

PHARMACY

management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ • ΤΕΥΧΟΣ 08 • Θ. ΧΑΡΑΜΗ ΕΠΕ ΝΙΚΗΣ 57, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΑΓΟΡΑ

Προϊόντα για τον
πονόλαιμο και το βήχα

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Το ώριμο δέρμα
και η ιδιαίτερη
επικοινωνία του

MANAGEMENT

Η κρίση ως απαρχή
μιας νέας αρχής



ΑΦΙΕΡΩΜΑ

2η Ημερίδα Φαρμακοποιών Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ



Προβιοτικά Απαραίτητα για τη ζωή



ISO-PLUS

ADVANCED ACIDOPHILUS PLUS
ADVANCED MULTI-BILLION DOPHILUS
ADVANCED 40+ ACIDOPHILUS

από τη Solgar

Πάνω από 400 εκατ. είδη βακτηριδίων κατοικούν στη πεπτική οδό του ανθρώπου, τα οποία χωρίζονται σε «φιλικά» και σε «παθογενή». Τα επίπεδα υγείας ολόκληρου του οργανισμού εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από αυτήν την ισορροπία, καθώς τα «φιλικά» βακτηρίδια βοηθούν στην πέψη των τροφών και στην παρασκευή κάποιων βιταμινών.

Για αυτό τους ανήκει ο όρος "προβιοτικά" που σημαίνει απαραίτητα για τη ζωή.



Η **SOLGAR** η μεγαλύτερη εταιρεία φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής παγκοσμίως, καινοτομώντας για άλλη μία φορά, διαθέτει μία πλήρη σειρά προβιοτικών σκευασμάτων για την κάλυψη των εξειδικευμένων αναγκών που έχει ο κάθε οργανισμός. 100% απαλλαγμένα από γαλακτοκομικά προϊόντα και λακτόζη, μη αλλεργιογόνα, με βελτιωμένο περιβλήμα για ακόμα μεγαλύτερη προστασία των προβιοτικών στο στομάχι, κατάλληλα και για Vegans.

PHARMACY management

www.PharmaManage.gr ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΕΥΧΟΣ 8
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2010

■ Επικαιρότητα

- 03 **EDITORIAL**
06 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**
06 Διάκριση για την ADVANCE
Pharmacies από την ICAP
06 CSA-ROWA: Συνεργασία «Υψηλής
Τεχνολογίας»
06 Υπέροχη Τσάντα για τα Ψώνια με
Αγορές Προϊόντων Frezyderm
08 ITEQ δυναμική ψηφιακή επικοινωνία
στα φαρμακεία
08 Ξεκίνησε η διανομή της σειράς
Somatoline Cosmetic
10 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**
18 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**

■ Αφιέρωμα

- 24 **2η ΗΜΕΡΙΔΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ**
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
& ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ



■ Αναλύσεις

- 40 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΜΕ ΤΟΝ **κ. ΘΑΝΑΣΗ ΑΣΙΚΗ**,
Κρίση στο φαρμακείο,
Πώς να την αντιμετωπίσουμε

- 46 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ
ΑΝΑΣΤΑΣΙΑΔΟΥ ΚΑΤΕΡΙΝΑΣ
Η προσπάθεια ΠΑΝΤΑ ανταμείβεται



- 50 Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ
ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ΣΤΟ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ
Ευκαιρία ή Ρίσκο;
54 ΑΓΟΡΑ
ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΓΙΑ
ΤΟΝ ΠΟΝΟΛΑΙΜΟ ΚΑΙ ΤΟ ΒΗΧΑ
Μια αγορά που θέλει ιδιαίτερη
φροντίδα



■ Επικοινωνία

- 62 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΚΟΨΤΕ ΤΟΥΣ ΤΟ ΒΗΧΑ ΚΑΙ ΤΟ
ΣΥΝΑΧΙ, Όχι Τις Πωλήσεις!



- 68 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ
Το ΒΡΕΦΙΚΟ ΔΕΡΜΑ και τα
προβλήματά του



- 80 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Το ώριμο δέρμα και η ιδιαίτερη
επικοινωνία του

■ Επιχειρηματικότητα

- 88 MANAGEMENT
Η κρίση ως απαρχή μιας
νέας αρχής
92 MANAGEMENT
Η πρόελευση και
η σημασία της Επιχειρησιακής
Στρατηγικής
96 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
Διαχείριση
του χρόνου...
5 Συμβουλές
για να μη
θυσιάσετε
την ιδιωτική σας ζωή
100 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
Τα Υπολογισμένα Ρίσκα...
Αποφέρουν Κέρδη!



**Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε
το Περιοδικό για κάθε αλλαγή
διεύθυνσης ή επωνυμίας στο
τηλ. 210 9843274**



Κάθε χρόνο μάς χαρίζετε
τη Νο1* θέση στη φροντίδα
των μαλλιών σας,
χρησιμοποιώντας
εκατοντάδες
χιλιάδες μπουκάλια
σαμπουάν.
As τα ανακυκλώνουμε.

-  **PROPOLINE**
Αντιγήρανση
& τόνωση
με κεκερδοσουλ & μέλι
-  **PROPOLINE**
Για βαμμένα
μαλλιά
με ηλιανθο & μέλι
-  **PROPOLINE**
Για λιπαρά μαλλιά
με δενδρολίβανο
& πρόπολη
-  **PROPOLINE**
Για ξηρά και
αφυδατωμένα μαλλιά
με ελιά & μέλι
-  **PROPOLINE**
Κατά της ξηροδερμίας
με ηλιανθο & μέλι
-  **PROPOLINE**
Τόνωση για άντρες
με Phytocaprylic-ac
& πρόπολη
-  **PROPOLINE**
σαμπουάν για όγκο
με πρόπολη & κίτρο
-  **PROPOLINE**
Κατά της λιπαρής
πτιρίδας
με κέδρο & πρόπολη
-  **PROPOLINE**
Για έντονη λιπαρότητα
με θειάρι & πρόπολη
-  **PROPOLINE**
Για λιπαρά μαλλιά
με ληπές άκρες
με τσουκνίδα & μέλι
-  **PROPOLINE**
Τόνωση για γυναίκες
με Phytocaprylic-ac & μέλι
-  **PROPOLINE**
Για συχνό λούσιμο
με χαμομήλι & μέλι

έως 95% φυσική σύνθεση

Κάθε σταγόνα σαμπουάν APIVITA περιέχει φυτικά δραστικά εκχυλίσματα, μοναδικά συνδυασμένα με μέλι, πρόπολη και αιθέρια έλαια, που δρουν συνεργιστικά και καλύπτουν αποτελεσματικά κάθε ανάγκη περιποίησης των μαλλιών. Καινοτομία της APIVITA, το φυτικό σύμπλοκο V-eColia που προστατεύει και επανορθώνει τα μαλλιά από περιβαλλοντικές φθορές, καθώς και η αντικατάσταση του νερού από έγχυμα δενδρολίβανου.

