

# inFarmaclub

MAGAZINE DI INFORMAZIONE  
DEL Gruppo Macrosoft Holding

( n.14 )

> **RETAIL NEL MONDO  
DEL FARMACO**

NUOVA  
IMPRESCINDIBILE  
SFIDA

> **InFarma**

**RADDOPPIA:**

NUOVA SERVER FARM  
PER IL DISASTER RECOVERY  
DI TUTTI I SERVIZI

## Nasce Sophia:

*il gestionale per farmacie  
di ultima generazione  
è firmato Macrosoft Holding*



## FINALMENTE “RETAIL”

**Sistema integrato per la gestione di catene di farmacie di proprietà o affiliate, realizzate da grossisti o da gruppi di farmacie.**

- Marketing centralizzato
- Category prodotti
- Programmi fidelizzazione
- Centralizzazione Acquisti
- Scambio merce tra farmacie
- Delega acquisto merce
- Servizi contabili
- Registrazione automatica fatture e tanto altro...



> **D.ssa Susanna Mariani**

Responsabile comunicazione e marketing  
Gruppo Macrosoft Holding

Senza ulteriori indugi, rompiamo questo periodo di silenzio stampa che la InFarma si è concessa, una fase "introspectiva" utile ad una importante ristrutturazione interna, una vera e propria rigenerazione grazie all'inserimento di nuove figure professionali e ad un importate cambiamento societario. Le aziende del gruppo Macrosoft hanno lavorato su nuovi ed importanti progetti ed hanno scelto InFarma, data la sua esperienza nell'integrazione dei servizi tra gli attori della filiera, come naturale "System Integrator" delle soluzioni da proporre al mercato; soluzioni nuove, vere e proprie "prime volte" studiate con cura, fondendo il noto know how del gruppo con la specializzazione in ambiti nuovi e necessari.

Ancora una volta, InFarma si pone l'obiettivo di accompagnare il mercato in una nuova era tecnologica ed organizzativa, indicandone la strada e fornendo gli strumenti più avanzati per seguirla in maniera strutturata.

Importanti investimenti hanno caratterizzato questa fase che si conclude con la presentazione di nuovi prodotti, professionisti e infrastrutture: una nuova concezione di servizio che si arricchisce e si amplia, proponendo al mercato un punto di riferimento ad alto valore aggiunto.

In questo numero presentiamo "il nuovo corso" InFarma, trattando argomenti che verranno approfonditi in una apposita Convention prevista per fine settembre.

Partiamo da una nuova ed entusiasmante sfida, quella di introdurre nel mercato del farmaco il concetto di gestione avanzata del Retail. La soluzione informatica proposta è integrata e copre tutti gli ambiti gestionali auto-

## Editoriale

matizzando il flusso informativo che diviene bidirezionale tra grossista e farmacie. La bidirezionalità è frutto di un apposito gestionale per le farmacie in rete. Il nome Sophia, letteralmente "sapienza, conoscenza", si ispira alla necessità del farmacista di conoscere i dati e anche di utilizzarli con consapevolezza. Ha insite tutte le funzioni già presenti in ogni gestionale sul mercato, ma presenta importanti novità tecnologiche, portando un nuovo e semplificato approccio nell'utilizzo. Sophia è il sapere utile anche al gestore della rete di farmacie che, tramite questo evoluto applicativo, può realmente gestire in modo diretto, automatico e centralizzato i suoi "punti vendita". A parlarci del Retail è la D.ssa Cinzia Arnese, entrata in InFarma come coordinatrice del progetto Phare, Pharmaceutical Retail, che verrà continuamente implementato. Crescono i servizi, aumentano le garanzie per i clienti: una nuova ed ulteriore Server Farm utile a fornire il servizio di Disaster Recovery sta nascendo a Frosinone. Ce ne parla in questo numero Alessandro Bottaioli, responsabile dei progetti tecnici InFarma che ha seguito la costruzione della nuova infrastruttura tecnologica fin dalle prime fasi di analisi. Rimanendo sul tema servizi, presentiamo Cristiano Socconovo, dottore commercialista entrato in InFarma sposando l'idea di costituire per il mercato del farmaco un "polo multi-servizi" anche in ambito fiscale ed amministrativo.



## Sommario

- 4 Retail nel mondo del farmaco.**  
Nuova imprescindibile sfida
- 6 Nasce Sophia:**  
il gestionale per farmacie di ultima generazione è firmato Macrosoft Holding
- 8 La ricerca dell'efficienza: una necessità.**  
Automazione e outsourcing per abbattere i costi e alzare la qualità
- 10 InFarma raddoppia:**  
nuova Server Farm per il Disaster Recovery di tutti i servizi
- 13 Integrazione tra reale e digitale per il futuro della farmacia;**  
Cef sceglie K4pharma della Krealia per realizzare il suo progetto web
- 14 CRM Pharmaweb:**  
nuovo sistema di report delle newsletter

**inFarmaclub**

MAGAZINE DI INFORMAZIONE  
DEL Gruppo Macrosoft Holding

Estate 2016

Registrazione testata n. 7989  
Tribunale di Bologna

DIRETTORE RESPONSABILE:  
Susanna Mariani

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE:  
Adami Design

STAMPA:  
Biemmegraf srl, Macerata



> **D.ssa Cinzia Arnese**  
Consulente ed Analista InFarma

*Come sempre attenta alle evoluzioni del mercato, InFarma si è organizzata internamente per poter offrire servizi nel nuovo ambito della gestione del Retail. Cogliamo l'occasione per presentare la D.ssa Cinzia Arnese, laureata in comunicazione di impresa e specializzata nella gestione centralizzata dei punti vendita. Dopo una decennale esperienza che l'ha vista protagonista nella creazione e gestione di una catena di oltre 30 punti vendita nazionali ed internazionali per una nota azienda di moda italiana, la D.ssa Arnese sceglie l'interessante sfida proposta da InFarma, quella di traghettare il mercato del farmaco nella nuova era del Retail tramite la creazione di soluzioni informatiche che ne consentano una gestione a 360°. Vi proponiamo il suo pensiero in merito.*



## Retail nel mondo del farmaco, nuova imprescindibile sfida.

Che oggi sia difficile gestire un qualsiasi punto vendita, e soprattutto fare in modo che rimanga un'attività redditizia, è chiaro agli occhi di tutti, basta fare una passeggiata in un qualsiasi centro città, le saracinesche abbassate aumentano, ed i commenti sulla crisi che non perdona sono sempre gli stessi; ovviamente il grande cambiamento del sistema mercato degli ultimi 8 anni ha rappresentato la condizione scatenante, ma possiamo affermare

che è solo per un flusso minore di moneta che tutto questo accade?

