

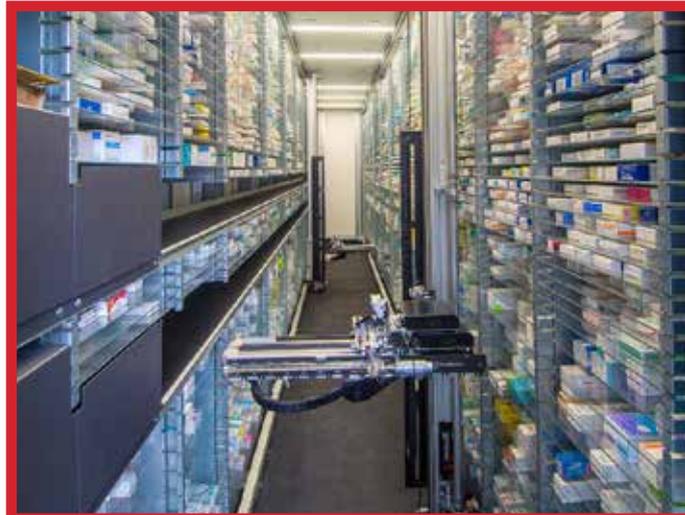
# SISTEMI DI AUTOMAZIONE MAGAZZINO

**La robotizzazione del magazzino consente alla farmacia di liberare dal farmaco con prescrizione l'area espositiva, nella quale dare spazio e visibilità a quei prodotti che garantiscono maggiore marginalità, ma non solo.**

## Cosa si intende per automazione del magazzino?

Quando si parla di automazione del magazzino si utilizza volentieri la parola "robot", termine evocativo che fa pensare subito a un vero e proprio sostituto dell'operatore manuale, se non addirittura a una macchina dotata di una propria intelligenza. Entrambe le suggestioni sono vere.

Si tratta di scaffalature, dotate di fitte colonne di ripiani orizzontali oppure di centinaia di canali inclinati, capaci di sfruttare al meglio lo spazio disponibile e di interagire con sistemi di movimentazione quasi del tutto automatici che, grazie a pinze robotizzate e sistemi ottici di scansione, sono in grado di manipolare le scatole, riconoscere i prodotti e portarli a destinazione.



## Perché optare per l'automazione in farmacia?

Emerge sempre più da parte delle farmacie l'esigenza di recuperare redditività: la necessità di far crescere i fatturati si riflette necessariamente sullo sviluppo degli spazi e sull'organizzazione stessa del lavoro. Spesso l'inadeguatezza degli spazi orizzontali attigui porta i titolari a orientarsi verso uno sviluppo verticale, per compattare in uno spazio sempre minore una notevole mole di referenze.

Un obiettivo molto sentito è quello di risolvere il problema di cassettiere saturate, insufficienti per accogliere i generici e i nuovi farmaci, ed evitare al magazzino un'attività incessante di rifornimento e spostamento, che intralcia il lavoro di chi vende.

L'automazione di magazzino sta diventando oggi, sempre più, uno degli strumenti più efficaci per garantire un percorso di crescita a ogni farmacia che sappia trarre vantaggio da una maggiore superficie espositiva e da una migliore organizzazione del lavoro. Con l'avvento del magazzino automatizzato, la tradizionale suddivisione dello spazio in farmacia, dettata dall'indissolubile binomio operatore-cassettiere non è più un vincolo; con l'introduzione dell'automazione questo assetto può essere completamente ripensato. L'automazione rappresenta in questo senso un'ottima occasione per rivedere l'intero flusso delle merci e mettersi in gioco per riorganizzarlo al meglio.



