

# Studio sulle farmacie online

**Italia**



## *Gentili lettrici, gentili lettori,*

L'e-commerce sta registrando un boom in tutta Europa. Sono sempre più numerose le farmacie che vendono online. Secondo i dati Sempora, entro il 2020 il volume d'affari europeo delle vendite sul web ammonterà a ben 6,5 miliardi.

In Italia la vendita online di farmaci da banco è stata autorizzata nel luglio 2015. In Italia l'e-commerce in ambito sanitario lo scorso anno è stato il settore che ha registrato il maggior incremento di fatturato. Il settore sanitario online nel quale rientrano anche le farmacie, ha visto una crescita pari al 39%.

Nello studio sulle farmacie online italiane analizziamo quali tra queste si posizionano al meglio per le sfide future. Gli 11 migliori negozi vengono esaminati nel dettaglio in base ai 5 principali fattori di scelta dal punto di vista del consumatore, tipici per il marketing online: prezzi, SEO, servizio, traffico e usabilità.

Cordiali saluti da Monaco di Baviera



**Fabian Kaske**  
*Autore dello studio e  
Amministratore delegato*



**Marie Sophie Kaiser**  
*Autrice dello studio e Marketing  
e Responsabile comunicazione*



**Ebru Pikel**  
*Autrice dello studio e  
Responsabile Marketing  
dei contenuti*

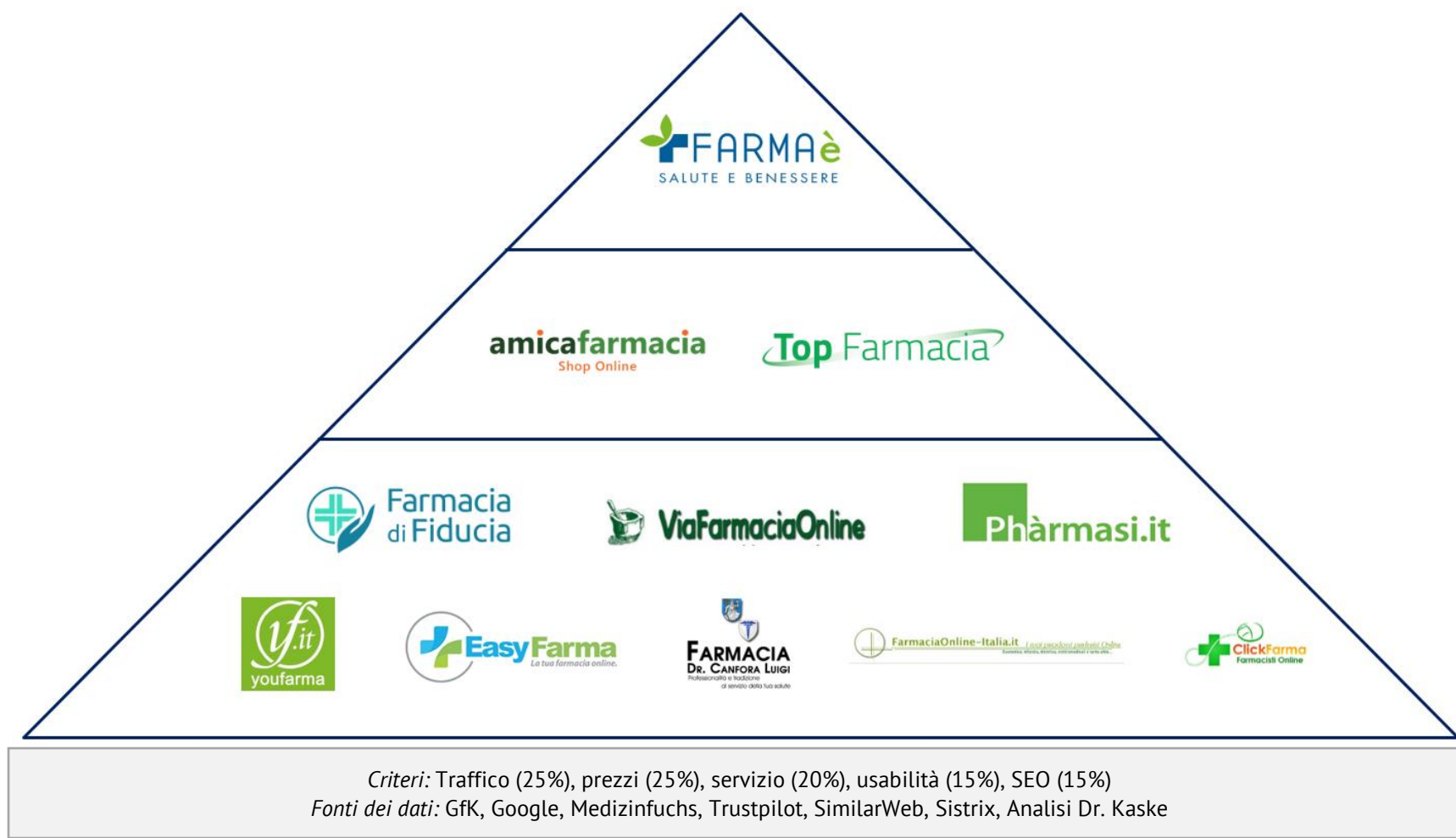
# Indice

Sintesi generale .....	6
Metodologia .....	9
Performance Marketing.....	13
Prezzo.....	15
Esperienza online .....	16
Analisi in dettaglio.....	17
Click Farma.....	18
Farmacia Online .....	19
Farmacia Canfora.....	20
Easy Farma .....	21
Youfarma.....	22
Pharmasi.it.....	23
Via Farmacia Online .....	24
Farmacia di Fiducia.....	25
Top Farmacia.....	26
Amica Farmacia .....	27
Farma è.....	28
Recapiti.....	30

# Sintesi generale

## Le 11 migliori farmacie online in Italia

Fonte: *Studio sulle farmacie online della società Dr. Kaske Pharma Consulting, 2018*



## Sintesi generale

### *Vittoria di misura per Farma è*

Quest'anno si aggiudica il primo posto Farma è, inseguita da Amica Farmacia al secondo posto. La prima classificata si è imposta soprattutto a livello di prezzo e traffico, mentre l'online shop secondo classificato ha saputo convincere specialmente in ambito SEO, dove Farma è invece presenta qualche carenza. A livello di classifica generale i risultati delle due farmacie online di cui sopra sono simili, seppure ciascuna presenti particolari punti di forza e qualche difetto.

### *Zona mediana altamente competitiva*

Sebbene i risultati delle singole valutazioni siano diversi, a livello di classifica generale il distacco è solo di qualche punto percentuale: la zona mediana delle classificate dal 3° al 6° posto si presenta particolarmente competitiva, evidenziando punti di forza per ciascun negozio online. Se Top Farmacia e Farmacia di Fiducia si distinguono in particolare per i prezzi convenienti, a livello di SEO i risultati lasciano invece a desiderare. Nessuna delle quattro classificate brilla particolarmente quanto a servizio. L'usabilità invece è un ambito in cui tutte le farmacie ottengono buoni punteggi.

### *Le differenze a livello di traffico*

Per ciascuna farmacia online lo studio ha esaminato a fondo 5 indicatori KPI. Dal punto di vista del traffico la forbice si allarga: se la prima e la seconda classificata presentano ottimi risultati, i valori per le restanti farmacie sono piuttosto modesti. Nessuno dei negozi online riesce comunque a superare la soglia del 40%. Specialmente in questo ambito, dunque, c'è molto da migliorare.

### *Notevole distacco dal fanalino di coda*

Click Farm è il fanalino di coda della classifica e convince solo a livello di usabilità. In questo caso sono state riscontrate carenze soprattutto a livello di prezzi, traffico e SEO, con un punteggio decisamente basso rispetto alla concorrenza. Nel complesso, questa farmacia online in basso alla classifica, nel confronto diretto si posiziona a grande distanza dalle concorrenti.

