

Farmacisti d'eccellenza

"La mente non è
un vaso da
riempire,
ma un fuoco
da accendere"



FARMACISTI D'ECCELLENZA

“La differenza fra un sogno e un obiettivo è una data ”

Inizia ora!

HIPE pharmACADEMY si rivolge a tutti i farmacisti , neolaureati e con esperienza, che vogliono riallineare le loro competenze alle esigenze lavorative attuali.

Attraverso lo studio di discipline complementari e funzionali all'esercizio della professione, seguendo standard di eccellenza, propone un percorso di crescita professionale attraverso un metodo unico ed innovativo di MINDSETTING.

HIPE pharmACADEMY si rivolge a tutti i farmacisti , neolaureati o con esperienza, che vogliono riallineare le loro competenze alle esigenze lavorative attuali.

Attraverso lo studio di discipline complementari e funzionali all'esercizio della professione, seguendo standard di eccellenza, propone un percorso di crescita professionale attraverso un metodo unico ed innovativo di MINDSETTING.

" Per andare lontano è necessario fare un passo indietro, e prendere la ricorsa"



Area personal coach



Cosa si apprende? Cosa si apprende? Cosa si apprende?

Cos'è il MINDSET,
come influenza la
nostra attività
quotidiana, come
agire per influenzarlo
a nostro vantaggio

L'acquisizione di
un corretto
atteggiamento
per precorrere i
cambiamenti
anziché subirli

Gli ostacoli esterni ed
interni a noi che
rallentano la
nostra efficienza
lavorativa: gli alibi

Cos'è il coaching ?

Il Coaching è un metodo di sviluppo personale (o di gruppo) che lavora sull'allenamento delle potenzialità ai fini di raggiungere competenza, risultati ed obiettivi autodeterminati dalla persona; serve a fare chiarezza sui propri obiettivi, sulle risorse necessarie a raggiungerli e ad elaborare strategie d'azione utili al loro raggiungimento nell'arco del tempo stimato.

Il Coach è un facilitatore ed allenatore per il cambiamento e lo sviluppo delle potenzialità del coachee, il quale definisce obiettivi del percorso di coaching agendo in prima persona ed assumendosi la responsabilità del loro raggiungimento.



Area Risorse Umane

La gestione dei collaboratori:
la leadership situazionale
1^a parte



Cosa si apprende?

La farmacia è una realtà in cui spesso ci si trova a lavorare in gruppi di lavoro più o meno numerosi con le relative dinamiche ed equilibri; in questa 1^a parte del corso, tratteremo le varie tipologie di leader e i diversi profili di collaboratori

La gestione dei collaboratori:
la leadership situazionale
2^a parte



Cosa si apprende?

In questa 2^a parte del corso approfondiremo i metodi e gli strumenti più funzionali alla gestione efficace dei diversi profili dei collaboratori per una maggiore performance lavorativa

Cosa si apprende?

In questa 3^a parte del corso, focus dominante sono l'organizzazione del team, come e perché realizzare un mansionario e come rendere il team altamente efficiente ed efficace attraverso la definizione di obiettivi.

L'organizzazione
del team e il
mansionario



Time management:
la gestione del tempo



Cosa si apprende?

Per ogni farmacista, titolare o collaboratore, la gestione del tempo è un asset importante del proprio lavoro quotidiano: in questa parte del corso affronteremo le modalità per una gestione efficace del tempo, la Tripartizione e il determinismo.

Area Comunicazione



Cosa si apprende?

La comunicazione è un insieme di processi che ci permette di entrare in relazione con gli altri; conoscere questi principi ci fornisce gli strumenti necessari per creare maggior empatia e comprensione con i clienti

Cosa si apprende?

La comunicazione esperienziale è quel tipo di comunicazione che mette al centro l'esperienza, che, a sua volta, diventa una esperienza multisensoriale positiva e rimarcabile..

Cosa si apprende?

