

The Network's Road 4° EDIZIONE

**La collaborazione misurabile con
l'industria: strategie di rete**

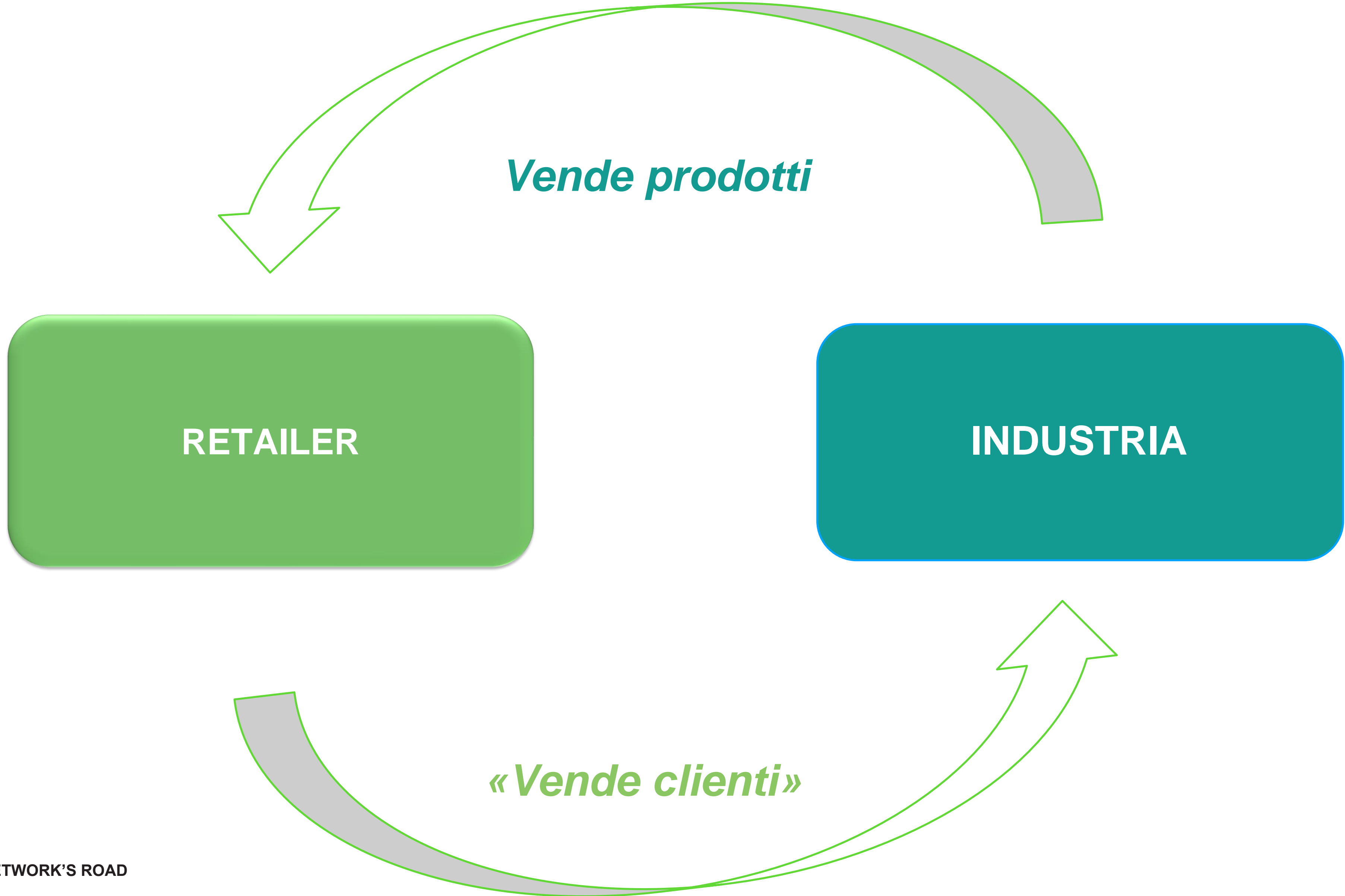
