












“Internet non è una rete di computer, ma un intreccio infinito di persone. Uomini e donne, a tutte le latitudini, si connettono tra loro, attraverso la più grande piattaforma di relazione che l’umanità abbia mai avuto. La cultura digitale ha creato le fondamenta per una nuova civiltà e questa civiltà sta costruendo la dialettica, il confronto e la solidarietà attraverso la comunicazione.”

**Shirin Ebadi, Premio Nobel per la Pace 2003**



- 4  VISION, MISSION, STRUTTURA
- 5  IOKO, IL TOOL DI SVILUPPO CHE RENDE LE AZIENDE AUTONOME NELLA GESTIONE DEL WEB
- 6  FUNZIONI DI IOKO
- 7  KREALIA E INFARMA: IL WEB COME STRUMENTO PER EROGARE SERVIZI EVOLUTI NEL MERCATO DEL FARMACO
- 7  LA SOLUZIONE PER LA FARMACIA
- 10  ANALISI DEI DATI - LA SOLUZIONE DI KREALIA
- 10  EDUCATION E FORMAZIONE

## vision, mission, struttura

Prescindere oggi dal Web significa non solo essere “obsoleti” rispetto alle evoluzioni della tecnologia ma anche “mancare” all'appuntamento con l'unico mercato, nella sua accezione più ampia, che cresce vorticosamente da diversi anni.

Forte di questa consapevolezza, Krealia nasce per offrire soluzioni Web professionali, con una struttura in grado di affiancare qualsiasi realtà imprenditoriale accompagnandola dalla fase di analisi, consulenza, progettazione, definizione degli obiettivi fino alla manutenzione delle soluzioni create, soluzioni che spaziano dalla realizzazione di siti Web alla costituzione di servizi innovativi come il CRM, il commercio elettronico, la gestione personalizzata dei servizi, le prenotazioni e molto altro.

Per un'azienda che voglia giovare delle opportunità offerte dal Web è di fondamentale importanza che Krealia, oltre alla professionalità dei consulenti e la scientificità di mezzi che creano reali vantaggi, supporti il cliente nella realizzazione di progetti volti a rappresentare l'identità e l'unicità del cliente, andando oltre la semplice forma di “presentazione”. Per ottenere questi risultati, Krealia si avvale di un team di persone che nel corso degli anni hanno consolidato una lunga esperienza in diversi ambiti relativi al Web.

Un'**area tecnica** composta da professionisti specializzati che sono cresciuti con il Web e nel Web, ne conoscono le potenzialità e hanno continuamente sviluppato prodotti “nativi” per internet.

Un qualificato servizio di **assistenza** che mette a disposizione analisti in grado di supportare i clienti in tutte le fasi, dall'installazione dei prodotti, alla formazione al loro utilizzo fino alla manutenzione ordinaria e straordinaria.

Un'**area commerciale** estremamente proattiva, in continua evoluzione e sempre alla ricerca di nuove opportunità da offrire ai propri clienti. Un mix di attività di marketing e di vendita che consente ai clienti di trovare soddisfazione alle loro esigenze.

Krealia è in grado di affiancare il cliente in tutte le sue azioni in rete con un'attività di consulenza, supporto ed affiancamento volto a fornire una approfondita conoscenza degli strumenti acquisiti e quindi un utilizzo completo, consapevole e strategico di questi

ultimi. La presenza in rete deve essere curata con attenzione sia nella modalità di proposizione al mercato che in quella del profilo grafico e dei contenuti.

Internet ha vissuto nel corso degli ultimi anni una radicale trasformazione che prosegue inarrestabile; si è passati dal Web 1.0, caratterizzato da una gestione molto statica, al Web 2.0 in cui si delinea un approccio partecipativo in continua evoluzione, in attesa del web 3.0 dove l'interazione nel web avrà sempre più una logica “semantica”.

