare con osservazione periodica.
*Queste soglie sono orientative, non uno strumento validato.*

## Esperimento di 14 giorni

Scegli due comportamenti con punteggio basso. **Condividi** un esempio pratico in apertura turno, osserva senza giudicare le persone e discuti i risultati dopo due settimane. Non usare lo strumento per classificare i dipendenti.

# 07/ Il passo successivo: una farmacia memorabile

La fedeltà non si compra con una frase perfetta. Si costruisce quando ogni visita lascia il cliente più informato, ascoltato e sicuro delle proprie decisioni.



## Piano di azione

Oggi: identifica un'occasione persa. Entro sette giorni: allinea il team su una formula di comunicazione. Entro trenta giorni: ripeti l'audit e confronta i comportamenti, senza attribuire automaticamente ogni variazione di vendita all'intervento.

## Continua con Servizi Farmacia Italia

I workshop ECM e le esperienze formative SFI sono pensati per aiutare il farmacista a tradurre competenze, visione e confronto tra colleghi in cambiamenti concreti nella propria farmacia.

## Per saperne di più

Visita i canali ufficiali di Servizi Farmacia Italia o contatta la segreteria al WhatsApp **+39 349 729 1638**.



**Nota:** le situazioni riportate sono esempi educativi; restano fermi gli obblighi professionali, la riservatezza e le norme applicabili.