## *La sfida: adeguarsi alle nuove esigenze*

La tendenza a ordinare farmaci online perdura nel tempo, ma chi visita il sito non si trasforma automaticamente in acquirente. In tal senso è necessario un costante impegno nei diversi ambiti esaminati. Le migliorie incrementano la conversione e dunque il risultato economico complessivo, sempre che i margini di copertura siano calcolati in modo ragionevole.

Le aspettative dei clienti sono chiare: farmacia online facilmente reperibile, navigazione intuitiva, processo di acquisto fluido ed efficiente. Una strategia di contenuti mirata che proponga pagine di prodotto integrate e contenuti di approfondimento sul maggior numero possibile di indicazioni e quesiti fa dunque la differenza.

Rispetto agli altri ambiti esaminati in questo studio, l'aspetto SEO si rivela essere il più carente. Le ragioni possono essere diverse; in particolare i tempi lunghi delle misure SEO, che possono richiedere fino a un anno, e il discreto andamento del traffico che induce a ritenere superflui gli elevati investimenti in ambito SEO.

Il punteggio medio così basso è un chiaro indizio di come si tenda a trascurare la componente SEO. La ragione è che il valore del traffico "organico" data la scarsa usabilità (con conseguenti esigui tassi di conversione) non viene ancora preso del tutto in considerazione. Di fatto, tuttavia, la generazione dei 50+ non solo acquista online ma visita anche diversi negozi tramite tablet e smartphone.

# Metodologia



# Metodologia

## Fonte dati

## Ripartizione percentuale

### **Prezzo**

**25%**

Il prezzo è uno dei criteri decisivi per l'acquisto presso una farmacia online. Per gli acquirenti attenti al prezzo si tratta a volte dell'unico criterio di selezione della farmacia online idonea. Di conseguenza lo studio attribuisce a questo aspetto un peso notevole. A partire da più carrelli contenenti dozzine di prodotti tra i più richiesti abbiamo analizzato quale delle farmacie online offre l'importo totale più conveniente.

### **Traffico**

**25%**

Numeri assoluti di visite alle farmacie online negli ultimi 12 mesi sulla base di dati panel di milioni di consumatori, ottenuti in collaborazione con fornitori di banche dati nel campo della Business Intelligence.

### **Servizio**

**20%**

Valutazione basata sulle esperienze utente rilevate tramite questionario nei siti delle farmacie online, nonché tramite indicatori obiettivi relativi al servizio. Criteri di valutazione sono, per esempio, il servizio al cliente (qualità, reperibilità e disponibilità), le spedizioni (importo minimo d'ordine, durata, affidabilità), i metodi di pagamento, la procedura d'ordine, il processo di acquisto nonché l'analisi delle valutazioni utente nei portali pertinenti.

## Fonte dati

## Ripartizione percentuale

### **Usabilità**

**15%**

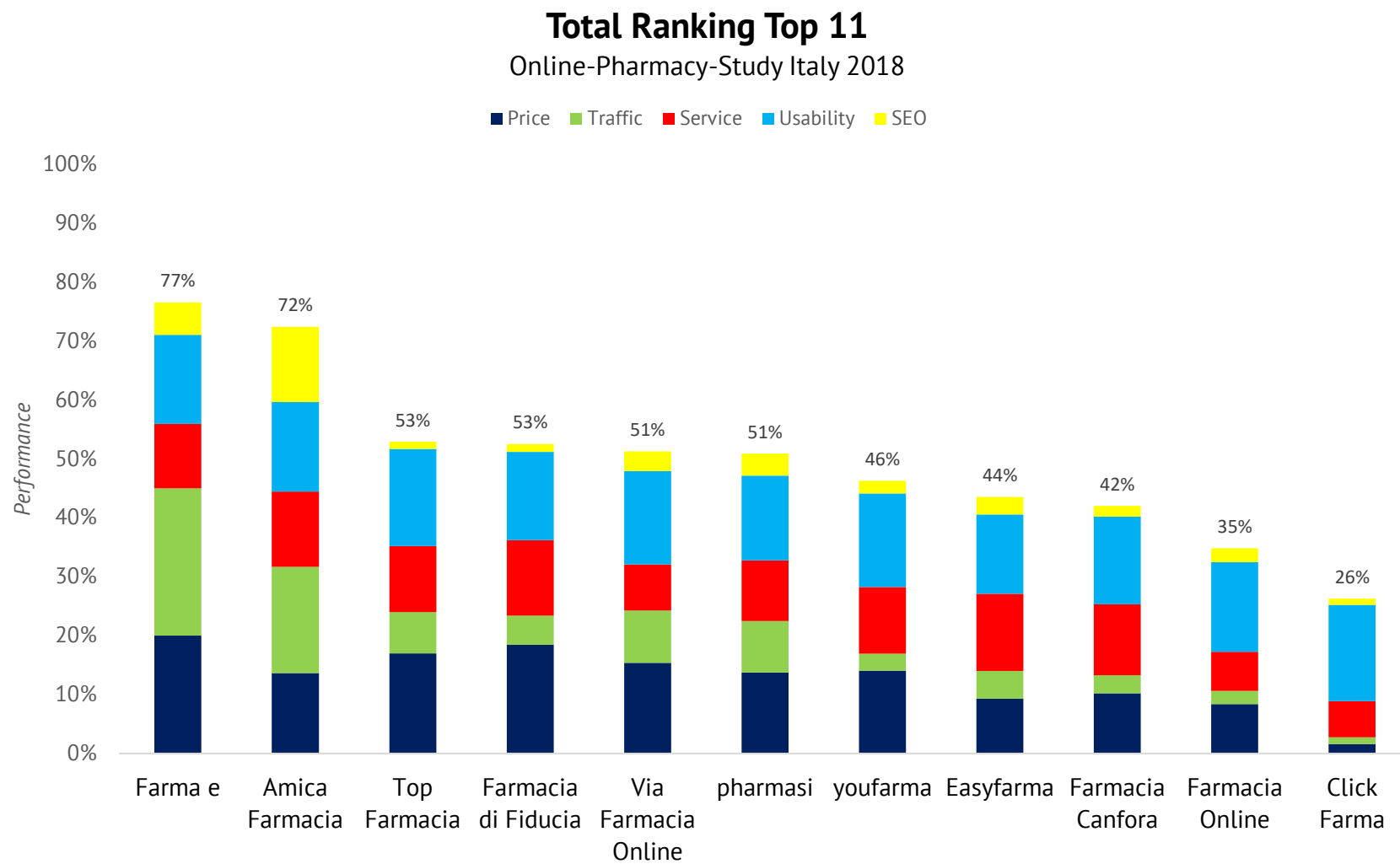
Esperienze utente rilevate tramite questionario nei siti delle farmacie online combinate con gli indicatori di usabilità. Criteri di valutazione sono ad esempio il design, la ricerca prodotti e la semplicità della procedura d'ordine. Sono stati inoltre analizzati:

- l'ottimizzazione per dispositivi mobili: qualità e realizzazione
- app mobile: sistemi operativi, dati di utilizzo, media delle valutazioni
- Analisi del modulo d'ordine e del processo di registrazione