Il tempo in cui un'azienda o un professionista creava un sito Web solo per avere una “presenza” su Internet è finito; oggi un sito Internet serve ad informare i clienti, offrire servizi, vendere prodotti, risolvere problemi e cercare di creare nuovi vantaggi al proprio business. Da una comunicazione unilaterale top-down (Web 1.0) in cui non c'era possibilità di dialogo, si è passati alla interazione bilaterale (Web 2.0) dove gli utenti, sia nelle dinamiche B2B ed ancor di più in quelle B2C, possono comunicare; da consumatori diventano “consum-attori”.

**Ecco perché la necessità di gestire le informazioni, aggiornarle e sostenere una struttura interattiva diviene di primaria importanza per le realtà che si affacciano nel Web. Le aziende che vogliono giovare dell'utilizzo di strumenti web devono essere messe in condizione di interagire direttamente con e tramite gli strumenti stessi.**

**L'autonomia nella gestione del proprio sito internet risulta una delle chiavi più importanti del successo di quest'ultimo nonché la garanzia dell'efficacia della propria presenza sul web.**

È di fondamentale importanza considerare che oggi, se un'azienda sceglie di “stare” in internet, deve farlo seguendo tutti i canoni di qualità. Il rispetto di queste regole comporta un naturale vantaggio in termini di business che non si estrinseca solo ed esclusivamente con l'aumento delle vendite o del fatturato ma anche con l'adeguatezza della proposizione dell'immagine, con la fidelizzazione dei clienti tramite l'erogazione di nuovi servizi.

## IOKO - il tool di sviluppo che rende le aziende autonome nella gestione del web

Krealia è proprietaria di IOKO, un tool di sviluppo realizzato interamente al suo interno da una equipe di ingegneri; IOKO aderisce in pieno agli standard di accessibilità secondo la legge 4/2004 (legge Stanca) e rende il Web facile e sicuro, studiato professionalmente e gestito liberamente. Il prodotto di Krealia, infatti, è pensato e sviluppato per consentire la creazione di servizi web o generare siti e garantendone una estrema facilità di gestione e manutenzione.

Con IOKO, attraverso un'interfaccia molto intuitiva, creare un CMS o un sito web diviene semplice e consente la gestione dei contenuti anche a persone che non hanno specifiche competenze di programmazione.

**Utilizzare IOKO significa potere modificare autonomamente le strutture dei siti con esso sviluppati, divenendo autonomi e facendo del web uno strumento dinamico e fortemente interattivo.**

Questo tool di sviluppo è stato studiato per consentire agli utilizzatori di "vivere" il Web avvantaggiandosi delle opportunità che esso offre. Uno strumento che consente "un'indipendenza" di utilizzo non facile da ottenere con gli strumenti attualmente esistenti se non ricorrendo ad esperti programmatori.

La potenza di IOKO è supportata da un'infrastruttura tecnologica di cui Krealia dispone. Questa infatti utilizza una Server Farm di proprietà sita presso il Data Center Telecom di Bologna, struttura altamente industrializzata, con la quale vengono erogati i servizi specifici, l'hosting e la manutenzione di tutti i processi. I clienti Krealia possono usufruire dei server posti in questa struttura per i loro siti, ottenendo sicurezza, elevate performance e abbattendo drasticamente i costi.

Con IOKO è possibile concepire e realizzare qualsiasi progetto web; dalla semplice realizzazione di siti, allo sviluppo di CMS (content management system) ad architetture e strutture anche complesse ed articolate.



## funzioni di IOKO

IOKO è uno strumento flessibile, potente e sicuro che permette di creare e gestire CMS, siti e portali di ogni dimensione. Tra i molteplici vantaggi che un tool di sviluppo come IOKO può offrire, ne elenchiamo alcuni tra i più importanti e più facilmente percepibili dall'utilizzatore.