* Πηγή: IMS, Ελλάδα, Φαρμακείο, Σαμπουάν, 2005-2009



APIVITA. Είναι στη φύση μας.

31 ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ, ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ APIVITA: ΣΟΛΩΝΟΣ 26. www.apivita.com
ΕΛΛΑΔΑ - ΙΣΠΑΝΙΑ - ΚΥΠΡΟΣ - ΡΟΥΜΑΝΙΑ - ΣΟΥΔΑΝ - ΚΟΝΓΟΚΙΝΣΗ - ΙΑΠΟΝΙΑ - ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ - Η.Π.Α.

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ

ΤΕΥΧΟΣ 08

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2010

ISSN 1791-860x

Νίκης 57, 174 55 Άλιμος

T.: 210 984 3274

F.: 211 800 5575

www.PharmaManage.gr

ΕΚΔΟΤΗΣ

Πόπη Χαραμή

ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ



Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.

Εκδόσεις - Υπηρεσίες Επικοινωνίας

Νίκης 57, 174 55 Άλιμος

T.: 210 984 3274

F.: 211 800 5575

p.harami@PharmaManage.gr

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Πόπη Χαραμή

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Dekay Printworks

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

Τίνα Πετρίδη,

tpetridi@dekey.gr

Δημήτρης Δαβάκης

d.davakis@dekey.gr

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΕΙΜΕΝΩΝ

Γιάννης Ρήγος

ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΕΚΤΥΠΩΣΗ

Pressious Arvanitidis ABEE

Καλαβρύτων 3 & Αμαλιάδος

145 64, Ν. Κηφισιά

T.: 210 625 3206

info@pressious.com

**Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ**

Θανάσης Αοίκης

Μίλτος Καραπας

Ασπασία Σκουφίδη

Ράνια Λέχου

Ανδρέας Καλλιβωκάς

Γιάννης Πολλάλης

Θάνος Χατζηγαλάνης

Δεν επιτρέπεται η αναπαραγωγή με οποιοδήποτε τρόπο τμήματος ή ολόκληρου του έργου χωρίς την προϋπάρχουσα γραπτή άδεια του εκδότη.

Copyright © 2010 Π. Χαραμή

Το περιοδικό έχει το δικαίωμα της επιλογής και συντόμευσης των άρθρων και δελτίων τύπου που λαμβάνει. Τα όποιες μορφές υλικά, φωτογραφίες κλπ. δεν επιστρέφονται.



Έφθασε η Ώρα...

Π αρόλο που είναι ακόμη νωρίς για τον καθένα να μετρήσει ακριβώς και ανάλογα με την ιδιαιτερότητα του φαρμακείου του, το πόσο πραγματικά θα κοστίσουν τα όποια νέα μέτρα (η μείωση των τιμών των φαρμάκων, η ηλεκτρονική συνταγογράφηση, το περιβόητο «άνοιγμα» του επαγγέλματος, η πιθανή μείωση του ποσοστού κέρδους...), το σοκ θα είναι όντως βαρύ!

Έφθασε λοιπόν η ώρα για το φαρμακοποιό να ασχοληθεί σοβαρά σαν σύγχρονος επιχειρηματίας με τα οικονομικά του φαρμακείου του, όπου μέχρι τώρα επικρατούσε μια διαχείριση «κατ' εκτίμηση» και «στο περίπου» που λέμε, γιατί οι τζίροι ήταν σαφέστατα καλύτεροι. Έφθασε τώρα η ώρα να αλλάξουμε όλοι τον τρόπο της σκέψης και τη μέθοδο της δουλειάς μας.

Δεν έχουμε άλλη επιλογή μέσα σε αυτό το οικονομικά - και όχι μόνο - τραγικό περιβάλλον της χώρας μας.

Έφθασε όμως και η ώρα να ανακαλύψουμε τον πλούτο των δυνατοτήτων και ευκαιριών του επαγγέλματος!

Η **2η Ημερίδα Φαρμακοποιών**, αυτό το σκοπό έχει.

Μια ολόκληρη ημέρα, με 18 ομιλίες πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας και επικοινωνίας υγείας πελάτη, για να ανακαλύψουμε τους νέους δρόμους της ανάκαμψης και της διαχρονικής εξέλιξης.

Μια εκπαιδευτική ημέρα για να αναδειχθεί και να ενισχυθεί ο ρόλος του φαρμακοποιού σαν σύγχρονος επαγγελματίας υγείας.

Έφθασε η Ώρα...

αξίζει να είστε όλοι εδώ!

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ

Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

Το Internet στο φαρμακείο

Οι λόγοι για να συνδεθείτε....

Το Internet είναι πια μέσα στη ζωή όλων μας! Μία κοινότητα με υψηλό κύρος αλλά και κοινωνικό ρόλο όπως αυτή των φαρμακείων δεν θα μπορούσε να μην ωφεληθεί από τις δυνατότητες, τις διευκολύνσεις και τις υπηρεσίες που προσφέρει το Internet. Πολλές από αυτές είναι πλέον επιβεβλημένες όπως η Ηλεκτρονική Συνταγογράφηση. Αναλυτικότερα η ευαισθητοποίηση της πολιτείας στο θέμα του ελέγχου της αλυσίδας διάθεσης των φαρμάκων από την παραγωγή έως την διάθεση, οδήγησε πρόσφατα την χώρα μας στο να προχωρήσει στην δημιουργία μίας ολοκληρωμένης υπηρεσίας μέσω του διαδικτύου που παράγει, μεταφέρει ηλεκτρονικά, εκτελεί και αποθηκεύει συνταγές.