Se adottiamo a comparazione l'insegnamento Darwiniano tratto da "L'origine della specie", a fronte di un cambiamento ambientale, "La conservazione delle differenze e variazioni individuali favorevoli e la distruzione di quelle nocive sono state da me chiamate "selezione naturale" o "sopravvivenza del più adatto", si chiarisce che probabilmente siamo spettatori del passaggio ad un diverso livello evolutivo dell'essere attori del sistema mercato; questo cambiamento riguarda tutti i gradi della filiera, a prescindere dalle categorie merceologiche, e tutti comunque accomunati dalla discriminante sopravvissuto o no.

Da questo punto di vista è naturale giungere alla seguente riflessione: chi, per sua natura o per capacità acquisita, riesce a cambiare al passo col mercato, non solo ha la chance di essere "il sopravvissuto più adatto", ma ha anche la grande opportunità di raccogliere quote di mercato non più presidiate.

La caratteristica che può sancire il risultato finale, in una fase competitiva ed a parità di opportunità, è la velocità di reazione, concetto da sempre posto ad obiettivo strategico, ed in alcuni casi raggiunto non per una intrinseca capacità strutturata ma solo per questioni contingenti.

Per le aziende di produzione, principalmente quelle medio grandi, il canale wholesale, soprattutto in mercati in perdita o mercati complessi da gestire logisticamente e amministrativamente, si è rivelato una zavorra piuttosto che un volano dell'economia aziendale; pensiamo solo alla forbice a volte incolmabile tra gestione finanziaria e monetaria.

Nell'ambito della distribuzione farmaceutica molteplici elementi hanno, negli ultimi anni, contribuito ad un cambiamento in atto le cui sorti hanno stentato a definirsi, producendo sporadici e parziali tentativi di rinnovamento nell'approccio gestionale delle imprese, siano esse farmacie che distributori.

Le note esigenze di contenimento della spesa pubblica, la minor marginalità dei farmaci, i cambiamenti della domanda di prestazioni socio sanitarie, la concentrazione nell'ambito dei distributori del farmaco ed il tanto dibattuto DDL concorrenza determinano la maturazione, oggi, della necessità di nuovi modelli di filiera, alcuni di fatto già in essere, altri probabili, tutti accomunati da un nuovo approccio: le farmacie in rete.

Sia la rete autonoma, sia questa costituita da farmacie che demandano la gestione di alcuni ambiti, sia un gruppo di un'unica proprietà o di farmacie affiliate in franchising, è necessaria una soluzione gestionale che consenta per la prima volta la realizzazione del nuovo modello in un'ottica del tutto nuova per questo mercato: la gestione del Retail.

Il Retail è "cash", è il punto diretto di contatto col cliente finale dove, in un rapporto immediatamente bidirezionale, il Retail è capacità di veicolare senza ingerenze la propria identità e di ricevere dei feedback ed informazioni preziose per tutta la filiera; tutto ciò con tempistiche pressoché sincronizzate ai repentini cambiamenti di mercato.

Per concretizzare le grandi opportunità promesse dal Retail è tuttavia necessario entrare in uno specifico ordine di idee, è fondamentale conoscere e sposare la sua logica e, non ultimo, accettare l'imprescindibile fase di investimenti di capitali e risorse con il conseguente sforzo di adeguamento operativo e di competenze.

Per chi approccia per la prima volta un progetto Retail, non sarà così immediato trasformarsi in uno degli operatori più performanti fin dal primo esercizio, soprattutto acquisire da subito gli elementi specifici ed i valori di riferimento, il know how necessario per gestire con destrezza il canale; a questo scopo, e per accelerare le fasi di avviamento del progetto, diventa cruciale dotarsi di **una struttura informativa di ultima generazione, concepita con un approccio Retail a 360°, al cui interno siano presenti in maniera definita le logiche di funzionamento e le esperienze consolidate, per offrire automaticamente una vasta gamma di risposte operative e gestionali lungo l'intera gerarchia decisionale, lasciando spazio, in quanto recettiva, all'imprescindibile apporto umano di alto livello di competenza e sensibilità del proprio mercato.**



Phare - Pharmaceutical Retail, è la soluzione informatica gestionale completa ed integrata che copre tutte le esigenze di gestione di catene/network di farmacie, siano esse di proprietà o affiliate, realizzate dai grossisti o da gruppi di farmacie.

La soluzione coinvolge il gestionale del grossista, le piattaforme web di comunicazione con le farmacie, il gestionale della farmacia, le banche dati farmaceutiche ed i sistemi di centralizzazione dei dati ed il data warehouse. L'interfaccia tra i rispettivi applicativi gestionali è condizione minima ed essenziale per la realizzazione di un modello che centralizza la gestione delle farmacie. Tuttavia, la necessità di normalizzare dati provenienti da più tipi di gestionale e aggiornare database diversi è un onere che rallenta le operazioni, può generare errori ed ulteriori costi, senza peraltro poter garantire la stabilità del sistema.