- Creare CMS (content management system);
- Architetture Complesse multi-sito;
- Possibilità di realizzare e aggiornare il sito senza essere degli esperti di HTML o di altri linguaggi di scrittura Web;
- Facile inserimento di testi, link, immagini, video, photogallery, download;
- Gestione dei contenuti in modalità semplificata attraverso maschere di caricamento utilizzando un facile ed intuitivo editor, semplice come scrivere una lettera su un programma di videoscrittura;
- Web 2.0 nativo: integrazione con i maggiori social network (Facebook, Twitter, Youtube), mappe interattive Google;
- SEO (search engine optimization) per migliorare la visibilità nel web ed ottimizzare l'indicizzazione nei motori di ricerca;
- Integrazioni con Google Analytics, strumento di analisi dei dati web che consente ai proprietari di siti web di comprendere in che modo i visitatori interagiscono con il loro sito web;
- Generazione di feed RSS tematici;
- Strumenti di comunicazione: mailing list, newsletter, sondaggi, blog, calendario eventi;
- Motore di ricerca interno;
- Gestione di aree riservate per la comunicazione e collaborazione con gli utenti finali o partner;

Inoltre, per coloro che hanno maggiore dimestichezza con questo tipo di strumenti:

- Realizzazione facilitata dell'architettura dei dati, attraverso la definizione di sezioni e categorie in cui classificare gli articoli;
- Definizione della scadenza delle informazioni per una agevole gestione di archivi verticali e/o trasversali; funzionalità di rimozione temporanea o definitiva delle informazioni con possibilità di recupero "da cestino";
- Sistemi di pubblicazione alternativa: integrazione con contenuti provenienti da fonti esterne come data base, Web services, rss;
- Gestione del flusso di redazione e pubblicazione: gerarchia di permessi per scrittura, approvazione e messa online dei contenuti;
- Multicanalità: stessi contenuti destinati a differenti device di fruizione (browser Web, smartphone e tablet);
- Possibilità di integrare codice PHP e Java all'interno delle pagine. Gestione automatica della mappa del sito;
- Generazione di codice xhtml e CSS nel rispetto delle regole del W3C.

In ogni caso, è possibile estendere le funzionalità base in ogni direzione desiderata con lo sviluppo di applicazioni specifiche "tailor made".

## KREALIA E INFARMA: IL WEB COME STRUMENTO PER EROGARE SERVIZI EVOLUTI NEL MERCATO DEL FARMACO

La profonda conoscenza del mercato farmaceutico e dell'ineludibile necessità che ogni attore della filiera ha nei confronti della fidelizzazione della sua clientela, ha determinato la scelta, da parte del **Gruppo Infarma**, di realizzare una sinergia con Krealia affinché si possa approcciare il web nel mondo del farmaco in maniera strutturata ed evoluta, cogliendo la grande opportunità che la rete offre oggi.

Da sempre il Gruppo Infarma ha posto particolare cura agli aspetti della qualità, ha individuato ed anticipato le esigenze della sua clientela, le ha sapute interpretare e realizzare con prodotti specifici e concreti, ha guidato con lungimiranza l'evoluzione del mercato cogliendo anche gli aspetti meno visibili.

La sinergia con Krealia è un ulteriore tassello di questa politica. Un'attività congiunta che consente di svolgere nella filiera del farmaco un ruolo strategico: l'opportunità di utilizzare tutte le potenzialità della rete per integrare il livello già alto della qualità dei servizi erogati e sviluppare nuovi prodotti.

Oltre le considerazioni di carattere generale, ormai valide per tutti i mercati, relative all'aumento della concorrenza ed al susseguirsi di normative che erodono i margini di profitto, va accresciuta la consapevolezza delle potenzialità offerte da internet ed un'attenta analisi suggerisce ulteriori valutazioni relative alle attuali condizioni/esigenze degli attori della filiera del farmaco (farmacie e distribuzione intermedia):

- L'ineludibile necessità di erogare servizi innovativi sia agli attori della filiera che al consumatore finale;
- La possibilità di offrire alle farmacie strumenti che lavorano nel Web per fidelizzare quanto più possibile la propria clientela;
- La necessità di affiancare ed integrare gli attuali prodotti software disponibili in farmacia con strumenti che consentano di cogliere e di avere visibilità su nuove opportunità di business;
- Avere una panoramica quanto più reale ed affidabile per poter intervenire sulla propria gestione utilizzando anche gli strumenti che il web offre.