### **SEO**

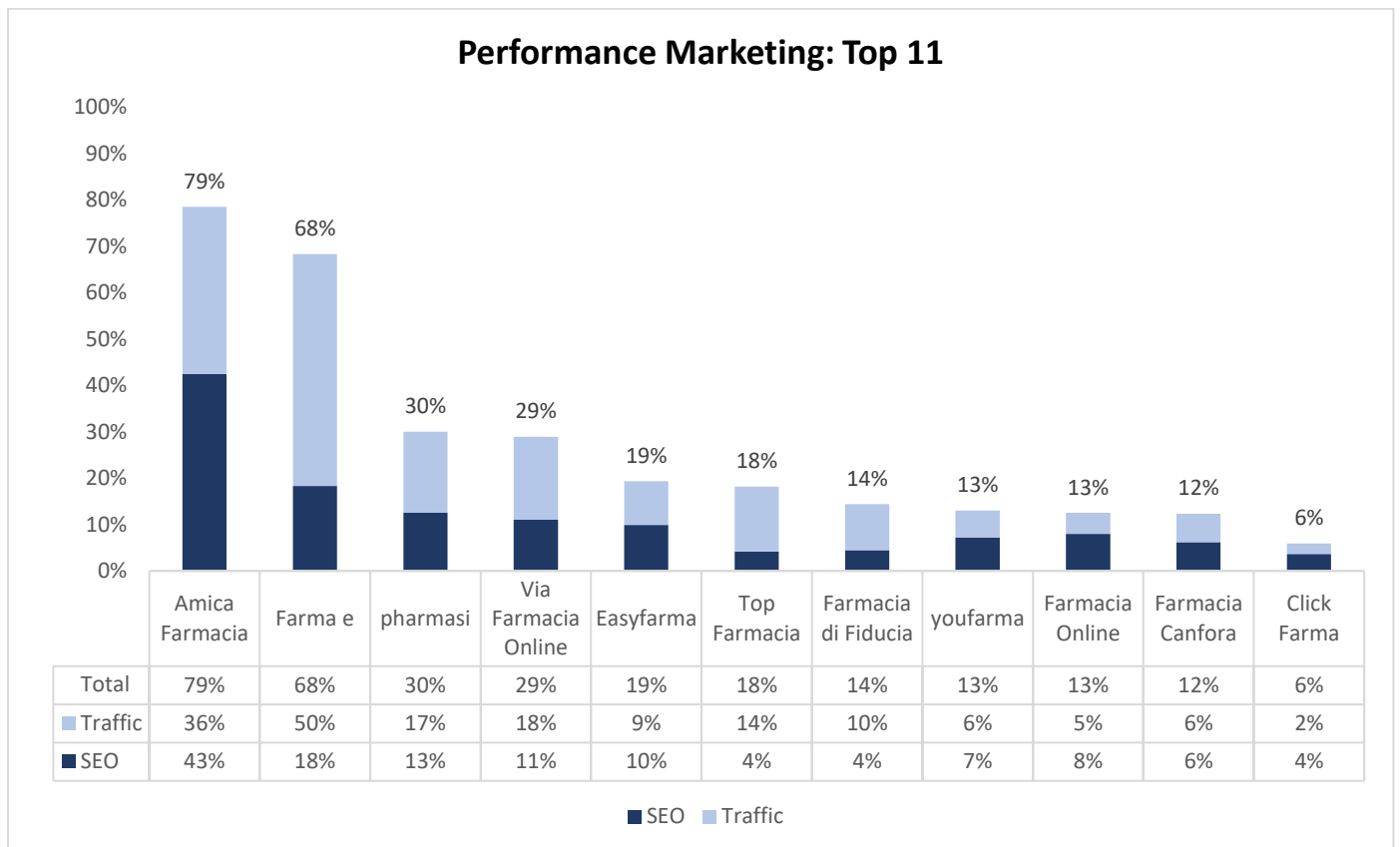
**15%**

Visibilità attuale e crescita delle farmacie online a fronte di ricerche su Google relative a farmaci, medicine e farmacie per corrispondenza in generale, negli ultimi 24 mesi, sulla base dei dati dei principali fornitori di questo segmento di mercato. Ulteriore valutazione dei rimandi alla singola farmacia online nonché popolarità del dominio.



**Singoli ambiti**

## Performance Marketing



L'ambito del Performance Marketing evidenzia in che misura le farmacie online riescono a dirottare i visitatori verso il proprio sito trasformandoli in acquirenti, ricorrendo a misure non a pagamento. Il valore si basa su due categorie chiave.

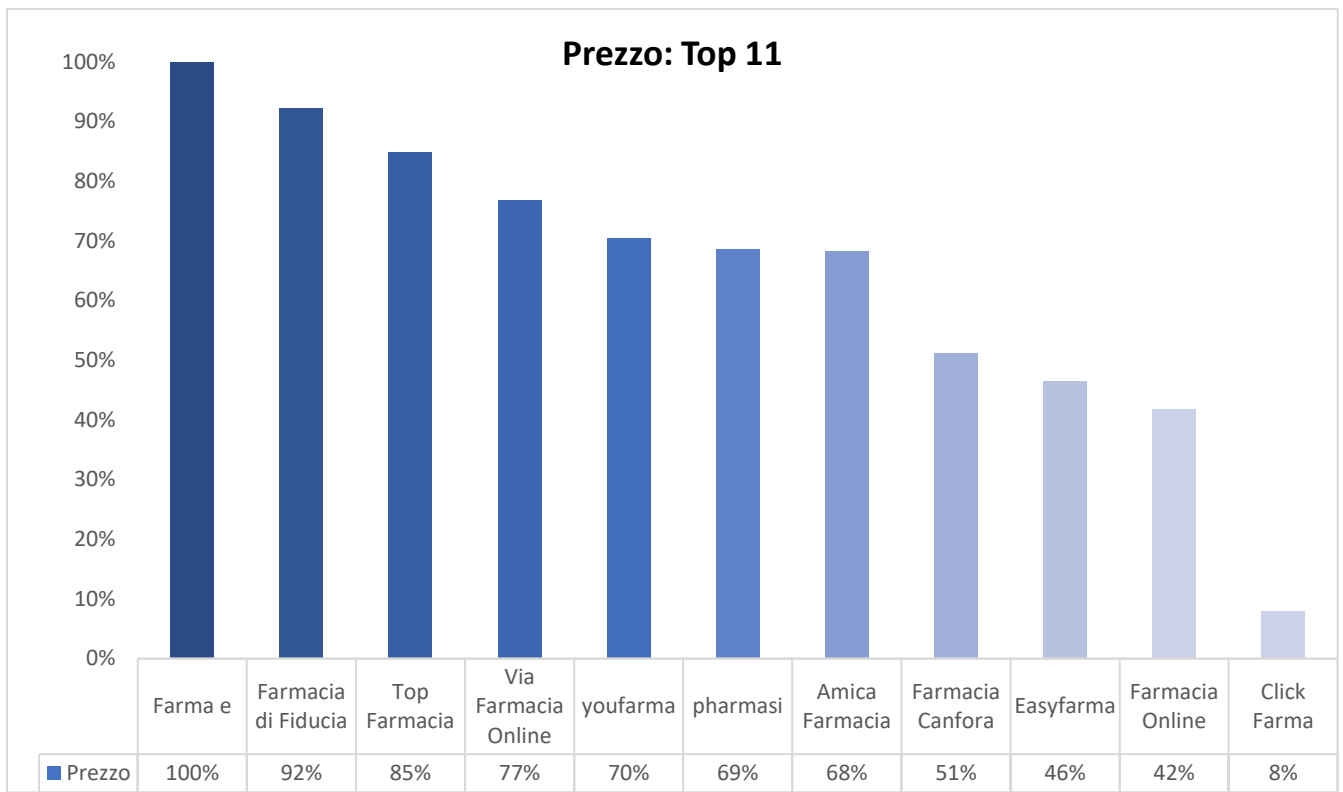
**Prima categoria chiave** è il traffico, ossia il numero di visitatori rilevati per il singolo sito di farmacia online.

Partendo dai dati di panel relativi a milioni di consumatori ottenuti in collaborazione con i maggiori fornitori di banche dati nel campo della Business Intelligence è possibile fare una stima del numero concreto di visitatori della singola farmacia online. In base alla nostra esperienza, tali valori rispecchiano abbastanza fedelmente la realtà. I dati possono essere quindi considerati affidabili. Accanto al prezzo, il fattore cui lo studio sulle farmacie online attribuisce il maggior peso è il traffico.