La reale ottimizzazione dei processi si ottiene con l'integrazione dei sistemi, per questo il Gruppo Macrosoft ha sviluppato un gestionale per farmacia ad hoc, tramite cui Phare riesce ad esprimere al meglio le sue potenzialità. Pur essendo diversi, i modelli di catene la cui gestione è prevista in Phare hanno in comune alcune caratteristiche uniformi da gestire:

- > **Conoscenza in tempo reale dei dati di sell-in e sell-out dei punti vendita**
- > **Normalizzazione delle anagrafiche dei clienti e dei fornitori**
- > **Univocità di prezzi di vendita e di promozione**
- > **Uniformità delle banche dati dei prodotti**
- > **Categorizzazione univoca dei prodotti**
- > **Attuazione di programmi di fidelizzazione del cliente**
- > **Centralizzazione degli acquisti**
- > **Scambi di merce tra punti vendita**
- > **Delega di acquisto della merce**
- > **Servizi contabili**
- > **Registrazione automatica fatture passive**



> **Roberto Mariani**  
Direttore Customer Service  
Gruppo Macrosoft Holding

Il gruppo Macrosoft, forte dell'esperienza più che decennale nella produzione di software gestionali, ha realizzato un nuovo applicativo per la gestione delle farmacie. L'applicativo, denominato **Sophia**, è stato sviluppato utilizzando tutte le più moderne tecnologie di programmazione e si propone come nuovo punto di riferimento in un mercato in forte cambiamento. Le novità all'interno del programma non sono solo tecniche ma riguardano le funzionalità che il software è in grado di offrire alle farmacie, soprattutto a quelle che vogliono sfruttare i vantaggi dell'aggregazione in catene/network. Quello delle catene di farmacie, che condividono dati e risorse, è un fenomeno degli ultimi anni e i gestionali classici, sviluppati spesso anche decine di anni fa, hanno cercato di adattarsi, con risultati non sempre soddisfacenti, alle nuove esigenze. **Sophia**, al contrario, è un software pensato per le esigenze delle farmacie moderne e, grazie alla sinergia con le altre applicazioni del gruppo Macrosoft (DiFarm, Farmacllick, K4Pharma, PharmaWeb), è in grado di offrire nuovi servizi. Ne parliamo con **Roberto Mariani**, responsabile Customer Service del Gruppo Macrosoft Holding.

#### **Perché investire oggi in un programma gestionale per farmacie?**

Perché le esigenze delle farmacie/parafarmacie oggi sono cambiate e non abbiamo trovato una risposta concreta nei software gestionali di vecchia generazione. Non parlo solo di aspetti tecnici come il cloud computing, ma mi riferisco, ad esempio, all'esigenza sempre più sentita di creare dei gruppi di farmacie o di delegare a terzi la gestione commerciale di alcune categorie di prodotti o di spazi all'interno

# Nasce Sophia: il gestionale di ultima generazione è firmato Macrosoft Holding

della farmacia stessa. Oggi le farmacie devono continuare a svolgere il loro importante ruolo sociale - valorizzando sempre più la figura del Farmacista - ma, nel contempo, devono essere messe in condizione di competere con la GDO, o con i grandi gruppi internazionali, ad armi pari. Si parla spesso di Retail nella gestione delle farmacie, ma quando abbiamo provato a calare questi concetti sui vecchi gestionali di farmacia abbiamo avuto come risposta il classico tracciato record di interfacciamento! Noi non vogliamo un interfacciamento, ma cerchiamo l'integrazione e, quindi, un nuovo programma pensato per esigenze nuove.

#### **Software nuovo, tecnologie nuove?**

Da un punto di vista tecnico, quando abbiamo iniziato a scrivere il software, ormai due anni fa, abbiamo utilizzato quanto di meglio ci fosse sul mercato: il software è scritto in C# con Visual Studio 2015 e l'interfaccia grafica utilizza WPF (Windows Presentation Foundation, n.d.r.) Quest'ultima tecnologia è quella che ci ha permesso di ripensare completamente la cosiddetta user experience. Non avendo il fardello di un vecchio programma di farmacia da portare avanti, abbiamo

avuto la libertà di ripensare l'interfaccia grafica, con un look moderno, funzionale e liberamente personalizzabile. Vorrei fare una precisazione sulla personalizzazione: nello sviluppo di **Sophia** abbiamo separato completamente la grafica dal codice applicativo, questo ci permette di cambiare l'aspetto del programma - per gestire particolari esigenze come il Retail - senza toccare minimamente quella che viene chiamata tecnicamente "logica di business", con evidenti garanzie in termini di stabilità dell'applicativo. Ovviamente il software è cloud ready, ma il cloud non deve essere visto come un obbligo, è un'opportunità disponibile già oggi, ma che le farmacie potranno cogliere quando lo riterranno opportuno.

#### **Ci ha parlato di integrazione con gli altri applicativi del gruppo Macrosoft, può darci ulteriori dettagli?**

Il primo aspetto sul quale abbiamo lavorato, sono state le comunicazioni. Con Farmacllick, ormai più di 10 anni fa, abbiamo cambiato radicalmente il modo con cui le farmacie comunicavano con i loro fornitori. Inizialmente non è stato facile, ma la semplicità, la velocità, la completezza di Farmacli-

ck si è imposta, fino a farlo diventare uno standard. Con Sophia abbiamo nuovamente rivoluzionato la modalità di comunicazione, in un'ottica di evoluzione: non c'è più un canale unidirezionale, dove è la farmacia a chiamare il grossista, ma il colloquio è finalmente bidirezionale. Il grossista, quando ha qualche dato da inviare in farmacia, pensiamo ad un nuovo listino, lo comunica direttamente al proprio cliente, senza aspettare che

sia questo a chiederlo o a caricarlo nel suo sistema. Se il gestore della catena di Retail vuole cambiare un prezzo di vendita di un prodotto in tutti gli esercizi, non può aspettare una procedura schedulata che notte tempo allinei degli archivi: deve poter accedere alle farmacie in real time. Fino ad oggi questo, che è considerato banale nell'informatica odierna, si è scontrato con i tracciati record di interfacciamento di cui parlavamo prima. Oggi non si