La PNL e il metamodello: dal pensiero profondo alla struttura superficiale del linguaggio

Perche è importante conoscere i processi basilari della comunicazione?

Spesso ci si dimentica che le competenze comunicative interpersonali possono essere apprese, mentre vi è una sorta di convinzione per cui una volta appreso parlare il resto sia solo questione di carattere.

La comunicazione è, infatti, un comportamento e come tale è osservabile e modificabile. Tuttavia, la comunicazione non è un comportamento semplice: comporta, infatti, un certo grado di consapevolezza e intenzionalità ed un processo che coinvolge più soggetti sociali.

Da queste riflessioni nasce quindi la ragion d'essere di un percorso formativo sulla comunicazione: un modo per aiutare il farmacista, professionista che si interfaccia con numerosi clienti al giorno, a comprendere come modificare alcuni aspetti del proprio stile relazionale, imparando e sperimentando strategie più funzionali, che ci vengono suggerite dai diversi approcci teorici.

Area vendita consulenziale

Cosa si apprende?

Durante il lavoro quotidiano ci si trova spesso a non riuscire a comprendere le reali esigenze del cliente non per mancanza di preparazione tecnica o di soluzioni più appropriate, quanto per difficoltà a “rompere il ghiaccio”, o entrare in sintonia con il cliente; in questo corso imparerai come superare al meglio gli ostacoli che si pongono più frequentemente al banco impedendo al farmacista di svolgere efficacemente la sua consulenza

La vendita consulenziale 1^a parte



dalla relazione con il cliente alla
comprensione delle sue reali
necessità

Cosa si apprende?

Non infrequente la situazione in cui, pur avendo compreso esattamente quale sia la soluzione più efficace per risolvere la problematica del cliente, quest'ultimo ci pone innumerevoli obiezioni, con duplice conseguenza bloccare il cliente nella sua decisione e di creare un clima teso fra lui e il farmacista; in questa 2^a parte del corso, il metodo più congruente con cui presentare la nostra soluzione al cliente, come “vivere” le obiezioni e come distinguere quelle reali da quelle false.

La vendita consulenziale 2^a parte



dalla presentazione della soluzione al
superamento delle obiezioni

Cosa si apprende?

Avete mai provato quella sensazione sgradevole, di disagio, a volte misto ad irritazione che si vive quando, dopo aver dedicato svariato tempo per un consiglio ad un cliente, lui esordisce con : “ CI DEVO PENSARE” o “ COSTA TROPPO” ?

In questa 3^a parte del corso si acquisirà il metodo più rapido ed efficace per superarle e trasformarle in una grande opportunità di fidelizzazione.

La vendita consulenziale 3^a parte



dalla obiezione alla fidelizzazione.

Area punto vendita



Trasforma il tuo punto vendita :
da contenitore di prodotti ad
ambiente relazionale

Le basi



Trasforma il tuo punto vendita :
da contenitore di prodotti ad
ambiente relazionale

La tecnica

La Vetrina:
criteri e tecniche per la realizzazione
della vetrina in farmacia



Cosa si apprende?

Il ruolo del punto vendita (farmacia) nel processo d'acquisto; in questa 1ª parte del corso vengono definite le caratteristiche del Visual Merchandising (V.M.) e i suoi obiettivi.

Cosa si apprende?

I criteri di progettazione degli spazi, del layout e del V.M. : i criteri di aggregazione dei prodotti, la sequenza dei reparti e modalità espositive.

Cosa si apprende?

i punti cardine della vetrina: pianificazione, progettazione dello spazio, messaggio da trasmettere, modalità di esposizione fedi prodotti.

Perche è importante saper realizzare una vetrina ?

Di tutti gli elementi del punto vendita che comunicano con l'esterno, la vetrina contribuisce maggiormente a “comunicare” prima ancora di “vendere” .

Conoscere i criteri basilari che caratterizzano la realizzazione della stessa, ci permette di comunicare in maniera coerente la nostra Identità di farmacia e il messaggio che vogliamo trasmettere ai nostri clienti.