**Seconda categoria chiave** è la SEO (Search Engine Optimization, ovvero ottimizzazione dei motori di ricerca). In base all'impostazione di una serie di parole chiave (selezione di criteri di ricerca pertinenti), la categoria SEO valuta in quale posizione dei risultati di ricerca Google si colloca la singola farmacia

online. Inoltre in tale contesto si conteggiano e analizzano i rimandi (backlink) alla singola farmacia. Così facendo è possibile evidenziare il grado di notorietà della singola farmacia nel web.

## Prezzo

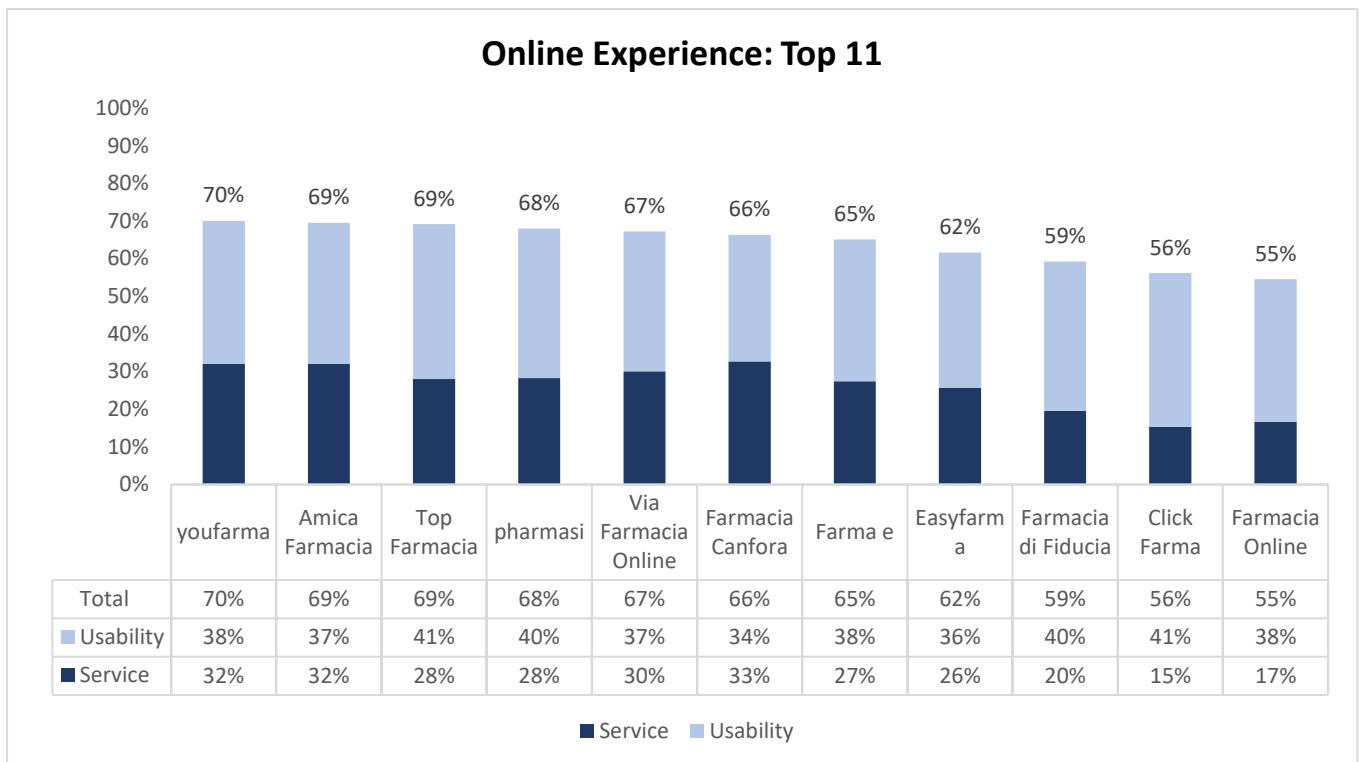


**Fattore tuttora decisivo per l'acquisto è il prezzo.** Parte degli acquirenti molto attenti a questo aspetto sceglie a quale farmacia online affidarsi esclusivamente in base al prezzo.

In base a un carrello contenente un ampio assortimento che presenti con un'elevata percentuale di prodotti molto richiesti abbiamo analizzato quale farmacia offre l'importo totale di spesa più basso.

Farma è, Farmacia di Fiducia e Top Farmacia sono le tre farmacie online esaminate più convenienti. Tra le restanti farmacie la battaglia per il miglior prezzo si gioca ad armi pari. Questo fatto segnala che la gara al prezzo più basso ha ormai raggiunto la soglia di tolleranza.

## Esperienza online



Eppure non tutti gli utenti scelgono dove acquistare solo in base al prezzo. L'esigenza di pagine web veloci, facilmente leggibili e fruibili via smartphone o tablet è in costante crescita. La ragione è che altri negozi online insegnano come, e che la cosa è fattibile. Cresce inoltre l'esigenza del cliente di ottenere un servizio. La linea diretta dovrebbe pertanto prevedere un numero verde gratuito contattabile 24/7. Le richieste indirizzate al Servizio clienti dovrebbero idealmente ricevere riscontro entro qualche ora. Chi è in grado di offrire un livello di consulenza pari a quello di una farmacia fisica è in vantaggio.

In base alle esperienze di acquisto rilevate tramite questionario e a test di usabilità effettuati con gruppi di persone selezionati, l'esperienza online è stata suddivisa in due categorie: usabilità (tra cui design, facilità di fruizione, procedura d'ordine) e servizio (tra cui reperibilità della linea diretta, offerta di informazioni e qualità della consulenza medica).



I

**risultati dello studio  
in dettaglio**

## Click Farma

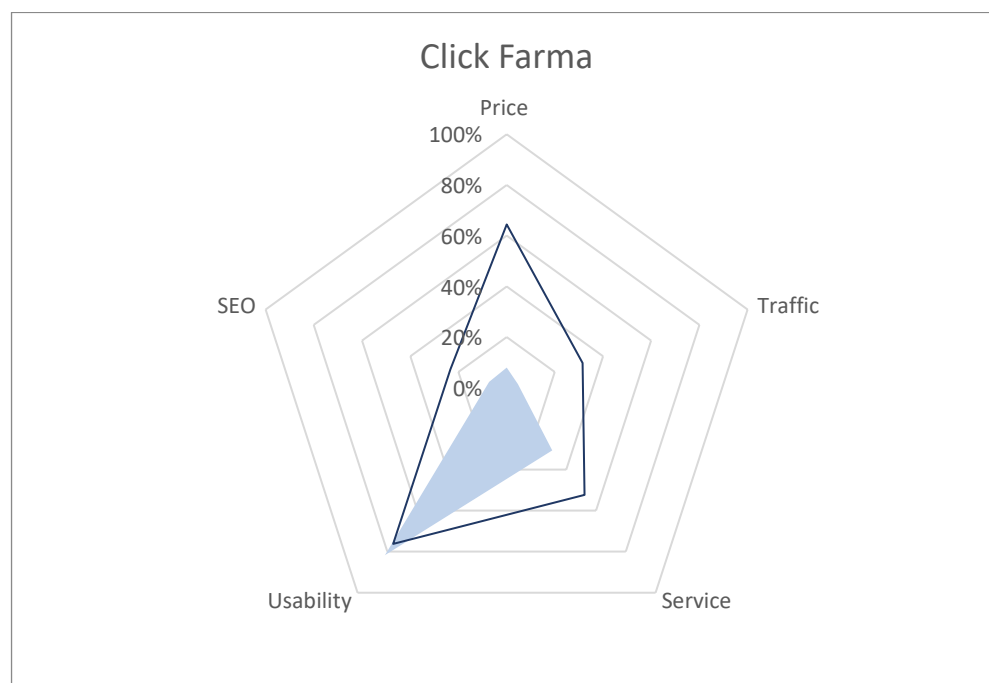


<https://www.clickfarma.it>

### Punteggio

Prezzo	8%
Traffico	5%
Servizio	31%
Usabilità	82%
SEO	7%

  
 Ø Top 11  
 per singolo  
 ambito



Click Farma fa ingresso nella classifica generale occupando l'ultimo posto. Convince decisamente per usabilità, mentre in altri ambiti sono necessari netti miglioramenti. Le categorie sui cui intervenire sono soprattutto prezzi, traffico e SEO. Per ottenere un migliore posto in classifica Click Farma dovrà quindi impegnarsi.