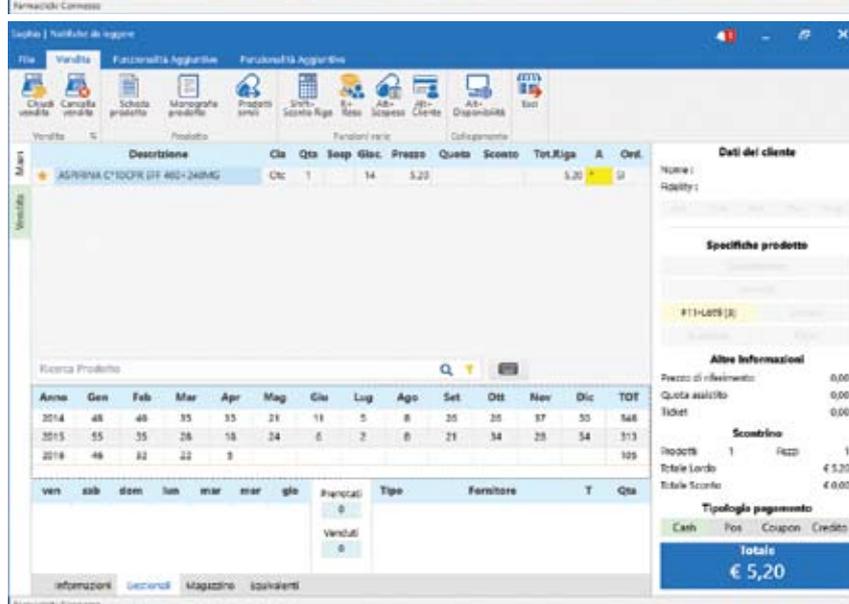
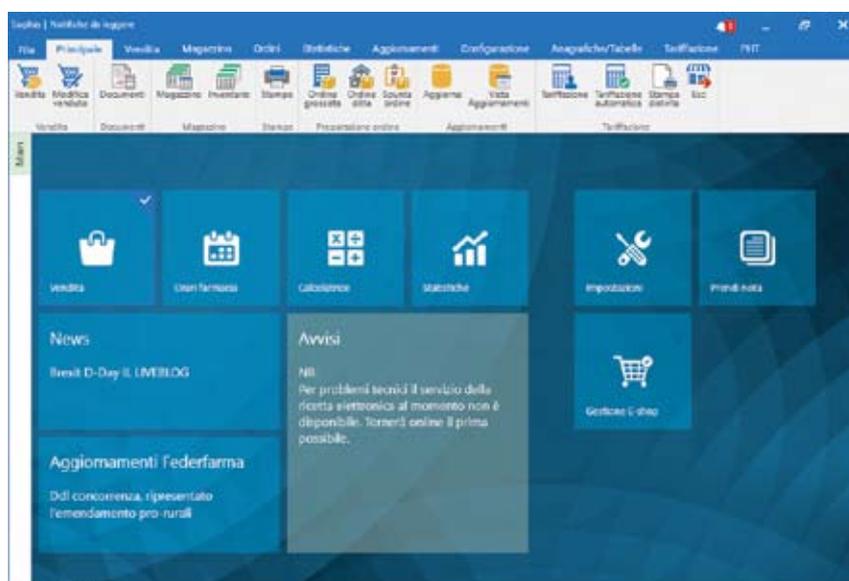
può continuare a parlare di procedure batch, i dati devono essere disponibili in real-time. La sfida - che abbiamo vinto - è stata quella di riuscire ad ottenere tutto questo senza particolari configurazioni sulle reti delle farmacie e senza richiedere investimenti hardware diversi da quelli a cui oggi il mercato è preparato. Il secondo passo è stato quello di integrare - non interfacciare - tutti gli altri applicativi che, forse impropriamente, chiamiamo di contorno al gestionale: pensiamo al portale B2B PharmaWeb o al sito internet della farmacia, realizzato con K4Pharma.

### ***E DiFarm, il gestionale per distributori farmaceutici?***

Se parliamo di Retail, DiFarm è la cabina di regia di tutte le farmacie aderenti al network, con evidenti vantaggi operativi. Pensiamo, solo per fare un esempio, alla procedura degli ordini: quando il grossista ordina la merce ai propri fornitori, non solo può tenere in considerazione le esigenze di tutte le farmacie del network, ma può "pensare" a nuovi modi di veicolare i prodotti, come il conto vendita in farmacia o la gestione di bundle di prodotti che, di fatto, creano nuove opportunità per le farmacie. Tutto in un unico software, finalmente integrato con quello delle farmacie. Se non c'è l'esigenza di creare una catena di Retail, DiFarm si avvantaggia comunque della comunicazione bidirezionale del nuovo protocollo di comunicazione introdotto con Sophia.

### ***Quando potremo vedere Sophia... sul campo?***

Le prime installazioni sono state già pianificate per settembre. Stiamo organizzando, inoltre, per la fine di settembre una convention dove verrà presentato ufficialmente il prodotto al mercato.





> **Dott. Cristiano Soccionovo**  
Responsabile area Finanza e Controllo  
Gruppo Macrosoft Holding

*Diamo il benvenuto in azienda al Dott. Cristiano Soccionovo, commercialista e revisore legale che presta oggi la sua esperienza e la sua cultura professionale a nuovi progetti del gruppo Macrosoft di cui inizia a parlarci in queste pagine.*

## La ricerca dell'efficienza: una necessità.

*Automazione e outsourcing per abbattere i costi e alzare la qualità.*



Proprio questi assunti sono alla base di uno dei progetti di maggiore interesse che si sta maturando all'interno del Gruppo Macrosoft e che mi hanno spinto ad accettare l'invito del Presidente Mario Mariani a far parte dell'equipe di tecnici, ognuno specializzato in vari settori, che stanno contribuendo alla realizzazione dello stesso. Dopo quasi 20 anni di attività di Dottore Commercialista e Revisore Legale, ho trovato molto stimolante fornire le mie conoscenze ed esperienze professionali per contribuire alla realizzazione di questo nuovo progetto.