Οι προϋποθέσεις για να εκσυγχρονιστεί ένα φαρμακείο και να αναβαθμιστούν οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι ελάχιστες:

1. Εξοπλισμός

- Ηλεκτρονικός υπολογιστής με το αντίστοιχο λειτουργικό σύστημα (Windows, Mac OS, Linux)
- Εκτυπωτής (Laser ή Inkjet)
- Σαρωτής γραμμωτού κώδικα (Barcode Scanner)

2. Λογισμικό

- Internet browser ένα πρόγραμμα δηλαδή που επιτρέπει την περιήγηση στο διαδίκτυο (Internet Explorer, Firefox, Safari κλπ) που είτε περιλαμβάνεται στο λειτουργικό σύστημα, είτε βρίσκεται ελεύθερα στο Internet (Firefox)
- Η ελεύθερη εφαρμογή Acrobat Reader

3. Αξιόπιστη πρόσβαση στο Internet, χωρίς ανεπιθύμητες διακοπές, όπως είναι το Conn-x από τον ΟΤΕ η οποία προσφέρει:

- Σύνδεση χωρίς διακοπές 24 ώρες το 24ωρο με σταθερές ταχύτητες που φτάνουν τα 24 Mbps
- Δωρεάν ασύρματο router
- Τεχνική υποστήριξη σε θέματα εξοπλισμού και εγκατάστασης ADSL 24 ώρες το 24ωρο με μία απλή κλήση στο 1242

- Ολοκληρωμένες Υπηρεσίες Online προστασίας για την καλύτερη και ασφαλή πλοήγηση στο Internet, με λειτουργίες Firewall, Anti-Virus, Anti-Spam και Parental Control

Μπορεί η αγορά του συγκεκριμένου εξοπλισμού να επιβάλλεται για την υποστήριξη της Ηλεκτρονικής συνταγογράφησης, όμως είναι ταυτόχρονα ένα εργαλείο ανάπτυξης και βελτίωσης των διαδικασιών και των υπηρεσιών που παρέχονται από το φαρμακείο.

Με μία σύνδεση Internet στο Φαρμακείο σας θα απολαμβάνετε:

Άμεση πληροφόρηση σε θέματα που αφορούν το επάγγελμα του Φαρμακοποιού, ηλεκτρονική αλληλογραφία, χρήση των δυνατοτήτων του e-Learning, ηλεκτρονική εμπορική διαχείριση, δυνατότητα δημιουργίας Ιστοτόπου (Site) για το φαρμακείο, χρήση των νέων τρόπων πολυμεσικής επικοινωνίας (MSN, Skype), εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης πελατολογίου (CRM), και τέλος ανάπτυξη ενός e-Shop για πελάτες που δύσκολα μετακινούνται ή έχουν πλέον μάθει να χρησιμοποιούν το Internet για τις αγορές τους.

Για όλους τους παραπάνω λόγους μία επιβεβλημένη κίνηση αγοράς αξιόπιστου εξοπλισμού και υπηρεσιών πρόσβασης στο Internet, μπορεί να αποτελέσει μία πραγματικά εξαιρετική επένδυση για το παρόν και το μέλλον του Φαρμακείου.

Με τα **προϊόντα & υπηρεσίες Conn-x**, μπορείτε να είστε online στο **Internet 24 ώρες το 24ωρο**, χωρίς **ανεπιθύμητες διακοπές**, με απόλυτη **ασφάλεια** και **ταχύτητες έως και 24 Mbps** και παράλληλα έχετε:

- Δωρεάν ασύρματο εξοπλισμό
- Δωρεάν το τέλος ενεργοποίησης
- Δωρεάν υπηρεσίες web mail, αυτόματες ειδοποιήσεις μέσω SMS, agenda, κλπ
- Δωρεάν εναλλακτική dial up σύνδεση

Conn-x**Έχεις σταθερό;
Πάρε και Internet!**

Εάν είσαι πελάτης ΟΤΕ, απόκτησε την απόλυτη σύνδεση Internet, μόνο με €9,90/μήνα στα 2Mbps ή με €14,90/μήνα έως τα 24Mbps, για 6 ολόκληρους μήνες, με δώρο το ασύρματο router.

Άρπαξε τη μοναδική ευκαιρία έως και τις 27/12/10.

Μάθε περισσότερα στο www.conn-x.gr



**Internet χωρίς
δεύτερη σκέψη.
Απόκτησέ το τώρα!**

www.conn-x.grwww.ote.gr

Διάκριση για την **ADVANCE Pharmacies** από την **ICAP**



Η ADVANCE Pharmacies SA εντάχθηκε στις **"STRONGEST COMPANIES IN GREECE"** της ICAP Group, ως μία από τις πιο ισχυρές εταιρείες

στην Ελλάδα, έτοιμη να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις των καιρών και επιβεβαιώνοντας ότι η πιστοληπτική ικανότητά της είναι πραγματικά υψηλή.



Οι "Strongest Companies in Greece" είναι οι επιχειρήσεις που κατατάσσονται στις ισχυρότερες ζώνες πιστοληπτικής διαβάθμισης (credit ratings) της ICAP Group. Η ICAP Group αναγνωρίζεται

από την Τράπεζα της Ελλάδος ως Αποδεκτή Πηγή Πιστοληπτικών Αξιολογήσεων. Δυνατότητα ένταξης στην κοινότητα "Strongest Companies in Greece" έχει μόνο μία στις δέκα επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

Ο Μ. Μαργαριτίδης, Διευθύνων Σύμβουλος της ADVANCE, δήλωσε σχετικά: «Η τιμητική αυτή διάκριση, αποτελεί αναγνώριση της συνέπειάς μας και της συστηματικής διαχείρισης των χρηματοοικονομικών της εταιρείας μας, καθώς και δικαίωση της σχέσης εμπιστοσύνης που έχουμε αναπτύξει με τους συνεργάτες μας και επισφραγίζουμε με το μότο μας 'Σεβασμός στην επιλογή σας'. Στην οικονομικά δύσκολη εποχή που διανύουμε, η ADVANCE δηλώνει έτοιμη και συνεχίζει τη δυναμική πορεία της, στοχεύοντας σε περαιτέρω ανάπτυξη και ανάδειξή της στο επιχειρηματικό στερέωμα».

CSA-ROWA: Συνεργασία «Υψηλής Τεχνολογίας»



Η Γερμανική εταιρία **ROWA** και η Ελληνική **CSA** που δραστηριοποιείται από το 1985 στην δημιουργία λογισμικού με το πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης **FARMAKONET**, υπέγραψαν συμβόλαιο συνεργασίας για την αποκλειστική αντιπροσώπευση καθώς και την

τεχνική υποστήριξη των συστημάτων αυτοματισμού της ROWA από την CSA, στην Ελληνική αγορά.

Από το 1996 μέχρι σήμερα, περισσότερα από 3.350 φαρμακεία λειτουργούν με συστήματα αυτοματισμού φαρμακείων της ROWA κατέχοντας έτσι το 79% της Ευρωπαϊκής αγοράς, ενώ κάθε μήνα 37,5 πελάτες κατά μέσο όρο εμπιστεύονται την τεχνολογία της.