## Farmacia Online

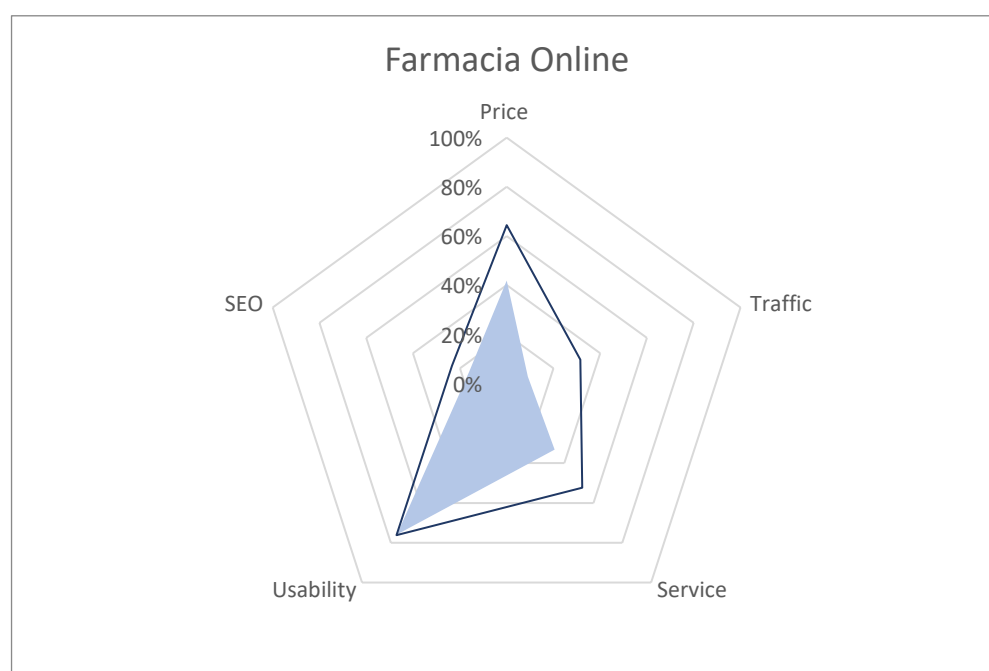


<https://www.farmacialaboratorio.it/>

### Punteggio

Prezzo	42%
Traffico	9%
Servizio	33%
Usabilità	76%
SEO	16%

—  
 Ø Top 11  
 per singolo  
 ambito



Il maggior punto di forza di Farmacia Online è senz'altro l'usabilità. Pur rientrando nella fascia mediana di valutazione, il servizio e i prezzi possono essere migliorati. Questa farmacia ha ottenuto il punteggio più basso a livello di traffico e SEO, il che spiega uno degli ultimi posti in classifica.

## Farmacia Canfora

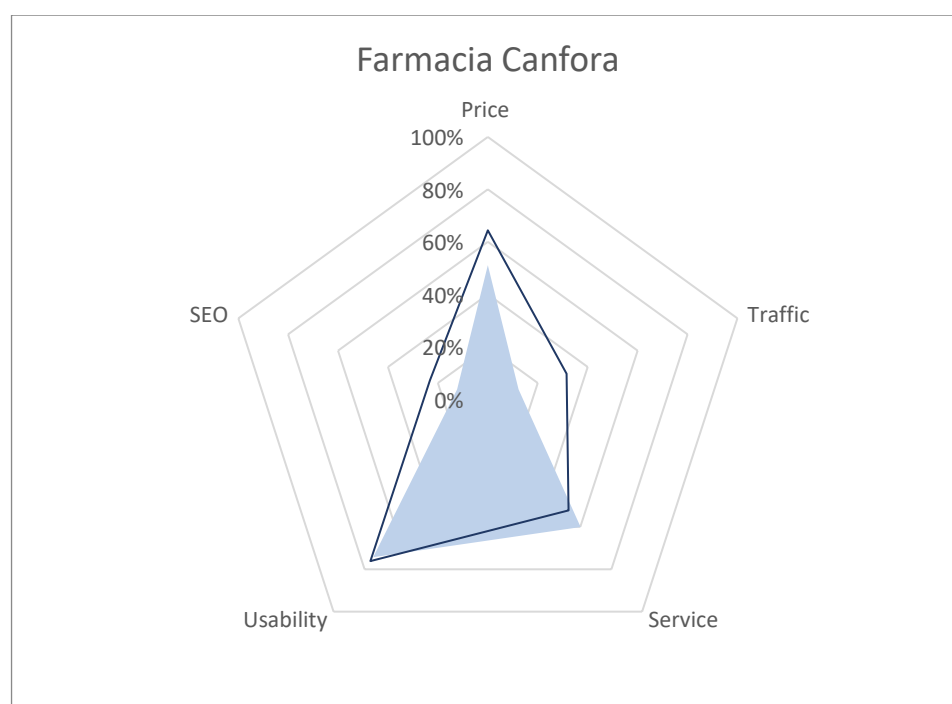


<https://www.farmaciacanfora.com/>

### Punteggio

Prezzo	51%
Traffico	12%
Servizio	60%
Usabilità	74%
SEO	12%

Ø Top 11  
per singolo  
ambito



La Farmacia Canfora si colloca agli ultimi posti della classifica generale. In questo caso va segnalata positivamente l'usabilità. Il prezzo e il servizio si collocano nella fascia mediana, con tendenza positiva.

Soprattutto gli ambiti traffico e SEO evidenziano opportunità di miglioramento per il futuro. Adeguando l'approccio commerciale e la strategia SEO questa farmacia online potrebbe ben presto salire in classifica.

Easy Farma



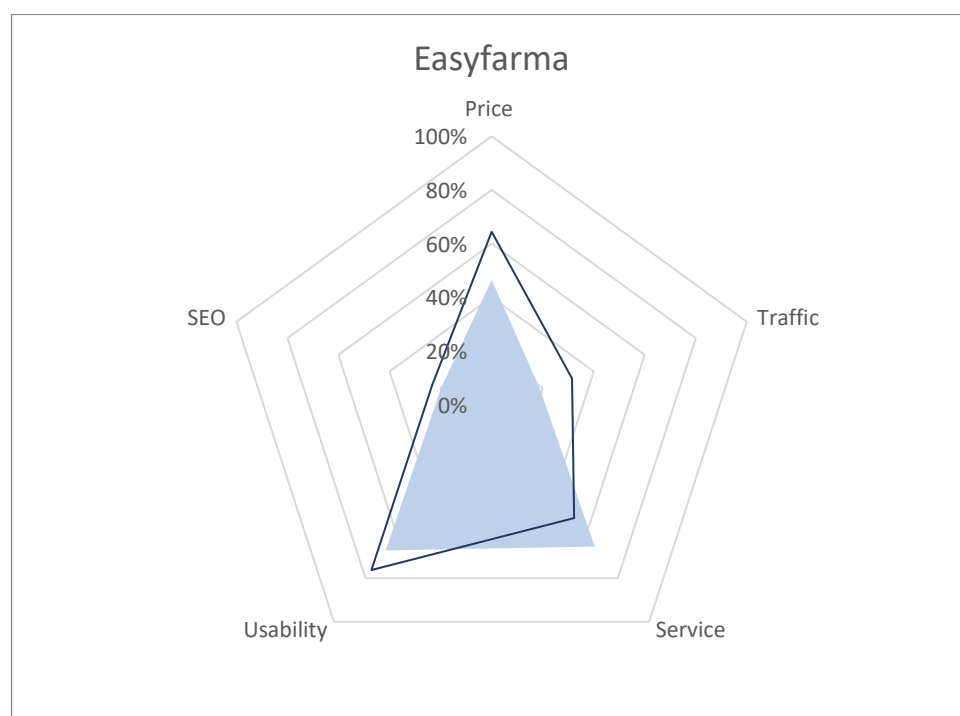
<http://www.easyfarma.it/>

#### Punteggio

Prezzo	46%
Traffico	19%
Servizio	65%
Usabilità	67%
SEO	20%



Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Easy Farma convince nella fascia mediana ma non ottiene risultati degni di nota nei diversi ambiti. Punti di forza qui sono il servizio e l'usabilità. In particolare traffico e SEO possono essere ulteriormente migliorati.