Periodi storici come quello che stiamo vivendo sono certamente caratterizzati da una perdurante crisi economica che, oltre agli ovvi effetti negativi, porta con sé la spinta a nuove iniziative che sostengano o, meglio, adeguino le imprese ed i prodotti alle nuove richieste di mercato. Dall'esigenza si creano nuovi business il cui successo può essere individuato nell'ottenimento di sinergie e nella ricerca di nuova efficienza.

Lo spirito che ha da sempre caratterizzato le aziende del Gruppo Macrosoft si concretizza nel fornire idee e strumenti innovativi atti a garantire la maggior integrazione possibile tra gli attori della filiera del farmaco; in tal senso, stiamo lavorando sulla fondazione di una società di servizi che vada ad ampliare le attività già offerte dal Gruppo e che sarà rivolta, in particolare, alle farmacie, siano esse autonome o facenti parte di un gruppo in

rete. Dalle analisi dei dati alle ricerche di mercato fino ad arrivare alla tenuta delle scritture contabili e dei relativi adempimenti, la società si proporrà come polo multifunzionale altamente specializzato a cui delegare la maggior parte delle attività che non siano del proprio core business.

In un contesto di mercato come quello attuale, caratterizzato da una sensibile contrazione dei margini, ogni attività economica deve tendere alla ricerca della maggior efficienza possibile ovvero alla capacità di azione o di produzione con il minimo di scarto, di spesa, di risorse e di tempo impiegati (cit.).

Volendo prendere in esame l'ambito amministrativo, è fortemente sentita l'esigenza di contrarre i costi relativi alle mere attività quotidiane.

Per un gestore di reti di farmacie, attivare una partnership con la nuova società di servizi del gruppo Macrosoft, significa governare tutto il flusso informativo dei documenti contabili

delle farmacie gestite, offrendo a queste ultime un reale servizio e delegandolo, al contempo, ad una società specializzata. L'utilizzo di strumenti tecnologici sofisticati in grado di automatizzare i processi e l'elevato skill professionale del personale offrono la garanzia di un servizio efficiente e sicuro che esonera le aziende da ingenti costi di risorse umane e riduce drasticamente il rischio di errore.

Tali strumenti possono fin da ora essere adottati da studi di commercialisti per alzare il livello di servizio nei confronti della loro clientela. Il gestore della rete di farmacie può dunque scegliere se demandare alla nuova società i servizi rivolti alla rete stessa o far adottare gli strumenti idonei ad una evoluta gestione automatizzata ai commercialisti di loro fiducia.

Da quanto sopra accennato, è evidente dunque che il Gruppo Macrosoft è in grado di fornire una serie di servizi ad ampio raggio per l'automatizzazione dell'intero processo amministra-

tivo-contabile della singola farmacia o di gruppi di farmacie, anche in rete, con la creazione di significative economie in termini di risparmio di costi e di incremento di efficienza e sicurezza.

I servizi previsti sono:

- > **Contabilizzazione automatica delle fatture passive;**
- > **Tenuta delle scritture contabili e relativi adempimenti;**
- > **Analisi dei flussi dati per la verifica delle performance aziendali, comparati con i dati di settore;**
- > **Conservazione elettronica dei documenti e delle scritture contabili;**
- > **Elaborazione paghe e stipendi e relativi adempimenti.**

# Redoc

**ReDoc è la soluzione che consente la lettura automatica delle fatture passive**, un servizio che risponde ad un'esigenza precisa ed ormai molto sentita, la creazione di un archivio informatico con tutte le informazioni utili alla registrazione contabile in prima nota.

Ma la risposta che offre ReDoc è anche di natura manageriale: un **drastico abbattimento di costi e tempi di cui tutte le aziende possono avvantaggiarsi** ricevendo un servizio che solleva da qualunque attività gestionale, operativa o di manutenzione, acquisendo anche la certezza dell'assoluta correttezza della registrazione contabile.

**La registrazione diviene semplice come inviare una mail**, unica attività richiesta per spedire i documenti da sottoporre al servizio. L'indirizzo di posta a cui viene spedito il documento è gestito automaticamente da un server dedicato che si occupa dell'elaborazione dei dati seguendo regole prestabilite per garantire precisione, coerenza e sicurezza nella lettura. Il risultato, testato presso laboratori appositamente strutturati nonché presso aziende di distribuzione del farmaco, risulta affidabile al 100% anche grazie all'ausilio di operatori appositamente predisposti per intervenire prontamente in caso di lacune nella lettura da parte del software. **Da gennaio a maggio 2016, ReDoc ha elaborato 251.257 documenti presso i nostri sette clienti dove è stato installato.**

Un'enorme ottimizzazione dei tempi, una notevole opportunità per chi vuole impiegare le proprie risorse in attività che generano business, e non sprecarle in ripetitivi "data entry", seguendo l'idea di una gestione moderna, snella e produttiva della propria attività.

**Il software ReDoc può essere interfacciato con i principali gestionali di contabilità presenti sul mercato** e, ovviamente, è strutturato in modo che permetta **la massima integrazione** con gli altri programmi gestionali attualmente offerti e con quelli di prossima presentazione dal Gruppo Macrosoft.

