



Salute - E-commerce farmaceutico: il boom post Covid e gli strumenti di fidelizzazione

Roma - 24 gen 2022 (Prima Notizia 24) il fenomeno della farmacia online.

Un fenomeno sempre più importante e diffuso, quello dell'e-commerce. Ma quali sono i segreti del suo successo? Il mercato online dell'healthcare in Italia vale circa 1,5 miliardi di euro nel 2021: una crescita del 43,3% rispetto al 2020, con 18 milioni di italiani che acquistano online articoli per la salute e farmaci online, tra cui 5,6 milioni che lo fanno in maniera abituale. Questi sono soltanto alcuni dei numeri proposti dall'Osservatorio Netcomm dell'Health&Pharma digitale. Con la liberalizzazione della vendita online di farmaci senza prescrizione medica, infatti, il comparto ha visto una rapida crescita negli ultimi anni, portando l'Italia a recuperare il ritardo iniziale accumulato rispetto agli altri paesi europei. Oggi il mercato dell'e-pharmacy rappresenta una soluzione consolidata, con una posizione di mercato rafforzata a seguito della pandemia di Covid-19. La comodità di acquistare in qualunque momento e in qualunque luogo ci si trovi, la facilità di accesso ad un vasto assortimento di prodotti online comparabili tra loro, il vantaggio di reperire prodotti che magari la farmacia di zona non possiede sono solo alcuni tra i fattori che influenzano l'acquisto online dei prodotti farmaceutici. Elemento chiave per il successo dell'eCommerce di prodotti farmaceutici da banco è la presenza di un canale di contatto diretto con i clienti, via telefono, mail o ancora meglio live chat. La chat online è uno strumento integrato direttamente sul sito dell'eCommerce della farmacia e garantisce l'assoluta certezza che l'utente abbia a disposizione un mezzo efficace per contattare live il farmacista. Il rapporto che si crea tra farmacisti e clienti è infatti un rapporto di totale fiducia. Un esempio è rappresentato dalla farmacia online Viata, i cui esperti sottolineano come la live chat serva a colmare quel divario tra l'esperienza personale dell'acquisto in un punto vendita fisico e l'esperienza, a volte percepita come impersonale, dell'acquisto online. "La live chat con i nostri farmacisti è lo strumento che permette di creare una relazione diretta e personale, indispensabile per la fidelizzazione del cliente." dichiara Sara Galvagna, Country Manager dell'azienda per il mercato italiano. Gli utenti che acquistano online su un e-shop che mette a disposizione un servizio di customer care live apprezzano il fatto di ricevere un aiuto immediato, con tempi di attesa davvero ridotti, e percepiscono l'interesse dell'azienda nel trattarli come persone e non come pratiche da sbrigare attraverso risposte automatizzate. Il supporto della live chat su un e-commerce migliora sia l'esperienza di acquisto del cliente, sia le performance di vendita degli e-shop.

(Prima Notizia 24) Lunedì 24 Gennaio 2022