Sfruttando opportunamente il potenziale esistente per ambedue gli ambiti, l'anno prossimo Easy Farma potrebbe salire nella classifica.

Youfarma

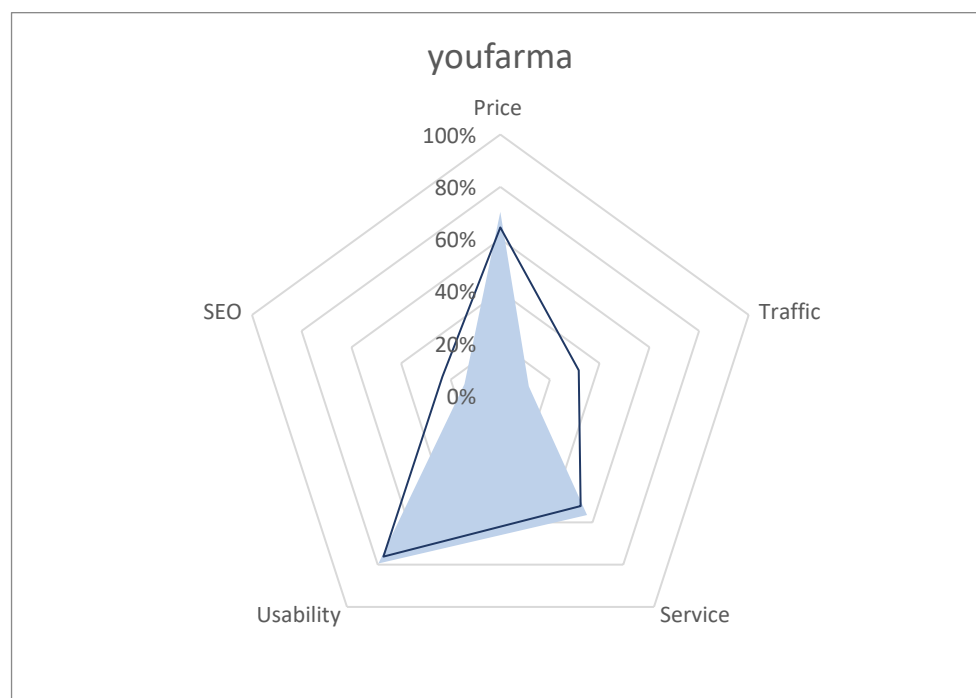


[www.youfarma.it/](http://www.youfarma.it/)

#### Punteggio

Prezzo	70%
Traffico	12%
Servizio	56%
Usabilità	79%
SEO	14%

—  
 Ø Top 11  
 per singolo  
 ambito



Youfarma ottiene buoni risultati grazie a prezzi adeguati e buona usabilità. Con questi punti di forza e qualche carenza a livello di SEO e traffico si posiziona nella fascia mediana, tenendo testa alla concorrenza.

Un'opportuna strategia SEO potrà colmare anche queste lacune, tanto da far sperare per il futuro in una migliore posizione in classifica.

Pharmasi.it

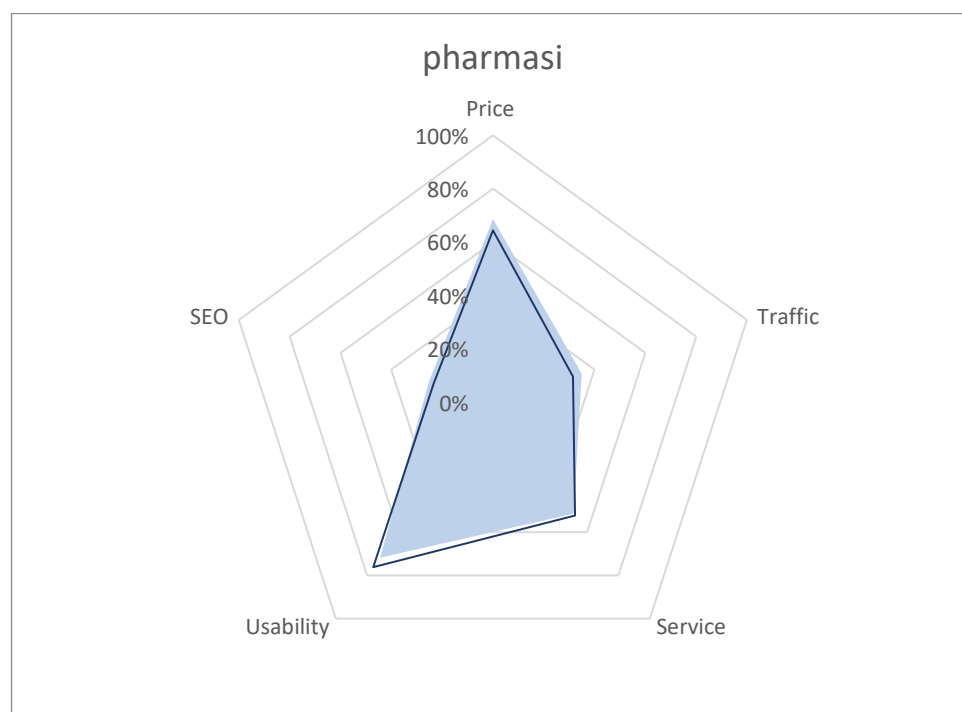

<https://www.pharmasi.it/>


### Punteggio

Prezzo	69%
Traffico	35%
Servizio	51%
Usabilità	72%
SEO	25%



Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Pharmasi si aggiudica il 6° posto, dovuto senz'altro alla buona usabilità pari al 72%. I segmenti prezzo, traffico e servizio determinano per questo negozio online la solida valutazione nella zona mediana. Solo l'ambito SEO necessita di ulteriori miglioramenti futuri.

Con misure mirate sarà comunque possibile compensare le carenze e sviluppare ulteriormente i punti di forza.

## Via Farmacia Online



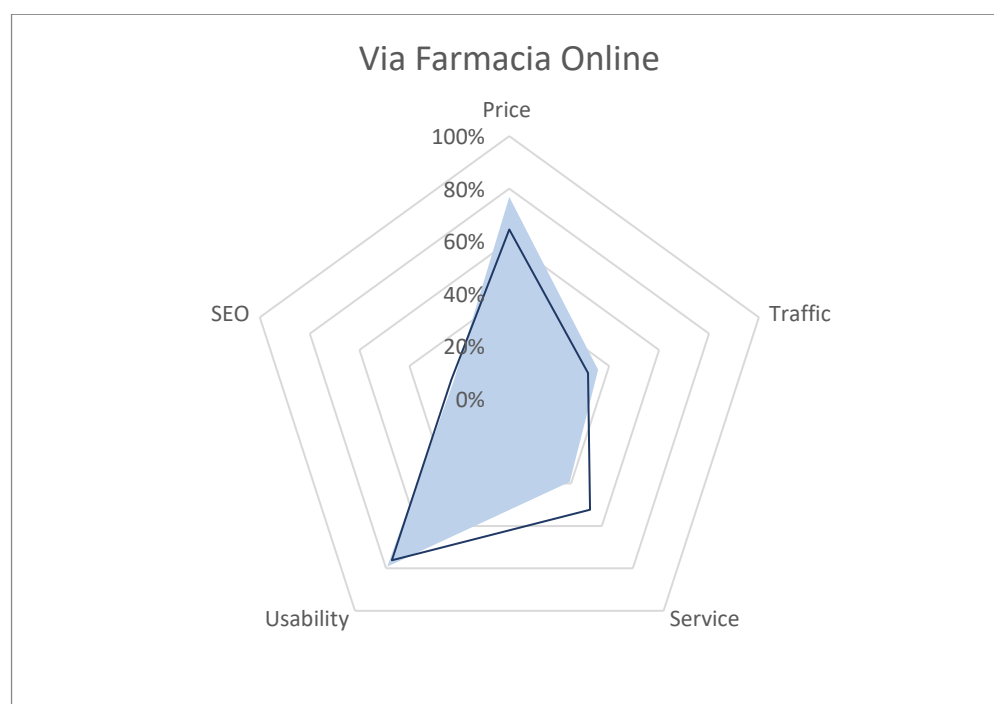
<https://www.viafarmaciaonline.it/>



### Punteggio

Prezzo	77%
Traffico	36%
Servizio	39%
Usabilità	79%
SEO	22%

Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Con buona usabilità e prezzi accettabili Via Farmacia Online conquista il 5° posto in classifica.