# InFarma raddoppia: nuova Server Farm per il Disaster Recovery di tutti i servizi.

Nel 2008 la Macrosoft Holding, tramite le aziende consociate, ha realizzato uno dei Datacenter più importanti in Italia per offrire servizi alle aziende della distribuzione farmaceutica. Gestendo il protocollo Farmaclick per oltre 70 depositi, il Datacenter del Gruppo Macrosoft risponde a oltre 700.000 transazioni al giorno, prodotte da circa 12.500 farmacie e parafarmacie italiane. Quotidianamente l'infrastruttura gestisce oltre 90.000 ordini, per un totale di circa 1.500.000 di righe ordine elaborate al giorno.

Il Datacenter non viene utilizzato solo per Farmaclick, ma è l'infrastruttura tecnologica che ospita centinaia di siti web di farmacie oltre al portale B2B PharmaWeb. Nato da pochi anni, PharmaWeb è il sito di e-commerce B2B di riferimento per oltre 5000 farmacie, con 1.500.000 pagine visualizzate/mese (dati Google Analytics).

Dal 2008 ad oggi, il Gruppo Macrosoft Holding ha investito continuamente per l'adeguamento tecnologico del proprio Datacenter, arrivando a raddoppiare completamente tutta l'infrastruttura all'interno del DCS Telecom di Bologna, garantendo un reale servizio di Business Continuity per tutti i servizi erogati. Nel 2016 è stato realizzato il sito di Disaster Recovery presso il DCS SeeWeb di Frosinone.

SeeWeb è un cloud computing provider dal 1998, costantemente tra le prime 10 hosting company a livello mondiale per qualità e affidabilità del servizio (certificato da Netcraft). Dotato di 4 Datacenter in Italia, ha

recentemente inaugurato la nuova sede di Frosinone che, costruita nel rispetto nelle più moderne tecnologie, è certificata ISO9001, ISO14001, ISO27001 ed ha una classificazione TIER III+.

L'interconnessione tra i due Datacenter (Bologna/Frosinone), realizzata tramite un link a 100Mbit/s, permette un costante allineamento dei sistemi, garantendo servizi di Disaster Recovery con RPO/RTO estremamente ridotti. Poiché le prestazioni dei sistemi di elaborazione dei due Datacenter sono simili, il gruppo Macrosoft può offrire ai propri clienti uno schema di allocazione di risorse bilanciato tra i due DCS garantendo, al contempo, l'indirizzamento di tutte le connessioni sul Datacenter attivo in situazione di Disaster Recovery.

I Datacenter del gruppo Macrosoft non sono più solo il "front end" dei sistemi informatici dei distributori farmaceutici (Farmaclick/PharmaWeb/K4Pharma), ma nel 2016 si è concretizzato un lungo lavoro di potenziamento dell'infrastruttura che ha permesso di offrire servizi di outsourcing completo di sistemi IBM iSeries (AS/400).

## Farvima riorganizza il proprio sistema informatico nel DCS InFarma.

Il gruppo Farvima Medicinali SpA ha installato nei primi mesi del 2016 il proprio sistema informatico all'interno del DCS Telecom di Bologna, collegandolo direttamente ai server del Gruppo Macrosoft, per garantire ai propri clienti tempi di risposta ridottissimi su tutte le transazioni Farmaclick/PharmaWeb/K4Pharma.

L'installazione di due nuovi e potentissimi elaboratori Power8 IBM a Bologna è stato solo il primo passo in un complesso progetto di riorganizzazione di tutto il sistema informatico che la Farvima sta portando avanti con InFarma, l'azienda del Gruppo Macrosoft specializzata nei sistemi di comunicazione.



## ASPES sceglie il full outsourcing dei sistemi informatici.

L'ASPES, l'azienda che controlla le farmacie comunali di Pesaro, ha recentemente firmato un accordo con il gruppo Macrosoft che prevede l'adozione del gestionale DiFarm per la gestione del magazzino di distribuzione interno.

Il contratto prevede un full outsourcing di tutti i sistemi informatici.

InFarma ha messo a disposizione di ASPES una partizione OS/400, sui sistemi del DCS di Bologna, per l'installazione del gestionale DiFarm che verrà utilizzato in remoto dal personale del magazzino di Pesaro.

InFarma si occuperà di tutta la gestione sistemistica, liberando l'azienda delle farmacie comunali di qualsiasi onere relativo alla gestione informatica.



## SeeWeb dispone di una backbone proprietaria che collega, attraverso un anello interamente in fibra ottica, i propri Datacenter e il pop di Roma NameX.

SeeWeb attualmente acquisisce risorse IP di transito direttamente da operatori internazionali:

- > NTT Communications . Milano, 10 Gbps
- > GTT Communications . Milano 10 Gbps
- > GTT Communications . Roma, 10 Gbps
- > Cogent Communications . Milano, 10Gbps

É presente presso i seguenti punti di interscambio neutrali, presso i quali attua politiche di open peering tese all'ottenimento dei migliori indici possibili di qualità, latenza e prestazioni:

- > MIX - Milan, 10 Gbps
- > NAMEX - Rome, 2 x 1 Gbps
- > MINAP - Milan, 1 Gbps
- > AMSIX - Amsterdam, 1 Gbps

**La presenza di connettività internet di diversi operatori, rende SeeWeb la scelta ideale in uno scenario di disaster recovery, garantendo la raggiungibilità dei server - quindi dei servizi - anche a fronte non solo di guasti hardware importati o eventi catastrofici, ma anche di problemi di peering particolarmente importanti.**

All'interno del DCS Frosinone 2 di SeeWeb, il Gruppo Macrosoft ha installato i propri server, collegandoli ad internet con una banda complessiva di 100MBit/s.