Το Vmax της ROWA είναι ένα σύστημα το οποίο διαφέρει από όλα τα άλλα. Κάνει αυτόματη παραλαβή των προϊόντων και σύγκριση τιμολογίων. Διαχειρίζεται όλα τα προϊόντα ανεξαρτήτως της κίνησής τους ή της ποσότητάς τους. Διαχειρίζεται τις ημερομηνίες λήξης του κάθε φαρμάκου, ενώ ο φαρμακοποιός γνωρίζει κάθε στιγμή το ακριβές απόθεμα του φαρμακείου του, κάνοντας έτσι την απογραφή, υπόθεση μερικών λεπτών! Είναι πλήρως προσαρμόσιμο στο κάθε φαρμακείο με ύψος από 1,7 μέτρα έως 3,5, ενώ το μήκος του ξεκινάει από τα 3 μέτρα και φτάνει τα 15. Διαθέτει το πιο σύγχρονο και αθόρυβο σύστημα μεταφοράς και μπορεί εύκολα να τοποθετηθεί σε ένα υπόγειο ή σε ένα πατάρι ή ακόμα και στον χώρο του φαρμακείου χάρις στην υψηλή αισθητική και ποιότητα κατασκευής του.



Υπέροχη Τσάντα για τα Ψώνια με Αγορές Προϊόντων **Frezyderm**

Η **Frezyderm** με αγορές προϊόντων της συνολικής αξίας 48,06€ προσφέρει δώρο μια υπέροχη shopping bag από βινύλιο, σε βολικό μέγεθος και με κομψά χρώματα, για τα καθημερινά ψώνια αλλά και το γραφείο. Στη συγκεκριμένη προωθητική ενέργεια συμμετέχουν όλα τα προϊόντα της μάρκας, εκτός από αυτά της σειράς Baby Line, τα Lice Free Set και Lice Free Rep, τα Frezylac Organic Milk και Organic Cereals καθώς και τα Frezymar.

Η Frezyderm δημιουργήθηκε το 1986 από τον κ. Αναστάσιο Αναστασίου με σκοπό τη διακίνηση δερμοκαλλυντικών προϊόντων, την παρουσίασή τους μέσω της Ιατρικής Ενημέρωσης σε Δερματολόγους, Γυναικολόγους και Παιδιάτρους και τη διακίνησή τους μέσω 3.000 Φαρμακείων σε όλη την Ελλάδα. Παράλληλα, τα προϊόντα της Frezyderm έχουν επιτυχώς διεισδύσει και σε διεθνείς αγορές, όπως η Κύπρος, η Μέση Ανατολή, τα Βαλκάνια, η κεντρική και ανατολική Ευρώπη. Γνωρίζοντας τις ανάγκες των καταναλωτών, η εταιρεία βελτιώνει συνεχώς την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών της, ενώ παράλληλα διατηρεί πολιτική σεβασμού και ειλικρίνειας απέναντι στον καταναλωτή. Το 2003 η Frezyderm απέκτησε Πιστοποιητικό Ποιότητας ISO 9001:20. Τα προϊόντα της Frezyderm περιλαμβάνουν τις εξής σειρές: Hair Line, Skin Line, Feminine Essentials, Spot End, Ac-Norm, Baby Line, Sun Screen, Εντομοαπώθηση, βάσεις για Γαλνικά Σκευάσματα, καθώς και Βιολογική Βρεφική Διατροφή.

Των ψαριών τα καλά... χωρίς κόκαλα!



OmegazonTM της HealthAid[®]

Πλήρης σειρά Ωμέγα-3 λιπαρά οξέα, το λέει η καρδιά σας

- **Omegazon & Omega 3 (EPA/DHA 750mg):** Υψηλής καθαρότητας ιχθυέλαιο μοριακής απόσταξης σε νέα – **anti reflux formula** – χωρίς καμιά άσχημη γεύση. Απαραίτητα καθημερινά γιατί δυναμώνουν την καρδιά, ενισχύουν την μνήμη και ρυθμίζουν την αρτηριακή πίεση, τα τριγλυκερίδια & τη χοληστερόλη.
- **OMEGA 3-6-9:** Συνδυασμός ιχθυελαίων Ω3 και φυτικών ελαίων Ωμέγα 6 & 9 για πολλαπλή δράση. Απαραίτητα για υγιές καρδιαγγειακό, νευρικό & αναπαραγωγικό σύστημα, καθώς και για τη διατήρηση της υφής και της ελαστικότητας του δέρματος.
- **KIDZ Omega:** Ειδική αγνή σύνθεση για παιδιά από **Omega 3 (EPA /DHA)** και απαραίτητες **Βιταμίνες A, D, E, φολικό και φυσικά αντιοξειδωτικά** για την σωστή ανάπτυξη του οργανισμού, την μνήμη, και την αυτοσυγκέντρωση. Σε παστίλιες με γεύση πορτοκαλιού & φυσικά γλυκαντικά (**xylitol**) για προστασία των δοντιών & σε σιρόπι με γεύση βατόμουρου. **Ιδανικά για παιδιά 1έτους και άνω**

HEALTH AID LTD-HARROW, LONDON, ENGLAND / ΕΟΦ: 13186-22136-48951



Νέες Προηγμένες Συνθέσεις
Υψηλής Καθαρότητας



Λ.Τ. 14,95 €

PHARMA CENTER
Προϊόντα Φαρμακείου

Τηλ.: 210 9604511
www.pharmacenter.gr

HealthAid[®]
ΦΥΣΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ

ΙΤΕQ δυναμική ψηφιακή επικοινωνία στα φαρμακεία



Η **ΙΤΕQ** ιδρύθηκε στις αρχές του 2007, με στρατηγικό της σκοπό την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών ψηφιακής επικοινωνίας στο χώρο του Φαρμακείου. Στα τρία πρώτα έτη λειτουργίας έχει κατορθώσει να δημιουργήσει το μεγαλύτερο διαφημιστικό δίκτυο, **PharmaTeQ.TV**, στην Ελλάδα με περισσότερες από 500 οθόνες εγκατεστημένες σε φαρμακεία, το περιεχόμενο των οποίων καθορίζεται με σύστημα κεντρικής διαχείρισης. Η ΙΤΕQ μέσω της PharmaTeQ.TV, παρέχει την ευκαιρία στον Φαρμακοποιό να δημιουργήσει το δικό του «κανάλι» για την ενημέρωση/εκπαίδευση των πελατών του. Επιπλέον, με την προβολή ενημερωμένων εφημεριών σε οθόνες που τοποθετούνται στις βιτρίνες των φαρμακείων, συμβάλλει σημαντικά στην εξυπηρέτηση του πολίτη και στην ενίσχυση της επικοινωνίας του φαρμακοποιού με τον πελάτη του. Έχοντας κερδίσει την εμπιστοσύνη του χώρου, συνεχίζουμε με ακόμα πιο καινοτόμες ιδέες, με σκοπό την αναβάθμιση του επιπέδου ενημέρωσης και εξυπηρέτησης των Φαρμακοποιών, αλλά και των πελατών του Φαρμακείου μέσω της δυναμικής και ζωντανής επικοινωνίας.