ERIKA MALLARINI



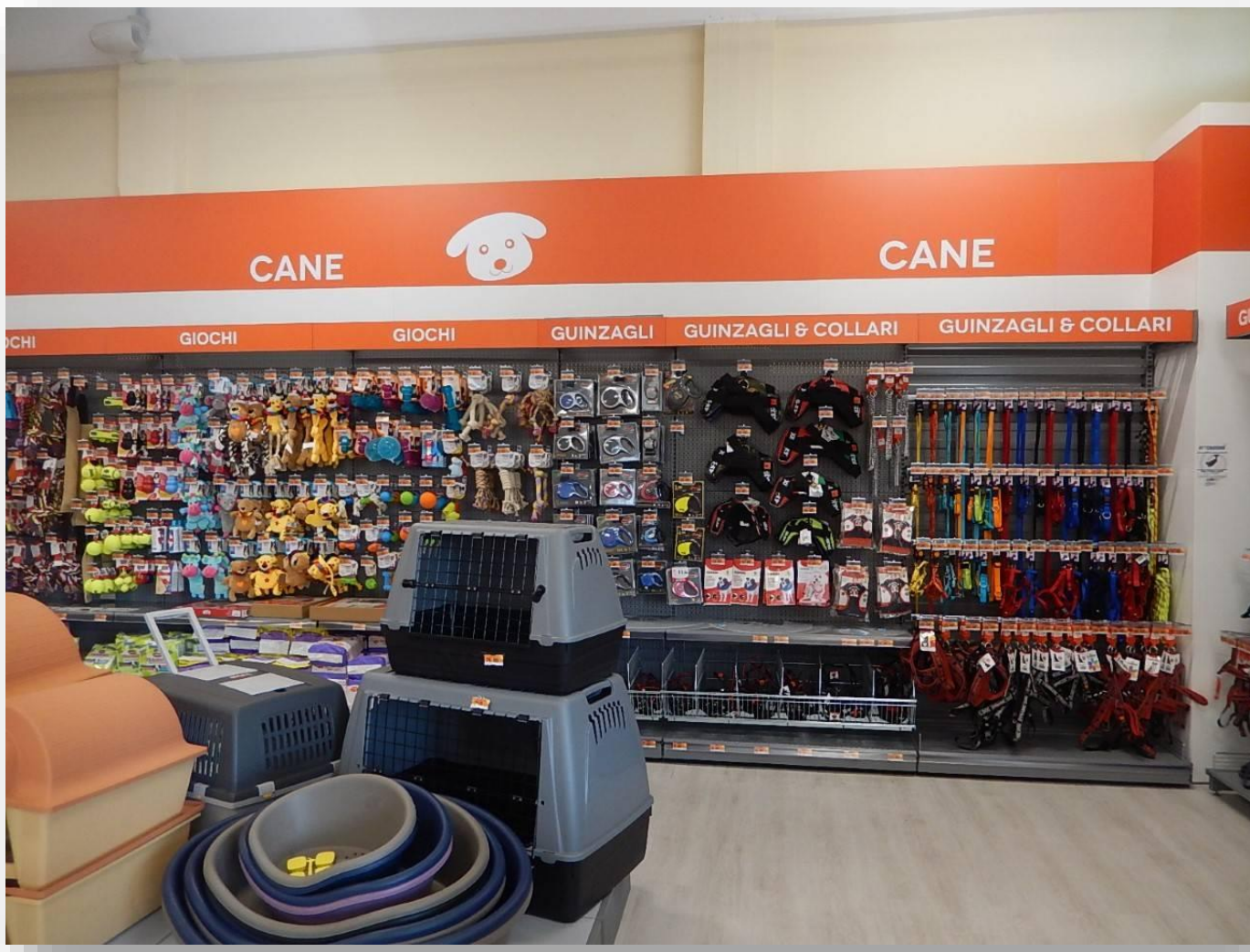
Evoluzione dei rapporti Industria - Retail