> **Alessandro Bottaioli**  
Responsabile progetti tecnici  
Gruppo Macrosoft Holding

*Alessandro Bottaioli, responsabile dei progetti tecnici in InFarma, ha lavorato sulla nuova infrastruttura tecnologica fin dalle prime fasi di analisi. Ecco le risposte alle domande più frequenti che riceviamo sul nuovo progetto.*



### **Perché investire in un secondo Datacenter?**

La nostra azienda da anni gestisce il più importante Datacenter, in Italia, per il mercato della distribuzione del farmaco. L'affidabilità complessiva del sistema, dal 2010, è stata del 99.976%, in base ai dati rilevati da una società terza incaricata di testare la raggiungibilità dei nostri servizi (ServiceUpTime). Sono risultati importati, rilevati su un arco temporale molto lungo, frutto del lavoro dei nostri tecnici e degli investimenti fatti dall'azienda. Nonostante questo, poiché tramite il Datacenter transita oltre il 90% del fatturato dei nostri clienti, è importante offrire anche un servizio di Disaster Recovery, per prevenire qualsiasi tipo di inconveniente.

### **Quali sono le caratteristiche del secondo Datacenter?**

Il secondo Datacenter offre i medesimi livelli di affidabilità del DCS Tele-

com di Bologna. Il valore aggiunto che SeeWeb può portare al nostro progetto è la connettività internet offerta non da un singolo fornitore (Telecom Italia), ma da più carrier permettendo la raggiungibilità dei nostri sistemi anche in caso di importati problemi di peering nazionali/internazionali.

Ai nostri clienti offriremo la possibilità di scegliere quale Datacenter utilizzare come sito primario e quale come sito di Disaster Recovery.

Prevediamo inoltre uno schema misto in cui le connessioni possono essere bilanciate, in base a vari criteri, su entrambi i Datacenter, per poi essere aggregate su un unico sito in caso di Disaster Recovery.

### **Quali sono i servizi che la nuova infrastruttura può offrire?**

Sicuramente il servizio principale è il Disaster Recovery di Farmaclick, ma le risorse computazionali che entrambi i Datacenter possono garantire ci permettono di allargare la gamma di servizi offerti: possiamo liberare i nostri clienti dai costi e dagli oneri di gestione dei sistemi iSeries, offrendone l'outsourcing; possiamo offrire servizi di Business Intelligence e archiviazione sostitutiva.

I Datacenter del gruppo Macrosoft offriranno servizi di cloud computing anche alle farmacie che adotteranno il nuovo gestionale Sophia.

## **Cambia il sistema Password Farmaclick**

Il protocollo di comunicazione Farmaclick ha raggiunto oggi un livello di diffusione tale da coprire la quasi totalità delle comunicazioni tra farmacia e distributore intermedio. Nato inizialmente per la trasmissione degli ordini, Farmaclick è divenuto oggi un canale di comunicazione complesso che riguarda anche altri dati come documenti, listini, prezzi di vendita, campagne commerciali, etc.

L'evoluzione del mercato e la necessità di sofisticazione della relazione tra grossista e farmacia, impone ulteriori sviluppi che consentano una comunicazione bidirezionale, così come testimonia la nascita di nuove soluzioni come Sophia e Phare, sistemi gestionali con specifiche funzionalità "Retail".

Per soddisfare questo tipo di esigenze e mantenere il massimo dei livelli di sicurezza, è stato reso ancora più affidabile il già valido meccanismo con il quale il software gestionale di farmacia si "autentica" sui server Farmaclick e quindi sui sistemi dei grossisti.

La nuova politica di gestione delle password, la cui entrata in vigore verrà presto comunicata sul sito e direttamente alle principali software house, prevede che la password venga rinnovata ad ogni collegamento della farmacia al sistema Farmaclick ed impone quindi che il gestionale di farmacia rispetti le specifiche del protocollo pubblicate sul sito [www.farmaclick.it](http://www.farmaclick.it) (livello API 2005 e 2010)

# Integrazione tra reale e digitale per il futuro della farmacia;

*Cef sceglie K4Pharma della Krealia per realizzare il suo progetto web.*

È **Phygital** il progetto **Cef** che intende traghettare le farmacie in una nuova era, in un immediato domani altamente digitalizzato in cui nuovi ed oggi sorprendenti tecnologie cambieranno profondamente le nostre abitudini. L'integrazione tra reale e digitale coinvolge tutti gli ambiti della nostra realtà, come lo sono stati finora con l'avvento degli smartphone e dei social network. La farmacia, nell'adeguarsi necessariamente a questa rivoluzione, dovrà cogliere le opportunità insite nel cambiamento, opportunità che la **Cef - Cooperativa Esercenti Farmacia** - ha interpretato realizzando una nuova piattaforma di *digital health* dal nome **Farmacia.it**.

Secondo Ims solo il 6% delle farmacie fa e-commerce perché crearsi un proprio sito di commercio elettronico difficilmente risulta strategico e remunerativo per una farmacia singola. Lo ha capito bene Cef che utilizzerà **Farmacia.it** come un grande portale di e-commerce a disposizione delle farmacie aderenti alla cooperativa. L'avveniristico progetto della Cooperativa bresciana conterà sin da subito le 1.500 farmacie aderenti a **Cef** e coniugherà i servizi di e-commerce con quelli informativo-educativi e di gestione della terapia.

Sarà, quindi, un hub che arricchirà l'esperienza dell'acquisto online di prodotti farmaceutici (OTC e SOP), integratori e medical device con contenuti correlati ricchi di consigli e ap-

profondimenti. Al portale potranno collegarsi le farmacie socie con piena libertà di scegliere il livello di integrazione al progetto; dalla semplice gestione del template del sito della farmacia, alla completa integrazione dei servizi. Esempio è quello dell'e-commerce, in cui il sito della farmacia attinge direttamente al magazzino della Cef per le sue vendite o prenotazioni on line. Una catena reale, dunque, che si sviluppa nel digitale per chiudere il cerchio in farmacia.

L'architettura di questo innovativo e sofisticato progetto web, basata su complesse tecnologie che realizzano con semplicità il concetto stesso del *Phygital*, è stata realizzata grazie alla soluzione **K4Pharma di Krealia**, Gruppo **Macrosoft Holding**.