Si tratta di due ambiti che agevolano particolarmente l'acquirente online, comportando quindi una valutazione positiva. Se nella classifica complessiva il 5° e il 6° posto indicano le stesse percentuali, ambedue le farmacie presentano sia punti di forza che deficit. Se Pharmasi offre un miglior servizio rispetto a Via Farmacia Online, quest'ultima si distingue invece per i prezzi.



Farmacia di Fiducia



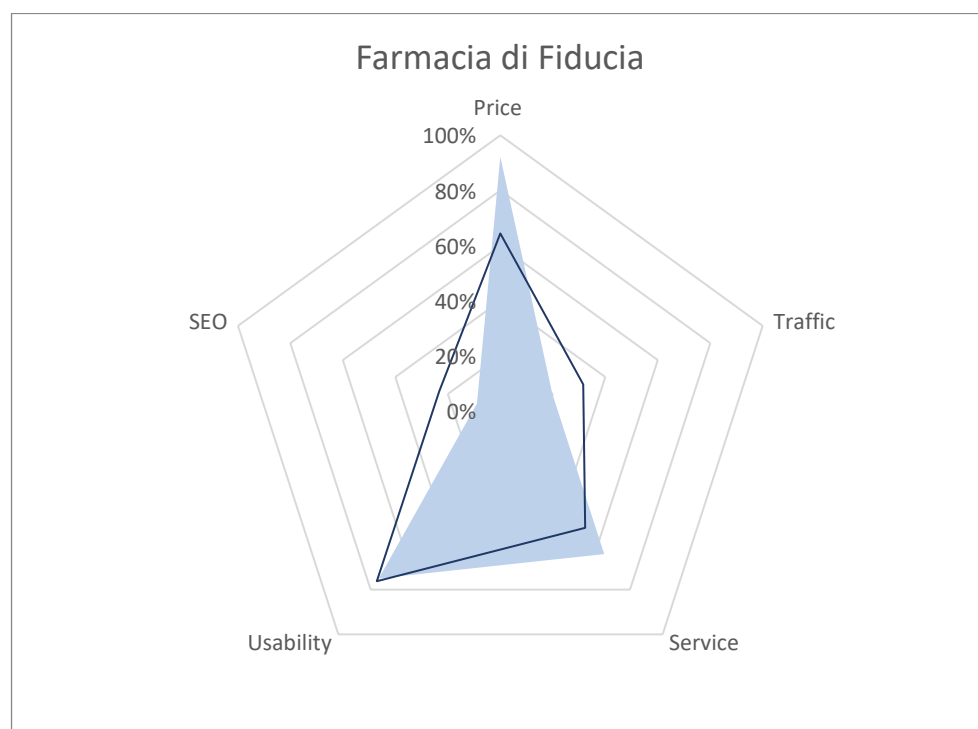
<http://www.farmaciadifiducia.com/>



### Punteggio

Prezzo	92%
Traffico	20%
Servizio	64%
Usabilità	75%
SEO	9%

Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Anche Farmacia di Fiducia rientra nella competitiva fascia mediana ottenendo risultati simili ai negozi online precedenti. Anche in questo caso convincono i prezzi adeguati e l'usabilità a beneficio del cliente, cui si aggiunge un servizio buono seppur ancora migliorabile.

Gli ambiti decisamente rilevanti per l'e-commerce, traffico e SEO, in questo caso non ottengono un buon punteggio e vanno migliorati.

Top Farmacia

**Top Farmacia**

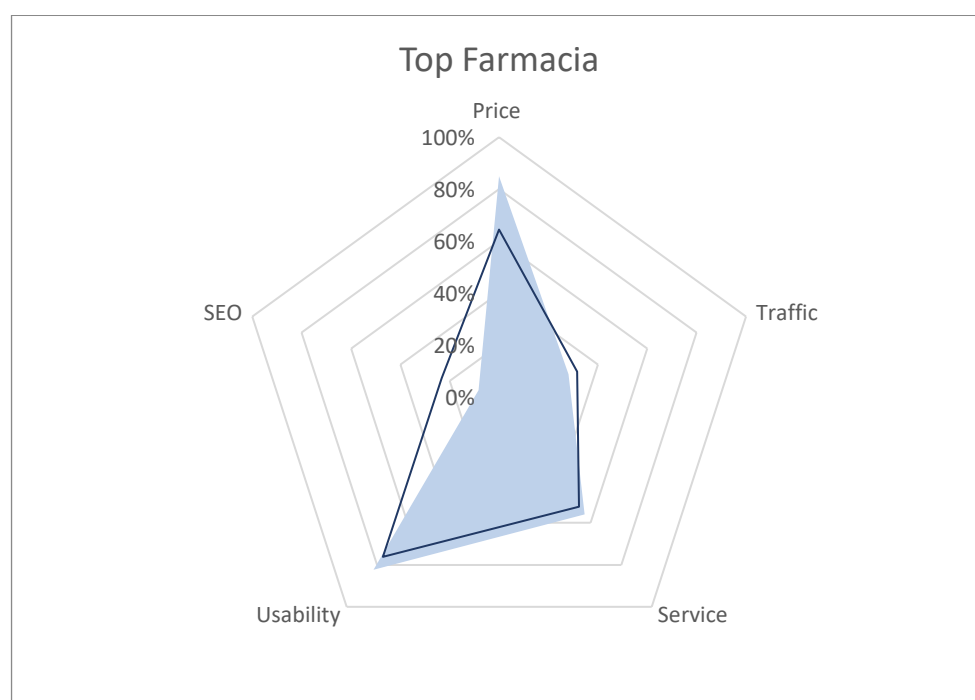
<https://www.topfarmacia.it/>



#### Punteggio

Prezzo	85%
Traffico	28%
Servizio	56%
Usabilità	82%
SEO	8%

Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Top Farmacia si aggiudica il 3° posto in classifica, a poca distanza da Farmacia di Fiducia. Ambedue le farmacie presentano punti di forza analoghi e competono ad armi pari. La terza classificata ottiene buoni risultati a livello di prezzo e usabilità.

SEO e traffico invece sono anche in questo caso le categorie più deboli che vanno migliorate con interventi mirati. Così facendo Top Farmacia potrebbe mantenere anche in futuro il 3° posto in classifica.