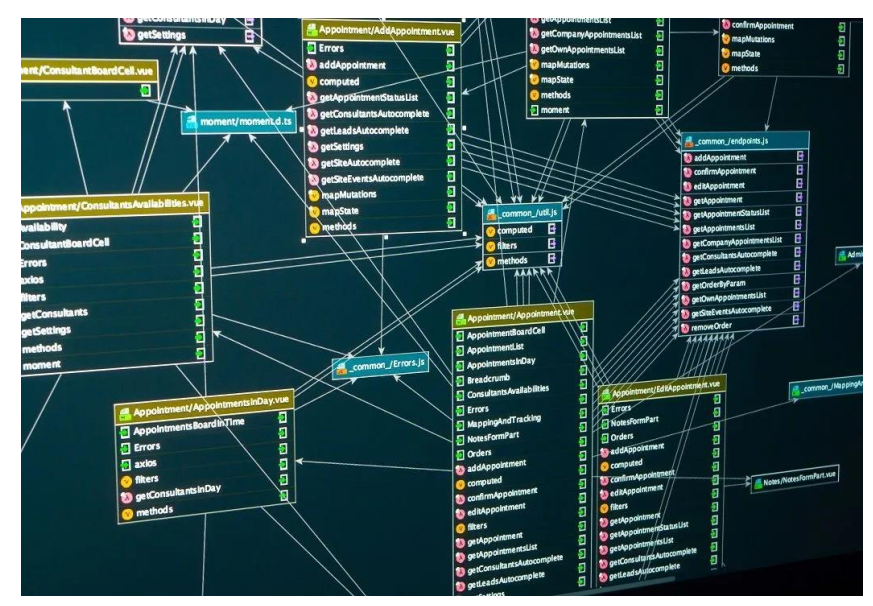
Trade Marketing e Go to Market



Vendere clienti: cosa paga l'industria –retail fisico



- Sviluppo della categoria complessiva
- Sviluppo di nuove sottocategorie (es, bocconcini grazie a fiducia nella PL)
- Emergenza di esigenze (esposizione e chat)
- Slatentizzazione di bisogni (es. prevenzione leishmaniosi)
- Lancio nuove referenze
- Promozioni
- Visibilità sul punto di vendita (dentro e fuori scaffale) e sul sito
- Aumento frequenza vendite
- Dati sul consumatore oltre che sulle vendite
- Branding (es. carrello)



HEYCONAD SPESA ONLINE

Cerca un prodotto...

Tutti i prodotti Offerte Bio & Veg Senza Glutine Senza Lattosio Bassi e Fissi

Come possiamo aiutarti?

Nome

Completare questo campo.

Email

Inizia Chat

PURINA FRISKIES Cane MiniMenù Con pollo e verdure 1,5 Kg	PURINA FRISKIES Cane Nutrisoft Con Manzo 1,5 Kg	PURINA FRISKIES Cookies Biscotti Cane aromatizzati con Pollo scatola 500g
1,5 Kg 3,20 € / Kg	1,5 Kg 3,33 € / Kg	500 g 3,70 € / Kg
4,80€	4,99€	1,85€



