

Farmacia e consumi: cresce il digitale, clienti attenti a competenza e professionalità

lunedì 23 maggio 2022

Anche nel post-pandemia il canale online continua a crescere: aumentano gli acquisti di integratori e parafarmaci. Una persona su tre non cambia mai farmacia. Le indagini a Cosmofarma

Dalla relazione col cliente-paziente ai servizi, teleassistenza, informazione, supporto: cresce la propensione all'uso del digitale in farmacia e crescono anche le relazioni tra farmacista e medico di famiglia e con gli ambulatori della medicina specialistica. Nei due anni di pandemia, inoltre, la farmacia è diventata sempre più un punto di riferimento sul territorio, tanto che una persona su tre non cambia mai esercizio.

È quanto emerso da alcune ricerche presentate a Cosmofarma.

Il ruolo della farmacia e le aspettative dei clienti

Secondo l'indagine "Barometro Clienti della Farmacia", realizzata da Doxapharma, tutti gli intervistati hanno una farmacia di riferimento, ma uno su tre si rivolge sempre e solo allo stesso esercizio.

I clienti, inoltre, restituiscono buoni livelli di soddisfazione, in particolare sotto il profilo dell'affidabilità, della preparazione e della disponibilità del personale (la media del voto è superiore a 8 su 10). C'è ancora strada da fare, invece, per quanto riguarda i servizi a supporto del paziente e, soprattutto, per quelli digitali (unica voce che non raggiunge, seppur di poco, la sufficienza in pagella).

Ma qual è la farmacia ideale? Competenza, preparazione, professionalità, cortesia ed educazione sono aspetti imprescindibili per un farmacista, secondo quanto viene percepito dal cliente. A questo si aggiunge, in seconda battuta, anche un buon assortimento di prodotti a disposizione.

La grande maggioranza dei clienti, inoltre, risponde con favore alla possibilità che le farmacie diventino un polo vaccinale (62%). Una propensione che cresce con l'avanzare dell'età. I meno favorevoli preferiscono, invece, luoghi più specializzati nel servizio o, in generale, sono poco interessati a questa possibilità.

Rapidità (31%), comodità (23%) e vicinanza (19%) sono, dunque, i principali punti di forza della farmacia come polo vaccinale. L'assenza di un medico in caso di reazioni avverse (14%), personale poco preparato (6%) e ambiente piccolo (4%) sono invece i fattori più temuti.

Quali sono i prodotti più acquistati?

Durante

l'emergenza Covid anche le farmacie hanno subito una trasformazione dal punto di vista digitale. Ed anche nel post-pandemia il canale online continua a crescere. Secondo le rilevazioni di IQVIA, tra i trend in aumento ci sono principalmente gli integratori (+7% nel 2022 sul 2020) e il parafarmaco (+38% sul 2020).

Nello

specifico, tra i prodotti più acquistati negli ultimi 12 mesi, troviamo i farmaci da banco per influenza, tosse e malesseri stagionali (63%), seguiti da integratori multivitaminici (58%) e da quelli per la funzionalità gastrica e intestinale (42%).

Per quanto

riguarda i canali di acquisto emerge che il 63% dei medicinali è stato acquistato in negozio e il 25% online. Gli acquisti sul web, in particolare, vengono preferiti soprattutto per la convenienza (37%) e per la possibilità di ricevere i prodotti a casa (20%). Quello che frena l'e-commerce, invece, è la preferenza per la farmacia fisica (24%) e la sfiducia negli acquisti online (16%).

E ancora, il

42% degli italiani ha utilizzato i servizi offerti dalle farmacie (soprattutto per eseguire esami comuni e per l'home delivery) e oltre un terzo di questi ha iniziato a farlo a seguito della pandemia.

Dalle indagini

svolte da IQVIA emerge, infine, che i principali problemi di salute degli italiani sono pressione alta (17%), colesterolo e trigliceridi alti (16%), obesità (12%), dolori articolari e reumatici (11%). Nel 2021 è cresciuta l'attenzione a un'alimentazione sana (è importante per il 77%) e all'attività sportiva svolta con regolarità (la pratica il 32%), mentre è diminuita la quota di persone che si sottopone a controlli medici regolari (lo fa il 42%).

Fonte HelpConsumatori