Area marketing

Cosa si apprende?

Prima ancora di intraprendere qualsiasi viaggio, è fondamentale tracciare i punti cardini del percorso : CHI SIAMO e DOVE SIAMO DIRETTI. In questa 1ª parte del corso porremo le basi per l'identificazione della unicità della farmacia : la sua IDENTITÀ



Cosa si apprende?

quali Sono i tratti distintivi della BRAND IDENTITY della farmacia.



Cosa si apprende?

Come dai tratti distintivi della BRAND IDENTITY si struttura l'immagine coordinata della farmacia.



Cosa si apprende?

come pianificare nel dettaglio delle attività di marketing della farmacia.



Chi sono



PROFILO PERSONALE

Farmacista, specializzata nel campo della gestione delle Risorse Umane, e in marketing esperienziale

VISION E MISSION

Affiancare le farmacie in un percorso di crescita professionale attraverso lo sviluppo della loro specifica IDENTITÀ AZIENDALE attraverso:

- il consolidamento dei talenti individuali della squadra di lavoro mediante un innovativo metodo di team coaching ;
- l' incremento delle competenze comunicative e consulenziali con particolare focus sulla PNL.
- lo studio delle tecniche di marketing operativo (visual merchandising e vetrinistica), per la progettazione e gestione del punto vendita interpretato come un ambiente relazionale, volto a valorizzare il vissuto del cliente.

CONTATTI

cell. 3401620917
Email: hipefarmacia@gmail.com
Sito : www.hipefarmacia.com
via Casale 56
76125 Trani (BT)

CINZIA DI SAVINO

FARMACY COACH
ADVISOR

ESPERIENZE LAVORATIVE

HR MANAGER

PRESSO FARMACIA PRIVATA

- Vendita al banco
- selezione del personale
- gestione del team con monitoraggio obiettivi e affiancamento nuove risorse
- orario settimanale e piano ferie.
- organizzazione attività di marketing (giornate a tema, promozioni, materiale informativo)

LIBERO PROFESSIONISTA

CONSULENTE FARMACY SPECIALIST PRESSO AZIENDA DI CONSULENZA

- corsi di formazione in comunicazione e vendita.
- corsi di formazione in visual merchandising
- Corsi di formazione in allestimento vetrina in farmacia
- allestimento vetrine
- progettazione e allestimento visual merchandising

Titolare Agenzia di comunicazione

IDEAZIONE CAMPAGNE DI MARKETING.- FARMACY COACH
ADVISOR

- ideazione e realizzazione attività di marketing in farmacia.
- attività di team coaching in farmacia
- Corsi di formazione di Leadership e gestione del personale
- Corso Brand Identity
- Corsi di mindset Efficace
- Corsi marketing esperienziale
- Corsi Comunicare e creare valore x il cliente

FORMAZIONE E ISTRUZIONE

Università di BARI

LAUREA MAGISTRALE A CICLO UNICO IN FARMACIA - APRILE
1995

Università BOCCONI Milano

CORSO : VISUAL MERCHANDISING: comunicazione nel
punto vendita e valore per il cliente

Master 1°livello

BUSINESS COACHING
PERSONAL COACHING

MASTER UNIVERSITARIO 1° LIVELLO

- PRACTITIONER PNL 1° LIVELLO
- MENTALITÀ VINCENTE
- CHANGE YOUR MINDSET
- TECNICHE AVANZATE DI MINDSET
- STRATEGIA AVANZATE DI GESTIONE DELL'AULA
- ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE
- ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE
- STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE
- ECONOMIA DIGITALE

“È un peccato il non far niente
col pretesto che non possiamo
far tutto”

(Winston Churchill)

hipe

HIGH
PERFORMANCE

HIPE visual&human strategy
P.IVA. 08453740725
cell.3807950986
Email: hipefarmacia@gmail.com
Sito : www.hipefarmacia.com
via Casale 56
76125 Trani (BT)