Petfriends

BOCCONCINI IN SALSA

- 3 CON MANZO & VITELLO
- 3 CON POLLO & TACCHINO
- 3 CON SALMONE & TROTA
- 3 CON AGNELLO & TACCHINO

Senza coloranti aggiunti
Senza conservanti artificiali

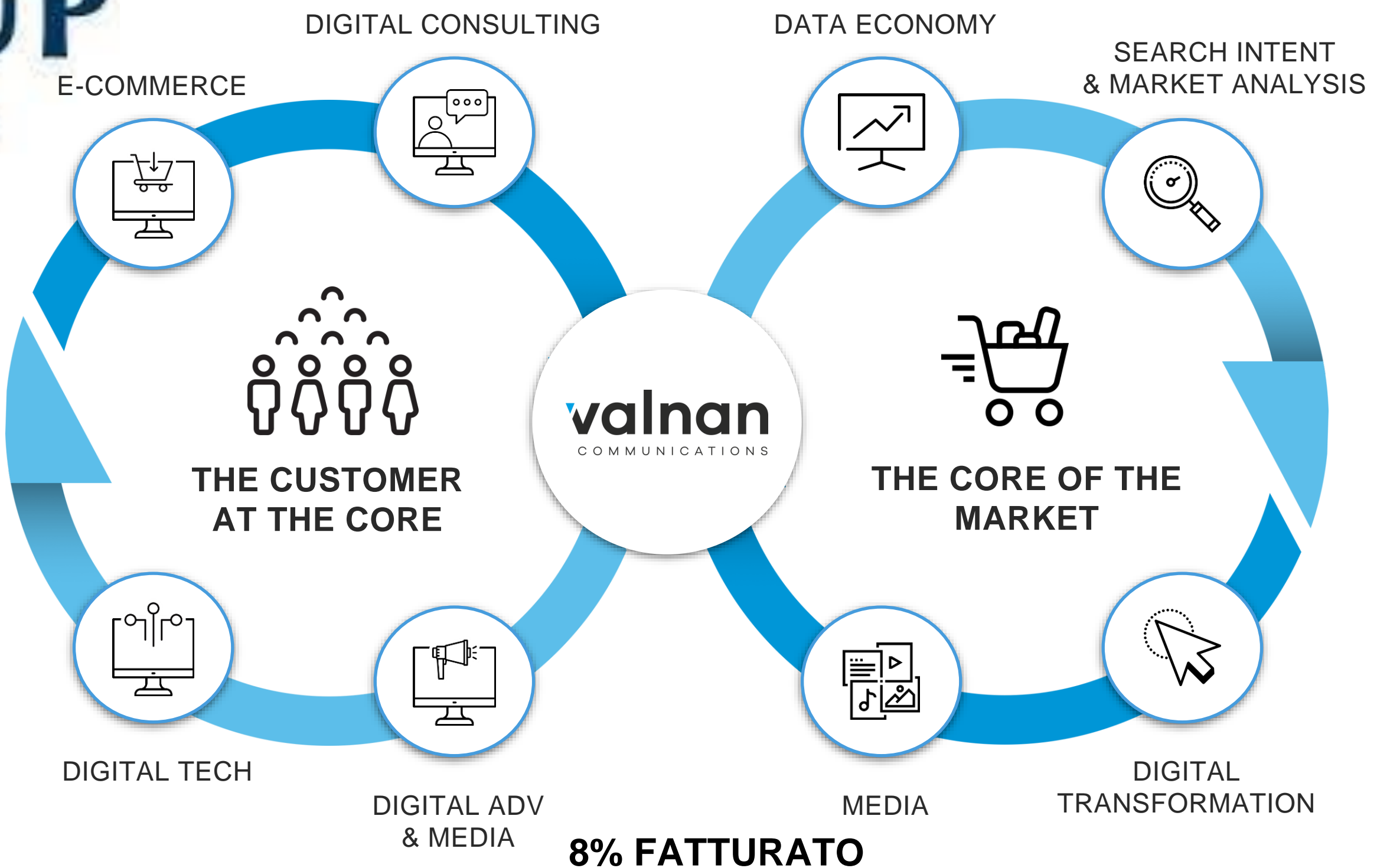
12x100g



Vendere clienti: cosa paga l'industria – retail digitale



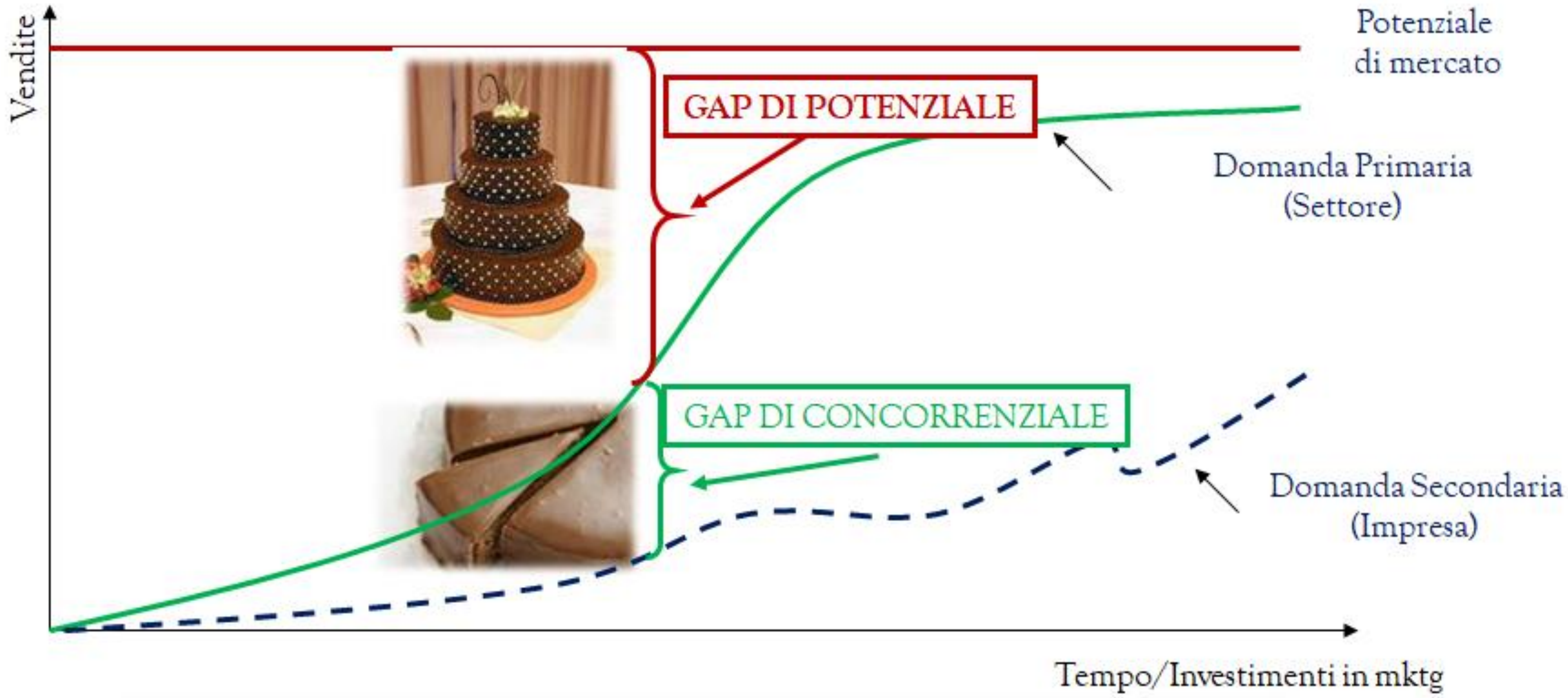
TALEA GROUP DIGITAL PEOPLE ORIENTED



100.000 SKU, ORDINI 2,4 MLN
 20220 116,1 MILIONI DI EURO, (+41% VS 2021)
 CALL CENTER 1.550 CHIAMATE/DIE

Oltre ai servizi Retail:
 Consulenza
 SEO e SEM: portare persone al prodotto
 Blog e Vlog: approfondimento e sensibilizzazione
 Profilazione di dettaglio del consumatore, abitudini di acquisto, elasticità al prezzo e reazione alle promozioni, customer journey, parole chiave, collegamento con altri canali etc
 Progettazione e gestione di e-commerce sul sito del produttore
 Digital Tool

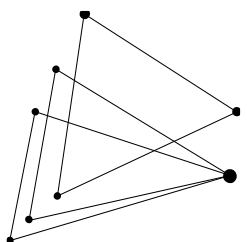
Coopetition: dalla negoziazione distributiva alla negoziazione integrativa