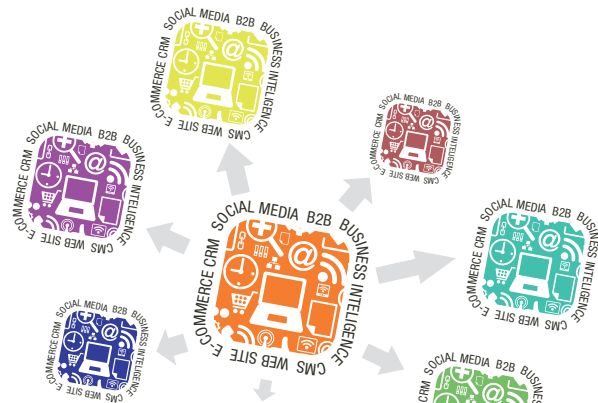
## LA SOLUZIONE PER LA FARMACIA

Nel modello commerciale proposto da Krealia c'è un'azione integrata e congiunta degli attori principali della distribuzione del farmaco e ciò innalza sensibilmente il livello di servizio offerto al mercato, apportando vantaggi altrimenti impossibili.

**K4pharma** è la risposta che dà corpo al modello di business di cui sopra, coinvolgendo distributori e farmacie in una sinergia che rafforza la posizione commerciale di entrambi. Il web è "partecipativo e collaborativo" per eccellenza ed è lo strumento attraverso cui questo nuovo modello si concretizza.

**Il distributore e la farmacia realizzano progetti commerciali comuni dove il grossista eroga servizi evoluti alle farmacie che aderiscono al suo "network/catena" e le farmacie a loro volta dispongono di strumenti idonei a fornire servizi sempre più efficienti alla propria clientela.**

Nella "partecipazione e collaborazione" del web, il progetto si concretizza creando un network/catena che fa capo ad un distributore ed al quale aderiscono le farmacie. **Con K4pharma viene fornito a ciascuna farmacia un sito web istituzionale, con un'area riservata accessibile solo al farmacista, attraverso cui controlla ogni attività del suo sito.** Grazie a questa soluzione, sviluppata tramite IOKO, anche l'utente meno esperto può caricare testi, immagini, video, creare eventi, modificare la struttura dei contenuti, fatto che crea il presupposto per una modalità più evoluta di comunicazione e che permette di rafforzare la fidelizzazione della propria clientela. K4pharma si presenta dunque come un sito della farmacia facilmente aggiornabile e gestibile in maniera autonoma dove, oltre ai requisiti di base ("chi siamo", "contatti", ecc..), è offerta la possibilità di aggiungere ulteriori servizi:



**CRM** - Un'esigenza ormai consolidata che ricorre nel mercato della filiera del farmaco è quella di offrire servizi con una sempre maggiore personalizzazione, esattamente come accade per altri mercati di servizi più evoluti (Telefonia, Energia, Moda, ecc.). Con K4pharma oggi è possibile implementare un nuovo modo di concepire il Customer Relationship Management in farmacia. **Creare un rapporto diretto con il cliente**, oltre quello che si crea fisicamente nella farmacia, per **fidelizzarlo con una costante ed adeguata informazione, facendo percepire la presenza del farmacista come un vero consulente professionista**. Non più quindi solo una semplice gestione di dati, ma un **efficiente strumento di personalizzazione dei profili dei clienti, finalizzato alla soddisfazione del singolo utente**. Una serie di informazioni appositamente strutturate che consentono di seguire, nel pieno rispetto della privacy, gli usi, le preferenze e le esigenze dei clienti, anticipandone ove possibile i bisogni, in maniera proattiva e particolarmente utile alla fidelizzazione.

