



L'UTILIZZO DI STRATEGUS PHARMA NELL'AMBITO DI UNA FARMACIA

Le farmacie, come ogni azienda, possono avvalersi con grande vantaggio di *Strategus Pharma* come potente strumento di controllo. Qui e nel prossimo intervento verranno sinteticamente descritti alcuni fattori chiave da monitorare.

AREA FINANZIARIA

Per quanto riguarda l'area finanziaria, attualmente i fattori chiave sono legati alla vendita dei farmaci ed al loro utilizzo da parte dei clienti/pazienti; in un futuro prossimo, i fattori chiave dovrebbero diventare la libera vendita e l'erogazione dei servizi.

Le misurazioni più importanti delle vendite sono:

- fatturato;
- ROE;
- ROI;
- ROS;
- scontrino medio a valore;
- scontrino medio a volume;
- rotazione Magazzino;
- costo medio per ricetta;
- sconti sui prodotti come previsto dalla normativa attuale;
- trattenute applicabili sul totale delle ricette.

È inoltre importante monitorare l'uso dei farmaci a più alta marginalità, come i generici o di marca, in rapporto alle varie terapie previste dalla tabella ATC.

La scelta dell'acquisto dei farmaci più appropriati e di tendenza va a tutto vantaggio del benessere finanziario della farmacia e del paziente, che trova un'offerta calibrata sulle sue esigenze. Al riguardo le misurazioni più importanti sono:

- il numero medio mensile di ricette;
- il rapporto fra domanda di farmaci generici e farmaci di marca;
- la curva di concentrazione per *category* (curva ABC).

AREA CLIENTI

Il rapporto fra paziente e farmacista è molto delicato, poiché si tratta di un rapporto estremamente fiduciario.

Le attività che devono essere monitorate sono le seguenti:

- l'educazione sanitaria offerta ai pazienti;
- i casi di informazione sui farmaci equivalenti;
- l'indice di soddisfazione dei pazienti/clienti.
- il numero dei reclami dei pazienti/clienti;
- il numero di risoluzioni dei reclami.

In futuro, quando la collaborazione tra il farmacista e il medico o il pediatra di base diventerà un servizio offerto al cliente/paziente, potrebbe assumere importanza anche la dispensazione personalizzata.



AREA PROCESSI INTERNI

I processi interni di una farmacia possono essere suddivisi in processi interni propriamente detti e processi clinici.

I processi interni propriamente detti oggi riguardano, per esempio, la vigilanza sul farmaco, mentre in futuro dovranno necessariamente comprendere anche l'offerta e l'organizzazione dei servizi, quali l'aderenza terapeutica e il follow up al paziente in collaborazione con il medico e il pediatra di base.

Le attività che devono essere monitorate sono le seguenti:

- laboratorio galenico (percentuale di prodotti venduti preparati direttamente dal farmacista, rapporto fra produzione interna e acquisto di prodotti esterni, etc.);
- informatica e Web 2.0 (percentuali di visite nel sito, traffico di utenti su social network, etc.);
- la compilazione a cura del farmacista del modulo per la segnalazione di reazioni avverse da farmaci fatte dai clienti (scheda ADR), il rischio tossicologico.

In futuro, un altro processo che assumerà importanza e che dovrà quindi essere monitorato, sarà la Telemedicina (numero di chiamate ricevute, numero di prescrizioni telefoniche sul totale, etc.).

I processi clinici, invece, riguardano l'utilizzo del prontuario farmaceutico, relativo all'inclusione o esclusione di farmaci. La versione del prontuario a disposizione del farmacista deve sempre essere quella più recente, per motivi legati alla sicurezza e all'efficacia dei farmaci.

Strategus Pharma verificherà quindi:

- la frequenza di utilizzo inappropriato dei farmaci da parte del paziente;
- la manifestazione di effetti collaterali (per 1000 pazienti);
- l'aderenza dei pazienti alle terapie farmacologiche.

AREA APPRENDIMENTO E CRESCITA

Ogni farmacia deve tenere sotto controllo le nuove tecnologie e i nuovi servizi (come ad esempio, in futuro, la telemedicina). Le nuove tecnologie, specie l'uso dei mezzi digitali e del Web, possono aprire la strada a nuovi servizi e ad un nuovo tipo di rapporto con i pazienti, unitamente ad una maggiore capacità di elaborazione ed archiviazione dei dati. Per questo occorre monitorare:

- il numero di miglioramenti tecnologici apportati ogni anno;
- il numero di acquisto o aggiornamento di nuovi software;
- il tasso di investimento annuale in tecnologia e software.

Come lo sviluppo tecnologico, occorre monitorare la promozione della formazione e dell'aggiornamento del personale, misurando:

- gli investimenti annuali in formazione dei dipendenti;
- la frequenza di formazione;
- il tempo medio di aggiornamento annuo di ogni collaboratore.

* * *