Cosa offrono le Reti di Farmacie alle aziende

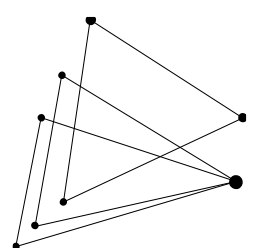
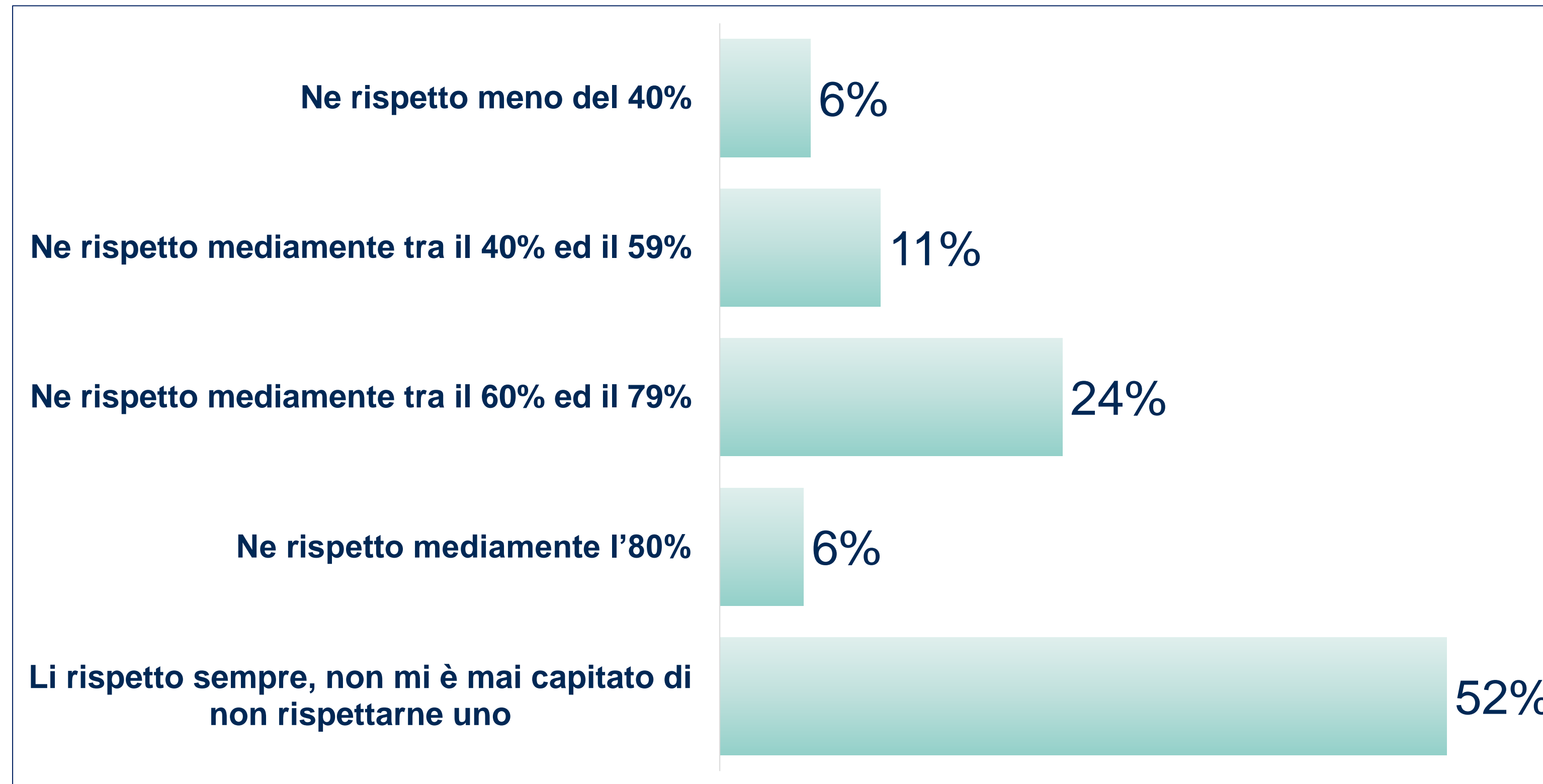
La Value Proposition delle reti verso l'industria