Ξεκίνησε η διανομή της σειράς **Somatoline Cosmetic** από το Τμήμα Φαρμακείων της Bolton Hellas A.E.B.E.

Somatoline Cosmetic™

Ξεκίνησε η διανομή της σειράς αδυνατιστικών προϊόντων **Somatoline Cosmetic** στα Φαρμακεία από το Τμήμα Φαρμακείων της Bolton

Hellas A.E.B.E. Εκπρόσωποι Πωλήσεων της Εταιρείας παρέχουν στους Φαρμακοποιούς λεπτομερή ενημέρωση σχετικά με τη σειρά προϊόντων Somatoline Cosmetic, καθώς και προσφορές που εξασφαλίζουν υψηλή κερδοφορία. Παράλληλα, προτείνεται πλούσιο προωθητικό υλικό για τη μεγιστοποίηση των πωλήσεών τους.

Η σειρά προϊόντων Somatoline Cosmetic προσφέρει ολοκληρωμένες καλλυντικές αγωγές αδυνατίσματος με υψηλά ποιοτικά standards που έχουν κατακτήσει ηγετικά μερίδια στις Ευρωπαϊκές αγορές όπως η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία. Η πώληση και η διάθεση της σειράς προϊόντων Somatoline Cosmetic θα γίνεται αποκλειστικά μέσω των Φαρμακείων και θα εξασφαλίζει σημαντικά οφέλη στους Φαρμακοποιούς.

ΝΕΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΣΕΙΡΑ Pharma

Πάνες ακράτειας με αυτοκόλλητο ημέρας & νύκτας
PHARMA SLIP

NEA
μικρή
συσκευασία



Φροντίδα
για ποιότητα
στη **ζωή** σας



Πάνα ακράτειας Βρακάκι
ημέρας & νύκτας
PHARMA Go On

Υποσέντονα μίας χρήσεως
PHARMA PAD



Lifecare®
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΝΗΣ

1ο χλμ. Μαρκοπούλου - Καλυβίων, Καλύβια 19010 Τ.Θ. 249
Τηλ.: 22990 61110 - 61109 - 61121, Fax: 22990 61116
e-mail: info@lifecarepigi.gr, www.lifecarepigi.gr

Το ΙΚΑ & Ο.Α.Ε.Ε. (ΤΕΒΕ) χορηγούν μηνιαίως
30 πάνες ακράτειας (για νυκτερινή χρήση) & 30 υποσέντονα