**E-Commerce B2C** - il commercio elettronico proposto da K4pharma è il servizio in cui è maggiormente tangibile la sinergia tra distributore e farmacia.

Sviluppato appositamente con IOKO, **la soluzione di e-commerce prevede un'interfaccia con il magazzino del distributore. La farmacia, tramite il suo sito, può offrire agli utenti le 30/50.000 referenze del suo grossista di riferimento. Il cliente avrà la chiara percezione di navigare nel sito della farmacia di sua fiducia e potrà acquistare o prenotare il prodotto, ritirarlo in farmacia o riceverlo a domicilio**; questa ultima opzione è valida per i farmaci senza obbligo di ricetta per cui è invece necessario il ritiro in farmacia a fronte della presentazione della prescrizione medica.

L'accesso al sito da parte del cliente è un'ottima occasione per il farmacista per relazionarsi con lui e fornire un servizio ed una scelta che difficilmente troverebbe altrove.

A questa opzione, va aggiunta la possibilità, per la farmacia, di vendere, all'interno del proprio sito, altre categorie di prodotti, non riconducibili alle forniture del grossista. Il sistema gestisce automaticamente, in funzione delle richieste dell'utente finale, i dati del grossista o quelli della farmacia.

L'integrazione del sistema consente altre applicazioni che possono essere sviluppate dal grossista farmaceutico:

**E-Commerce B2B** - La possibilità di effettuare acquisti di merce, non disponibile e/o non reperibile altrimenti, tra le farmacie ed i grossisti, nelle modalità e nei termini consentiti dalla legge.

**E-Commerce B2B plus** - Nella piattaforma di e-commerce può essere creata l'opportunità, per le farmacie facenti parte del network/catena stabilito, di visualizzare, all'interno di un'area dedicata del portale, i prodotti che altre farmacie hanno in eccedenza, eventuali scorte di magazzino, offerte particolari, ecc. in un'ottica di acquisti e vendite tra farmacie.

Altri servizi disponibili all'interno di K4pharma sono:

**Prenotazioni** - Un sistema evoluto deve poter consentire la gestione delle prenotazioni di tutti i servizi disponibili e prenotabili in farmacia: noleggio elettromedicali, servizi ambulatoriali in farmacia, consulenze (specialisti, cosmetica).

Il sistema di prenotazioni di K4pharma consente uno sviluppo ancora più evoluto: seguendo il concetto di integrazione si possono mettere in rete più farmacie ed offrire, anche congiuntamente, servizi esterni (visite mediche specialistiche, servizi diagnostici, ecc.) con una prenotazione on line, la rendicontazione amministrativa, la tracciabilità della prenotazione e tutte le attività correlate.

**Strumenti di pagamento** - K4pharma si integra completamente con il sistema di pagamento Paypal che evita costi fissi e consente di ricevere pagamenti dalle carte di credito e carte prepagate più diffuse. Ogni altra forma o circuito di pagamento è realizzabile a richiesta del cliente.

**Gestione orari e turni** - Funzionalità molto interessante presente in K4pharma che, con pochissimi click, riesce a pianificare gli orari (festivi, feriali, ecc.) ed i turni per lunghi periodi di tempo; visualizzando con chiarezza i dati nel sito, l'utente conosce sempre con precisione gli orari di apertura, anche in funzione del ritiro di merce eventualmente prenotata.

**Navigazione e Statistiche avanzate** - K4pharma si integra perfettamente con il servizio Google Analytics, sistema di analisi e statistiche di accesso avanzato (al momento attuale è il migliore e più





completo) che mostra in che modo gli utenti interagiscono con il proprio sito, le loro modalità di navigazione, le aree geografiche di provenienza, le preferenze e le abitudini. In sintesi uno strumento che suggerisce come trarre il massimo profitto dal proprio sito web.