## K4Pharma

Nelle sempre più sofisticate strategie di marketing che si realizzano nella filiera del farmaco, il canale web svolge un ruolo fondamentale. Lo sa bene Krealia che, focalizzata da sempre sull'analisi e lo sviluppo di soluzioni lungimiranti, ha messo a punto strumenti in grado di gestire tutta la filiera, dall'industria farmaceutica fino al cliente finale passando per il distributore farmaceutico e la farmacia.

In una logica di circolarità ed interconnessione tra realtà fisica e digitale, la soluzione K4Pharma gestisce dal semplice portale generalista fino ad arrivare ad un portale tematico a cui è possibile agganciare un numero illimitato di farmacie in rete, il tutto con un'integrazione totale tra i sistemi informativi di ciascuna realtà. Oltre all'importanza della user experience del cliente finale che naviga nei siti del network è indispensabile avere alle spalle una struttura in grado di gestire anche le esigenze della rete di farmacie; il web diventa il canale privilegiato per poter accedere alla piattaforma, ovunque ed in qualsiasi momento, per ottenere informazioni e tracciare, in termini informatici, ogni tipo di attività e servizio per essere ricondotti all'interno del più ampio progetto di Network.

In questo senso, la soluzione si sposa perfettamente ad una logica "Retail", integrandosi a sistemi gestionali come Phare e Sophia, nati appositamente per gestire in maniera strutturata, completa ed evoluta le catene di farmacie.

# CRM Pharmaweb: nuovo sistema di report delle newsletter

Nell'ambito della distribuzione del farmaco Pharmaweb si è consolidato come il primo portale B2B in Italia con oltre 5.500 farmacie (in continuo aumento), più di un milione e mezzo di pagine visitate e quasi duecentomila sessioni su base mensile. Questi numeri rappresentano la dimensione di un fenomeno in costante evoluzione e che cresce parallelamente allo sviluppo ed all'innovazione generate dal portale.

Il servizio offerto viene continuamente implementato ed arricchito, come dimostra l'ultimo aggiornamento del sistema CRM, lo strumento principe per la gestione dei rapporti B2B e che presenta un nuovo report statistico per il monitoraggio delle Newsletter.

“Per gestire un alto numero di utenti e comunicazioni è indispensabile disporre di strumenti adeguati e sofisticati, che forniscano le più ampie informazioni sulla tracciatura, sulla redemption dei clienti, sui tassi di conversione e sull'efficienza complessiva della

comunicazione - spiega la **Dottoressa Guardasole**, Responsabile Marketing del gruppo **SoFarmaMorra UFM** - e Pharmaweb offre oggi un percorso completo: dalla semplice notifica di lettura fino all'identificazione dell'eventuale ordine che è stato consolidato a seguito della comunicazione”. Grazie all'integrazione dei sistemi e dei prodotti delle aziende del Gruppo Macrosoft, Pharmaweb crea vantaggi a tutti i suoi utenti: un plus che anche la SoFarma-

Morra ha colto per comunicare ai suoi 3500 clienti e fornire servizi agli oltre 1300 clienti attivi sul portale. “Utilizzando Pharmaweb si ha contezza precisa e puntuale degli esiti delle attività di comunicazione e marketing svolte nei confronti dei clienti; inoltre, i farmacisti, utilizzando il portale, dispongono, con pochi semplici click, di un sistema rapido ed efficiente per ricevere info, aderire ad offerte, emettere ordini ottimizzando al massimo i tempi”



Con un semplice passaggio del mouse sui grafici, è possibile leggere i dati riguardanti la Newsletter.

I dati riepilogati in tabella evidenziano:

- > Ora e data di invio
- > Titolo della Newsletter
- > Numero dei destinatari
- > Numero delle Newsletter inviate
- > Numero delle Newsletter NON consegnate
- > Percentuale delle Newsletter consegnate
- > Totale delle Newsletter aperte e relativa percentuale
- > Totale dei click effettuati all'interno della Newsletter, con distinzione tra link e allegati e redemption di eventuali ordini
- > Accesso al report di dettaglio
- > Tipo di dispositivo utilizzato per la lettura della Newsletter

I dati riepilogativi riportati dal nuovo strumento di report sono rappresentati in una forma grafica semplice e facile da usare e rappresenta l'andamento delle Newsletter, restituendo informazioni molto dettagliate, utili ad una efficace pianificazione delle attività di marketing. Il dettaglio e l'organizzazione dei dati forniti dal sistema fanno oggi del CRM di Pharmaweb un prodotto completo e all'avanguardia, in linea con gli standard elevati di prodotti esistenti ma con un plus notevole: la totale integrazione con i sistemi informatici ed informativi. Ulteriori evoluzioni ed integrazioni sono prossime ad essere implementate per rendere Pharmaweb uno strumento indispensabile per una corretta attività commerciale e di marketing.

# Tante opportunità un solo portale: **Pharmaweb.it**



**L'unico strumento web  
per acquistare  
ed essere informato  
sull'intero mercato  
del farmaco.**

Gratuito e veloce, Pharmaweb consente ai farmacisti una vista su tutti i fornitori offrendo gratuitamente servizi in tempo reale: ricerca e acquisto prodotti, informazioni, offerte, promozioni e iniziative, ricerca e download documenti...  
**Scopri di più, registrati su Pharmaweb.it!**

**Jin  
Farma**  
INFORMATICA FARMACEUTICA

# IL GESTIONALE SOCIEVOLE

**Una nuova generazione  
di gestionale in farmacia.**

- Perfetto in una gestione Retail
- Nuova user experience
- Grafica personalizzabile
- Cloud ready
- Comunicazione bidirezionale con il grossista
- Nativamente integrato a Farmaclick e a DiFarm

**Sophia**  
PHARMACY SOFTWARE