Γραμμή
Ενημέρωσης Καταναλωτή
801.11.15.200

Roiplon®

ETOFENAMATE

Σύνθεση Επτυχίας

στον Πόνο
& τη φλεγμονή



1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ: ROIPLON®. 2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΕ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: 5% ή 10% Etofenamate. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** Κρέμα, Γαλάκτωμα, Γέλη, Εκνέφωμα. **4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις:** Πιθανώς αποτελεσματικό σε υποξείες και χρόνιες ρευματικές παθήσεις των μαλακών μοριών του μυοσκελετικού συστήματος π.χ. • μυϊκές ρευματισμούς, • μυϊκές συσπάσεις σε επίμονες δυσκαμψίες του ώμου (περιαρθροπάθεια του ωμοπλάσιοβραχίου), • οσφυαλγία, • ισχιαλγία, • τενοσιθλακίδια, • θυλακίδια, • βλάβες των μαλακών μοριών προερχόμενες από υπερκόπωση ή εκφυλιστικές αλλοιώσεις της σπονδυλικής στήλης και των αρθρώσεων (σπονδυλίτιδες, αρθρίτιδες). **4.2. Τρόπος χορήγησης:** Χρήση εξωτερική. **4.3. Αντενδείξεις:** • Υπερευαίσθησία στο Etofenamate, flufenamic acid και άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη ή σε κάποιο από τα έκδοχα του προϊόντος. • Βαριά καρδιακή ανεπάρκεια • Δεν ενδύκνεται η χορήγηση του προϊόντος σε παιδιά, εγκύους και θηλάζουσες γυναίκες λόγω ανεπαρκούς κλινικής εμπειρίας. Επίσης δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε ανοικτά τραύματα και σε περιοχές με έκζεμα. **4.4. Ιδιαίτερες προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση:** Οι ανεπιθύμητες ενέργειες μπορούν να ελαχιστοποιηθούν χρησιμοποιώντας την κατάλληλη αποτελεσματική δόση στην πλέον μικρή διάρκεια θεραπεία που απαιτείται για τον έλεγχο των συμπτωμάτων (βλέπε κινδύνους από το γαστρεντερικό και το καρδιαγγειακό). **Καρδιαγγειακές και αγγειακές εγκεφαλικές επιδράσεις:** Δεδομένα από κλινικές δοκιμές και επιδημιολογικές μελέτες υποδεικνύουν ότι η χρήση μερικών ΜΣΑΦ (ιδιαίτερα σε υψηλές δόσεις και σε μακροχρόνιες θεραπείες) μπορεί να συσχετίζεται με μια μικρή αύξηση του κινδύνου για εμφάνιση θρομβωτικών αρτηριακών συμβάντων (για παράδειγμα έμφραγμα του μυοκαρδίου ή εγκεφαλικό επεισόδιο). Υπάρχουν ανεπαρκείς πληροφορίες για να αποκλειστεί ένας τέτοιος κίνδυνος για το Etofenamate όταν χορηγείται σύμφωνα με τη δοσολογία όπως αυτή προτείνεται (βλέπε Λήμμα 4.2 Δοσολογία και τρόπος χορήγησης). **Απαιτείται προσοχή (συζήτηση με ιατρό ή φαρμακοποιό) πριν την έναρξη της θεραπείας σε ασθενείς με ιστορικό υπέρτασης και/ή με καρδιακή ανεπάρκεια, καθώς έχει αναφερθεί κατακράτηση υγρών, υπέρταση και οίδημα σε σχέση με τη θεραπεία με ΜΣΑΦ. Να μην έρχεται σε επαφή με τους βλεννογόνους και τους οφθαλμούς. Να αποφεύγεται η εισπνοή του εκνεφώματος. Να χορηγείται με προσοχή και υπό παρακολούθηση σε ασθενείς με ηπατική ή νεφρική ανεπάρκεια και ιστορικό πεπτικού έλκους ή γαστροεργαγών. Επί μακροχρόνιας χρήσης συνιστάται παρακολούθηση της ηπατικής και νεφρικής λειτουργίας. **4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα και άλλες μορφές αλληλεπιδράσεων:** Δεν έχουν αναφερθεί αλληλεπιδράσεις όταν το Etofenamate χρησιμοποιείται σύμφωνα με τις οδηγίες. **4.6. Κύηση και γαλουχία:** Δεν ενδείκνυται η χορήγηση του προϊόντος σε εγκύους και θηλάζουσες γυναίκες λόγω ανεπαρκούς κλινικής εμπειρίας. **4.7. Επιδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων:** Δεν έχει αναφερθεί επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. **4.8. Ανεπιθύμητες ενέργειες:** Δεδομένα από κλινικές δοκιμές και επιδημιολογικές μελέτες υποδεικνύουν ότι η χρήση κάποιων ΜΣΑΦ (ιδιαίτερα σε υψηλές δόσεις και σε μακροχρόνιες θεραπείες) μπορεί να συσχετίζεται με ένα ελαφρύ αυξημένο κίνδυνο για εμφάνιση θρομβωτικών αρτηριακών συμβάντων (π.χ. έμφραγμα του μυοκαρδίου ή εγκεφαλικό επεισόδιο, βλέπε Λήμμα 4.4.). Οίδημα, υπέρταση και καρδιακή ανεπάρκεια έχουν αναφερθεί σε σχέση με τη θεραπεία με ΜΣΑΦ. Επίσης, έχουν αναφερθεί σπάνιες περιπτώσεις ερεθισμού του δέρματος και ακόμα πιο σπάνιες αλλεργικές αντιδράσεις. Τα φαινόμενα αυτά υποχωρούν ταχέως με την διακοπή του φαρμάκου. **4.9. Υπερδοσολογία:** Συνήθεις παρενέργειες όπως κεφαλαλγία, ζάλη ή επιγαστρικός πόνος μπορεί να εμφανισθούν όταν όλη η ποσότητα Etofenamate που περιέχεται σε μια συσκευασία εφαρμοστεί σε όλη την επιφάνεια του σώματος σε μικρά χρονικά διαστήματα. Άμεση πλύση με άφθονο νερό. Σε περίπτωση λήψης από του στόματος (τοξικολογικά μεγάλες δόσεις δεν μπορεί να καταποθούν εξαιτίας της γεύσης), συνιστάται πρόκληση εμέτου ή πλύση του στομάχου και χορήγηση ενεργού άνθρακα. **6.7. Κάτοχος άδειας κυκλοφορίας:** Δικαιούχος: MEDA Manufacturing GmbH, D-51063 Köln - GERMANY. Υπεύθυνος Κυκλοφορίας στην Ελλάδα: MENARINI HELLAS A.E. Αν. Δαμβέρην 7 - ΑΘΗΝΑ / Τηλ. 8316111-13. **7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ. Κωδικοί συσκευασίας:** Roiplon gel 5%: 1521701/20752/10323/25-7-85. Roiplon gel 10%: 1521702/8725/15-3-90. Roiplon creme 10%: 1521703/24005/30-7-90. Roiplon spray 10%: 1521705/1672/16-1-2002. Roiplon emulsion 10%: 1521706/1673/16-1-2002. Τρόπος διάθεσης: Διατίθεται και χωρίς ιατρική συνταγή.**



Για περισσότερες συνταγογραφικές πληροφορίες απευθυνθείτε στη Menarini Hellas.

MENARINI HELLAS A.E.

Αν. Δαμβέρην 7, 10445 Αθήνα, Τηλ.: 210 8316111-3, Fax: 210 8317343, e-mail: menarini@otenet.gr

Το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Ε.Ο.Φ. συνιστούν:

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΤΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΓΙΑΤΡΟ Ή ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ.

Πακέτα Δώρων, Από την Queen bee της Apivita



Εδώ και 31 χρόνια, η APIVITA δημιουργεί φυσικά και αποτελεσματικά προϊόντα που προάγουν την ισορροπία του σώματος, του πνεύματος και της ψυχής.

Έτσι λοιπόν, αποκλειστικά για το φθινόπωρο 2010, η APIVITA δημιούργησε ελκυστικά πακέτα σε ΕΙΔΙΚΗ

ΤΙΜΗ και υπέροχη συσκευασία, που περιλαμβάνουν ολοκληρωμένα συστήματα περιποίησης με γνώμονα την ολιστική φροντίδα.

Φιλοσοφία της APIVITA είναι να τονίσει τη σημασία της συνεργιστικής δράσης των συστατικών που περιέχει το κάθε προϊόν, ώστε να επιτυγχάνεται κάθε φορά η μέγιστη αποτελεσματικότητα.

Η προσφορά περιλαμβάνει **2 μοναδικά πακέτα δώρων** από τη σειρά περιποίησης προσώπου Queen Bee με βασιλικό πολτό και μέλι, για σύσφιξη και επανόρθωση της ώριμης επιδερμίδας, σε ένα πολύ όμορφο διακοσμητικό κουτί.

1. Σύσφιγκτική & Επανορθωτική κρέμα ημέρας SPF15 + ΔΩΡΟ Γαλάκτωμα Καθαρισμού & Τονωτική Λοσιόν για κανονικές/ξηρές επιδερμίδες (50ML + 2x200ML).

2. Σύσφιγκτική & Επανορθωτική κρέμα πλούσιας υφής + ΔΩΡΟ Γαλάκτωμα Καθαρισμού & Τονωτική Λοσιόν για κανονικές/ξηρές επιδερμίδες (50ML + 2x200ML).

ΕΩΣ 96% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ, Χωρίς PARABENS, ΣΙΛΙΚΟΝΗ, ΠΡΟΠΥΛΕΝΟΓΛΥΚΟΛΗ, MINERAL OIL.

*Η προσφορά ισχύει μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.

ΒΑΣΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ από την A-DERMA, με γαλάκτωμα βρώμης RHEALBA®

Το Γαλάκτωμα Βρώμης είναι ένα παραδοσιακό «γι-ατρικό», αναγνωρισμένο για τις καταπραυντικές και μαλακτικές του ιδιότητες από πολλούς πολιτισμούς. Εμπνευσμένα από αυτή την παράδοση, τα Δερματολογικά

Εργαστήρια A-DERMA με 30 χρόνια εμπειρίας στη Δερμοκοσμητολογία, δημιούργησαν ένα γαλάκτωμα που προέρχεται από τη Βρώμη Rhealba®, μια λευκή βρώμη από τον καρπό της βρώμης, επιλεγμένη ανάμεσα σε πολλές ποικιλίες, που συγκεντρώνει όλες τις αρετές αυτού του πρωτότυπου δραστικού συστατικού μέσα στα προϊόντα φροντίδας των ευαίσθητων δερμάτων, χαρίζοντάς τους απαλότητα και προστασία.

Με τη σειρά **Βασική Φροντίδα με Γαλάκτωμα Βρώμης Rhealba®**, ένα φυτικό συστατικό 100% φυσικό, η A-DERMA ξαναδημιουργεί τα πρώτα της προϊόντα με νέες οικογενειακές συσκευασίες, τα οποία καταπραύνουν, ενυδατώνουν και θρέφουν καθημερινά το ευαίσθητο δέρμα όλης της οικογένειας (βρέφος, παιδί, ενήλικας, ηλικιωμένος) και επωφελούνται μιας υψηλής ανεκτικότητας χάρη στον ελάχιστο αριθμό συστατικών τους.

Από την Pierre Fabre Hellas A.E.



Νέο PRÉDERMINE FIRMING WRINKLE REPAIR SERUM από την Darphin

Το νέο **PRÉDERMINE FIRMING WRINKLE REPAIR SERUM**, με έμπνευση από τη φύση και με βέλτιστη τεχνολογική συγκέντρωση, "σβήνει" τις ρυτίδες και αποκαθιστά τη νεανικότητα και τη σφριγνολότητα του δέρματος, ενεργοποιώντας τη φυσική παραγωγή των πρωτεϊνών νεότητας.

Η νέα φόρμουλα ενεργοποιεί τη σύνθεση από τους ινοβλάστες των δύο σημαντικότερων πρωτεϊνών που παρέχουν το δομικό πλαίσιο για σφριγνλό και λείο δέρμα: το κολλαγόνο και την ελαστίνη.

Με την πάροδο του χρόνου, η φυσική παραγωγή ινών κολλαγόνου και ελαστίνης μειώνεται, οι ίνες αδυνατίζουν και το πλέγμα τους φθίνει. Το δέρμα χάνει την ελαστικότητά του και αρχίζουν να εμφανίζονται βαθιές ρυτίδες.

Η καινοτόμος τεχνολογία του νέου Predermine Firming Wrinkle Repair Serum φέρνει την επανάσταση στην αντιγήρανση, μέσω του Smart Firming System. Η πατενταρισμένη αυτή τεχνολογία χρησιμοποιεί εκχυλίσματα από Τριφύλλι, για τη διατήρηση της παραγωγής ινών κολλαγόνου και ελαστίνης και τη διατήρηση της δομής τους. Η καινοτομία αυτή προέρχεται από τη συνεργασία των εργαστηρίων Darphin με το Εργαστήριο Θεραπευτικής Καινοτομίας του Πανεπιστημίου του Στρασβούργου.



ψηφιακή επικοινωνία

pharmaTE.TV

...δημιουργήστε το δικό σας «κανάλι»!

- προβολή ενημερωμένων εφημεριών
- ενίσχυση της επικοινωνίας με τον πελάτη
- εξατομικευμένο περιεχόμενο σύμφωνα με τις ανάγκες σας
- αναβάθμιση της αισθητικής

... χωρίς κόπο απο τον φαρμακοποιό

Σκρά 14, Καλλιθέα, 176 73
τηλ. 210 95.60.030
fax: 210 95.60.034

www.iteq.gr

e-mail: iteq@iteq.gr



Νέα σειρά σαμπουάν από τη FROÏKA®

Η **Νέα σειρά των σαμπουάν της FROÏKA®** είναι σχεδιασμένη σύμφωνα με τα νεότερα επιστημονικά δεδομένα που αφορούν την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητα. Οι καθαριστικές τους βάσεις απομακρύνουν με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο την περίσσεια σμήγματος και τους ρύπους, χωρίς να διαταράσσουν το προστατευτικό υδρολιπιδικό φιλμ, το φυσιολογικό pH του τριχωτού ή να προκαλούν ερεθισμούς. Δεν περιέχουν σκληρούς καθαριστικούς παράγοντες (όπως SLES ή SLS Sodium Laureth Sulfate, τα οποία προκαλούν ξηρότητα και ερεθισμούς), συντηρητικά PARABENS ή συντηρητικά με δότες φορμαλδεΐδης και αλλεργιογόνα αρώματα.

Ο επιλεγμένος συνδυασμός παραδοσιακών φαρμακευτικών εκχυλισμάτων και σύγχρονων βιοδραστικών μορίων που περιέχουν, καλύπτει πλήρως τις ανάγκες τόσο στην καθημερινή υγιεινή, προσφέροντας άριστες καλλυντικές ιδιότητες, όσο και στην αντιμετώπιση εξειδικευμένων προβλημάτων, όπως η ξηρότητα, η ευθραυστότητα, η λιπαρότητα, οι ερεθισμοί, η απολέπιση, η πιτυρίδα, η σμηγματορροϊκή δερματίτιδα και η τριχόπτωση.

Τα νέα σαμπουάν της FROÏKA® επαναφέρουν τη φυσιολογική ισορροπία στα μαλλιά, αφήνοντάς τα απαλά και ευκολοχτένιστα, χαρίζοντάς τους ζωντάνια, ελαστικότητα, λάμψη και όγκο.



Η CASTALIA καινοτομεί και παρουσιάζει την Chronoderm Vitamine C

Η CASTALIA LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES σας παρουσιάζει την **Chronoderm Vitamine C**, μια καινοτόμο αντιγηραντική θεραπεία που βασίζεται στη δύναμη της καθαρής, σταθερής Βιταμίνης C, που απελευθερώνει τις ευεργετικές ιδιότητές της τη στιγμή ακριβώς που τις χρειαζόμαστε.