**Pharmaservice S.r.l.**

Via Cicoletta, 18 • 73100 Lecce (LE)

Tel: 0832 233511 • Fax: 0832 233590

www.pharmaservice.it • [info@pharmaservice.it](mailto:info@pharmaservice.it)

  
**Pharmaservice**<sup>®</sup>  
SISTEMI INTEGRATI DI GESTIONE

La meccanizzazione del magazzino fa sì che non sia più l'operatore ad andare verso il prodotto ma il prodotto verso l'operatore. Locali e spazi ritenuti fino a oggi logisticamente inappropriati (pensiamo ai magazzini seminterrati o ai locali posti direttamente sopra il locale farmacia) diventano, invece, i luoghi ideali in cui collocare un robot, liberando metri lineari espositivi e aree dedicate a nuove attività e servizi.

I banchi vendita, grazie ai sistemi di trasporto legati agli automatismi, possono essere dislocati in ogni punto della farmacia; lo spazio è ridistribuito, suggerendo nuovi percorsi che rendono commercialmente attive aree un tempo troppo remote.

Uno dei vantaggi fondamentali dell'automazione, infatti, è rappresentato dalla possibilità di controllare diversamente il fatturato per ogni metro quadrato di stock, permettendo alla farmacia di donare nuovi spazi al *self* e all'acquisto di impulso, mentre al contempo il sistema automatico è in grado di dedicare più spazio qualitativo e quantitativo in funzione della rotazione, aiutando a valorizzare meglio le scorte medie.

Non si devono più cercare prodotti in giro per la farmacia, perché è il robot a sapere dove sono; e il robot sa anche dove sta il più vecchio in ordine di carico. Quindi, se il magazziniere lo chiede, il robot può addirittura estrarre i prodotti che sono entrati, per esempio, più di quattro mesi prima, per controllarne le scadenze. Se invece all'atto del carico le scadenze sono state caricate dal magazziniere nel sistema, il robot vende naturalmente sempre il più prossimo alla scadenza. Anche l'inventario fisico diventa inutile perché il robot sa sempre perfettamente quello che ha dentro; resta necessario solo per quello che è rimasto fuori dalla macchina.

## Qual è l'impatto dell'automazione in farmacia sul cliente/assistito?

In primissimo luogo, ciò che si constata immediatamente è un maggior tempo di interazione con il cliente. Per il farmacista questo si traduce operativamente in una maggior disponibilità di tempo da dedicare al consiglio per poter spendere qualche parola in più sulla posologia, sulle caratteristiche del prodotto o sulle interazioni con altri farmaci.

Si tratta quindi di un nuovo modo di impiegare il tempo della vendita: eliminati gli spostamenti verso le cassettiere o zone ancora più lontane della farmacia; semplificata la ricerca del prodotto in giacenza; annullati gli errori di dispensazione. Il farmacista può davvero dedicare al cliente quel minuto che i prodotti impiegano per arrivare alla sua postazione, rafforzando la relazione e valorizzando la consulenza.

Una parte della crescita di fatturato delle farmacie che hanno adottato un robot viene proprio dall'utilizzo diverso del tempo che il cliente passa di fronte al banco: prima restava da solo, aspettando il ritorno del farmacista con le scatolette richieste; ora ha sempre di fronte il "suo dottore" che può fornire risposte e consigli, stimolare la vendita di prodotti complementari attraverso la tecnica del *cross-selling*, uscire dal banco e seguirlo verso le aree espositive, il tutto mentre i farmaci arrivano autonomamente dal robot.

La vendita basata sulla semplice evasione delle ricette può così lasciare spazio a un vero investimento nel tempo passato con il cliente, che sarà valorizzato secondo le specifiche esigenze.

**Automazione, infine, è sinonimo di garanzia: in primis, per la maggiore affidabilità nella distribuzione del farmaco e dei tempi di erogazione; in secondo luogo per l'immagine tecnologica della farmacia agli occhi del cliente e per il maggiore livello di servizio che determina.**



**Pharmaservice S.r.l.**

Via Cicolella, 18 • 73100 Lecce (LE)

Tel: 0832 233511 • Fax: 0832 233590

www.pharmaservice.it • [info@pharmaservice.it](mailto:info@pharmaservice.it)