Amica Farmacia  
**amicafarmacia**  
 Shop Online

<https://www.amicafarmacia.com/>

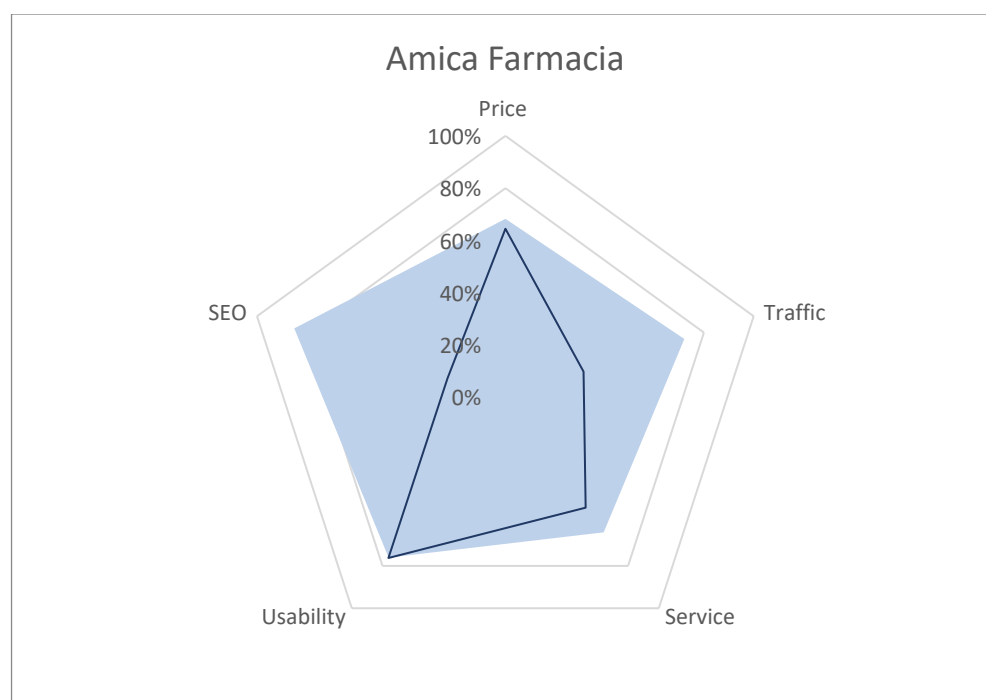


### Punteggio

Prezzo 68%  
 Traffico 72%  
 Servizio 64%  
 Usabilità 76%  
 SEO 85%



Ø Top 11  
 per singolo  
 ambito



Il 2° posto quest'anno va ad Amica Farmacia, che convince in quasi tutti gli ambiti. Da segnalare in particolare l'ottimo risultato a livello di SEO, per il quale Amica Farmacia conquista addirittura il 1° posto.

Ma anche gli eccellenti risultati a livello di traffico e usabilità confermano la posizione alta in classifica. Altri risultati soddisfacenti nell'ambito prezzi e servizio seppur ancora migliorabili. Lavorando su queste categorie, in futuro Amica Farmacia potrà conquistare il primo posto in classifica.

Farma è



<https://www.farmae.it>

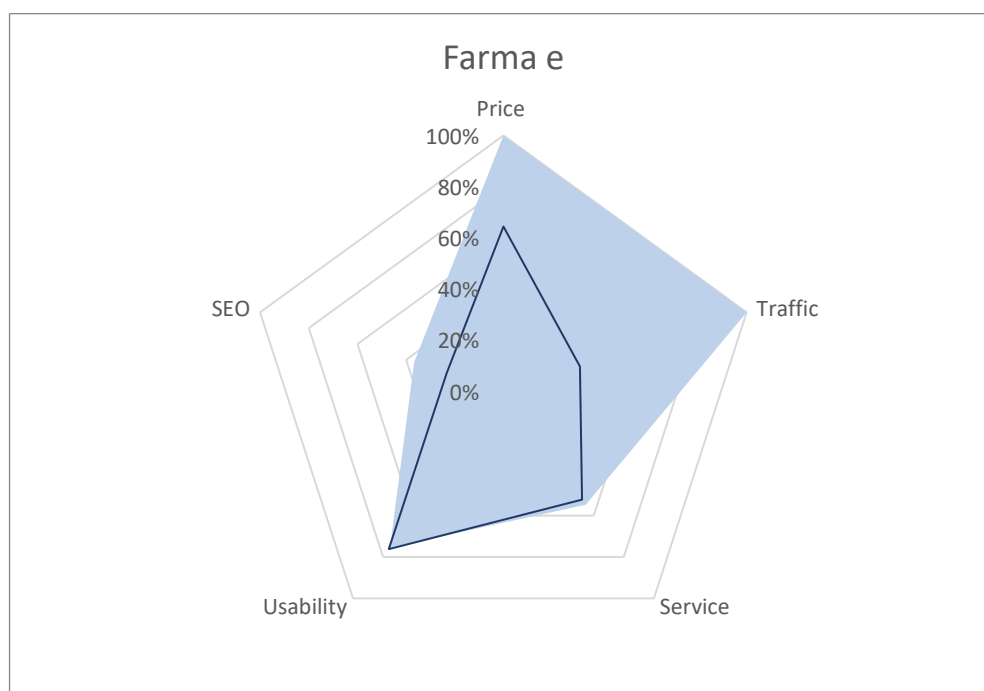


### Punteggio

Prezzo	100%
Traffico	100%
Servizio	55%
Usabilità	75%
SEO	37%



Ø Top 11  
per singolo  
ambito



Si aggiudica il primo posto della classifica generale Farmacia è. che ottiene ottime valutazioni in gran parte degli ambiti.

Eccellente il punteggio a livello di prezzi e traffico, ambedue al 100%. Si tratta dei migliori risultati della classifica. Questa farmacia online brilla inoltre per l'ottimale usabilità. Il servizio si colloca nella fascia mediana e potrebbe essere ulteriormente migliorato.

Notevole il potenziale di miglioramento a livello di SEO. Qui la prima classificata non convince, e viene superata invece dalla farmacia al 2° posto. Mantenendo il buon livello di prestazioni e apportando i dovuti miglioramenti in ambito SEO, anche per il prossimo anno la pole position di Farmacia è assicurata.

# **Informazioni di contatto**

## Recapiti

Avete domande, feedback o desiderate una consulenza?

Il team e-commerce della Dr. Kaske è a vostra completa disposizione:



**Marie Sophie Kaiser**

*Autrice dello studio e  
Responsabile Marketing e  
Comunicazione*

+49 89 242156 516

E-mail



**Ebru Pekel**

*Autrice dello studio e  
Responsabile Marketing  
dei contenuti*

+49 89 242156 20

E-mail



**Fabian Kaske**

*Autore dello studio e  
amministratore delegato*

+49 89 242156 517

E-mail



**Dr. Roland Kaske**

*Amministratore delegato  
e*

*fondatore*

+49 89 242156 517

E-mail



**Rafael Adler**

*Responsabile Online  
marketing*

+49 89 242156 12

E-mail



**Enrico Faidt**

*Servizio Clienti Smile*

+49 89 242156 519

E-mail



**Kim Lander**

*Responsabile Cross Media  
marketing*

+49 89 242156 25

E-mail



**Sascha Walk**

*Project Manager Smile*

+49 89 242156 515

E-mail



## Desiderate sfruttare in modo ottimale le opportunità di crescita dell'e-commerce?

Con Smile, la nostra piattaforma Smart Intelligence per l'e-commerce, l'analisi delle vendite online diventa un gioco da ragazzi.

### I vantaggi di Smile

1. **KPI:** Misurazione delle performances online dei vostri prodotti
2. **Monitoraggio della concorrenza a 360°** Misurazione delle performances dei concorrenti
3. **Prodotto:** Massimizzazione della qualità delle pagine prodotto e della probabilità di acquisto
4. **Disponibilità e collocazione:** Analisi automatizzata
5. **Visibilità:** Massimizzazione della reperibilità nel commercio online
6. **Contributo spese pubblicitarie:** Impiego efficiente dei fondi destinati alla pubblicità
7. **Prezzo:** Monitoraggio dell'e-commerce a livello di marche
8. **Valutazione del cliente** Screening analitico delle valutazioni prodotto
9. **Minor carico di lavoro:** Notevole risparmio di tempo grazie all'automazione dei processi di verifica dati altrimenti manuali

**Per informazioni gratuite:**  
<https://drkaske.de/smile>