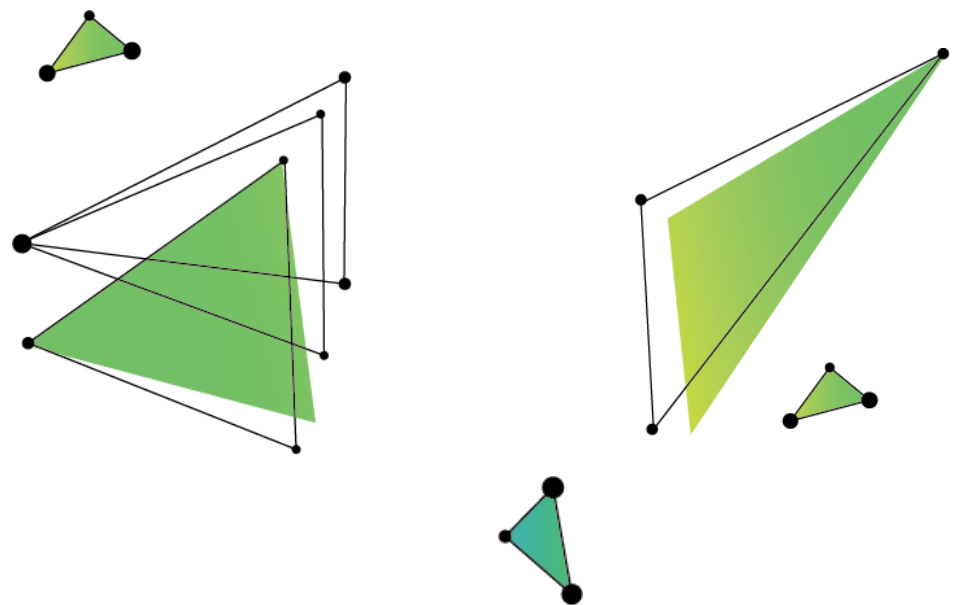
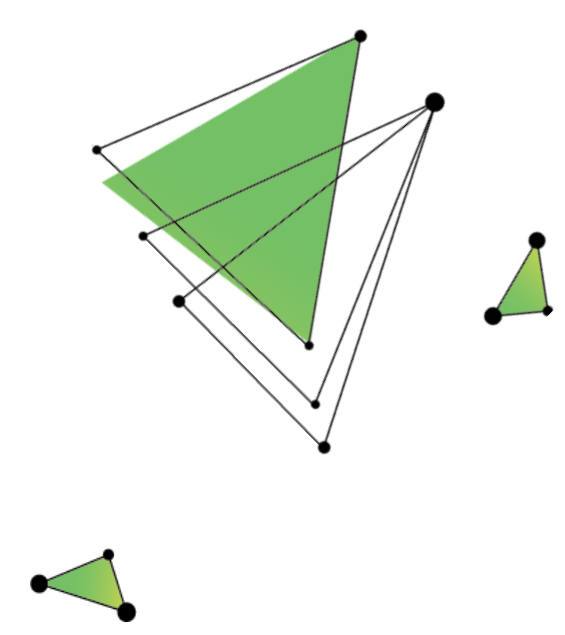
- Vincolo a lavorare con le insegne leader o i distributori
- Efficienza intesa come possibilità di gestire più punti vendite con un solo key account invece di vari agenti
- Sinergie con il distributore nel caso delle unioni volontarie
- Possibilità di avvalersi di strumenti di sell out
- Condivisione dei dati per il monitoraggio delle iniziative
- *Content Analysis, SDA Bocconi 2023*



Il limite delle Reti oggi per essere totalmente credibili

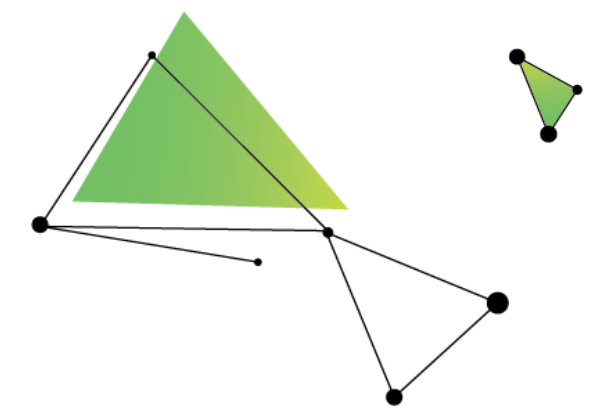
DEGLI ACCORDI CHE LA RETE STIPULA CON LE AZIENDE, MEDIAMENTE LEI QUANTI NE RISPETTA?





**Rispetto al consumatore la farmacia
indipendente è competitiva**

**Rispetto all'industria non può essere un
Partner Strategico**



Grazie