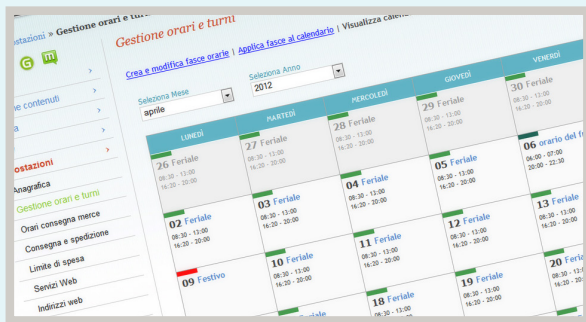
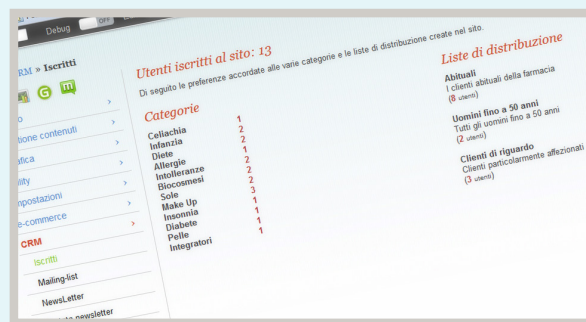
**Social Network** - Parlare oggi di web 2.0 significa parlare di Social Network e di tutte quelle possibilità che sono offerte agli utenti di interagire nel web. Questa possibilità oggi è diventata un'esigenza che esercita una fortissima intensificazione nell'utilizzo economico e sociale degli strumenti che il Web stesso ha sviluppato negli anni e reso alla portata di tutti. K4pharma è nativo "Web 2.0" e con le sue integrazioni ai Social Network consente di fondere in maniera semplice l'online e l'offline, da un lato (on-line) aprendo una vetrina virtuale ai suoi clienti abituali e verso un parco di clienti potenziali finora irraggiungibile, dall'altro (off-line) erogando servizi utili ed evoluti all'utenza consolidata che fa riferimento alla pianta organica. Il prodotto è tecnologicamente strutturato in modo da prevedere un facile utilizzo dei Social Network come strumento di diffusione e promozione di tutte le attività e iniziative della farmacia.

**Basta un click ed i contenuti del sito, le ultime notizie, i servizi offerti e tutto ciò che si vuole promuovere, possono essere pubblicati sui social network, moltiplicandone la visibilità e la possibilità di interazione con i clienti, soddisfacendo in maniera semplice "l'off-line e l'on-line"**

**Altri servizi** - Molti altri servizi possono essere sviluppati e creati all'interno di K4pharma, tra cui:

- Conservazione ed archiviazione sostitutiva della documentazione fiscale della farmacia;
- Gestione integrata della Fidelity Card con il CRM;
- Area riservata ai Clienti;
- Gestione monitor pubblicitari all'interno della farmacia.

Una gestione semplificata grazie ad interfacce evolute e funzionali



## analisi dei dati - la soluzione di Krealia

L'attuale mercato è in continua evoluzione e, anche a seguito delle recenti liberalizzazioni, risulta indispensabile avere una visione completa dell'andamento della propria azienda.

La farmacia, come un'azienda, risponde a queste logiche ed ha necessità di porre attenzione non solo all'andamento gestionale interno ma anche alle dinamiche esterne del mercato di riferimento. La valutazione congiunta di queste analisi possono mettere in condizione il farmacista di intervenire a seconda delle aree di criticità che potranno evidenziarsi.

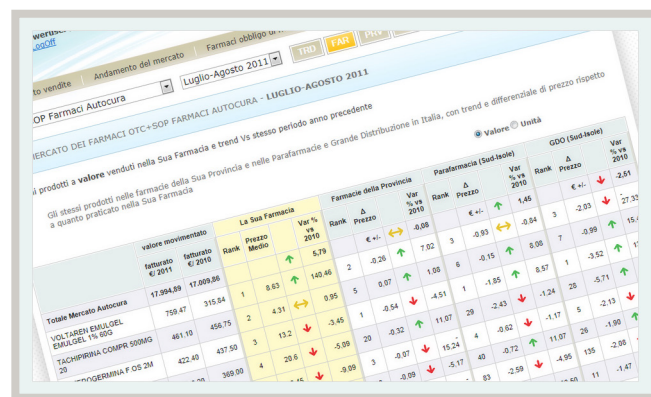
A supporto di queste attività, diventa fondamentale poter contare su strumenti evoluti di analisi dei dati di vendita per acquisire consapevolezza di come si sta muovendo il mercato, in termini di prodotti venduti, prezzi praticati, comparazione con gli altri canali di vendita, ecc.

**K4pharma è strutturato per poter inserire e visualizzare in modo dinamico, facile e veloce le analisi di vendita nell'area riservata del sito della farmacia.**

Diverse sono le società che propongono analisi statistiche di vendita e, ferma restando la possibilità di scegliere quale integrare nel progetto, Krealia ha stipulato un accordo con IMS Health, multinazionale leader mondiale nell'acquisizione, gestione ed elaborazione dei dati di vendita relativi al mercato farmaceutico. In questo modo Krealia, oltre a qualificare ancor di più il prodotto proposto con K4pharma, si colloca in posizione da leader, fornendo le proprie competenze in un unico progetto tecnologicamente e commercialmente evoluto, volto ad innalzare la qualità ed il livello del servizio.

Il progetto fornisce gli strumenti che consentono ai farmacisti di acquisire un'ulteriore capacità gestionale; in particolare il servizio offerto con IMS è stato sviluppato tenendo in considerazione le reali esigenze del farmacista, sia in termini di contenuti che di visualizzazione. Infatti, **sempre in forma riservata, il farmacista ha a disposizione i dati di vendita e le statistiche della propria farmacia, in relazione al macro dato della provincia di appartenenza. E' inoltre possibile indicare una lista di prodotti su cui effettuare specifici monitoraggi.**

I dati, disponibili sia in grafici che in tabelle, fanno riferimento all'andamento mensile e alle analisi dei prodotti suddivise in categorie merceologiche confrontabili con le diverse tipologie di mercato (parafarmacie, Gdo). Inoltre, due focus forniscono al farmacista l'andamento dei farmaci con obbligo di ricetta (viene specificata la molecola) e le prime 20 molecole con almeno un prodotto generico, evidenziando le molecole con il brevetto in scadenza entro breve tempo (mese e anno). Attraverso l'analisi di questi dati, il farmacista ha in mano uno strumento di business intelligence sulla base del quale, utilizzando ed integrando gli strumenti resi disponibili da K4pharma (CRM, e-commerce, promozioni, ecc.) può modulare la propria offerta commerciale ed effettuare una corretta attività gestionale della propria impresa.



## education/formazione

L'esperienza acquisita ci insegna che il successo di un'operazione sta anche e soprattutto nella preparazione che viene offerta per la gestione degli strumenti che la compongono. L'obiettivo è di rendere il cliente il più autonomo possibile nella gestione ordinaria, perché solo una maggiore autonomia consente un libero utilizzo dello strumento, lascia spazio alla creatività e consente di sfruttare fino in fondo tutte le reali potenzialità del prodotto. La formazione, prevede dunque non solo l'apprendimento dello strumento ma una adeguata istruzione affinché il cliente possa sfruttarne al massimo tutte le sue potenzialità.



**krealia**

Tel. 199.128.900 - [www.krealia.it](http://www.krealia.it) - [info@krealia.it](mailto:info@krealia.it) CF/P/iva 01699790430  
Macerata, str. Cluentina, 26 - 62010 Mc  
Bologna, via Canova, 30 - 40138 Bo  
Anagni, via Casilina, km 62,8 snc - 03012 FR