Κλινικές μελέτες αποδεικνύουν την ισχυρή αντιοξειδωτική δράση της βιταμίνης C, που συμβάλλει ενεργά στη μείωση των κηλίδων γήρανσης, ενώ ενεργοποιεί το κολλαγόνο που συμβάλλει στη μείωση του βάθους των ρυτίδων.

Η Chronoderm Vitamine C διατίθεται σε πρωτοποριακές συσκευασίες περιεκτικότητας 5% και 10% σε σταθερή βιταμίνη C, που επιτρέπει την προετοιμασία της με μια μόνο κίνηση!

Περιστρέφουμε, ανακινούμε, εφαρμόζουμε και αισθανόμαστε άμεσα τη δράση της Chronoderm Vitamine C.

Η CASTALIA LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES επικεντρώνεται στην Υγεία, αφιερώνεται στην Ομορφιά και βασίζεται στην Επιστήμη. Με νέα, μοντέρνα φιλοσοφία «**Healthy is Beautiful**», η μάρκα προτείνει σειρές προϊόντων υψηλής ποιότητας φροντίδας και περιποίησης της επιδερμίδας κάθε ηλικίας. Όλα τα προϊόντα της είναι υποαλλεργικά, μη φαγεσωρογόνα, δερματολογικά και κλινικά ελεγμένα. Συνιστώνται από δερματολόγους και διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία.



Νέα προϊόντα αντιγήρανσης Sérénage από την Avène

Με την πάροδο του χρόνου, η σύνθεση των απαραίτητων συστατικών του δέρματος επιβραδύνεται. Το δέρμα γίνεται πιο λεπτό, πιο εύθραυστο και ξηρό. Τραβάει και «ζαρώνει» εύκολα.

Οι ερευνητές των Δερματολογικών Εργαστηρίων Avène ανέπτυξαν τη **Sérénage**, μια ολοκληρωμένη σειρά αντιγήρανσης που προσφέρει πυκνότητα, ζωτικότητα και άνεση στο ώριμο δέρμα, χάρη σε δύο αποκλειστικά και καινοτόμα δραστικά συστατικά, τη Γλυκολεόλη και τα Κλάσματα Υαλουρονικού οξέος ενδιάμεσου μεγέθους (H.A.F.).

NEO Η Κρέμα νύχτας Sérénage για θρέψη και πυκνότητα τρέφει, αναζωογονεί και προσφέρει άνεση στο ώριμο δέρμα, χαρίζοντάς του πυκνότητα και σφριγηλότητα. Χάρη στην αργινίνη που περιέχει, απαραίτητο αμινοξύ με ιδιαίτερα αναγεννητικές ιδιότητες, ανανεώνει το δέρμα κατά τη διάρκεια της νύχτας.

NEO Ο Ορός αναζωογόνησης Sérénage για θρέψη και πυκνότητα προσφέρει στο ώριμο δέρμα μια αληθινή κούρα αναζωογόνησης, άνεσης και νεανικότητας και είναι ειδικά σχεδιασμένος για να ενισχύει τη δράση της κρέμας ημέρας και της κρέμας νύχτας Sérénage.



Frezyderm A.B.E.E.

1986 - 2010

24 χρόνια συνεπούς παρουσίας στη φαρμακευτική αγορά

1986:

Ιδρύεται η Frezyderm, από τον κύριο Αναστάσιο Αναστασίου με σκοπό:

"την παραγωγή και εμπορία δερμοκαλλυντικών προϊόντων, την προώθησή τους μέσω της επιστημονικής ενημέρωσης και την **αποκλειστική τους διάθεση από το φαρμακευτικό κανάλι διανομής.**"

Όραμά του:

"ο σχεδιασμός και η παραγωγή ασφαλών και αποτελεσματικών προϊόντων υψηλής ποιότητας, με πρώτες ύλες φαρμακευτικής καθαρότητας, που θα ικανοποιούν ακόμη και τις πιο εξειδικευμένες ανάγκες του δέρματος."

2002:

Εγκαινιάζεται η ιδιόκτητη μονάδα παραγωγής της Frezyderm, συνολικής έκτασης 1500 m² με ερευνητικά εργαστήρια 400m² αποθηκευτικούς χώρους 1000m² και υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις, άριστης υλικοτεχνικής υποδομής και εναρμονισμένες με τις οδηγίες της Ε.Ε

Σήμερα:

Η διαχείριση της Frezyderm, έχει περάσει στα χέρια του γιων του ιδρυτή της, Γιάννη και Μάκη Αναστασίου, ωστόσο οι αξίες της παραμένουν οι ίδιες:

η Frezyderm παραμένει σταθερή στη στρατηγική της απόφαση να διατηρεί τα προϊόντα της αποκλειστικά στο φαρμακευτικό κανάλι διανομής...

... και υποστηρίζει έμπρακτα τη συνεργασία της με τον Έλληνα Φαρμακοποιό:

- > διατηρεί πολυάριθμα τμήματα Ιατρικής Ενημέρωσης και πωλήσεων
- > ακολουθεί πολιτική μη ανατίμησης των προϊόντων της και διατήρησης των ίδιων τιμών λιανικής από τον Ιανουάριο του 2009
- > απορρόφησε την αύξηση του ΦΠΑ και διαμόρφωσε νέο τιμοκατάλογο από την 1η Ιουλίου 2010 με μειωμένη τη χονδρική τιμή
- > εισάγει στην ελληνική αγορά τη Βιολογική Βρεφική Διατροφή Frezylac, με αποκλειστική διάθεση στα Φαρμακεία
- > διατηρεί υψηλό προϋπολογισμό προώθησης και προβολής των προϊόντων που κινείται σε τρεις άξονες:

**ενημέρωση και προώθηση σε γιατρούς 3 ειδικοτήτων
(Παιδίατρους, Γυναικολόγους, Δερματολόγους)**

ανάπτυξη προωθητικών ενεργειών εντός του φαρμακείου

προβολή των προϊόντων της απευθείας στους καταναλωτές

ποιότητα και δέσμευση!

Νέα σειρά NOVALOU BABY CARE από τη Medispes

Η σειρά **NOVALOU BABY CARE** αναφέρεται σε παιδικά δερμοκαλλυντικά καθημερινής περιποίησης και φροντίδας. Είναι ειδικά σχεδιασμένη και μελετημένη για τις ποικίλες ανάγκες του δέρματος του βρέφους και του παιδιού και ανταποκρίνεται πλήρως στις λειτουργικές ιδιότητες των βρεφικών προϊόντων.

Τα προϊόντα NOVALOU καθαρίζουν χωρίς να ερεθίζουν και να ξηραίνουν το δέρμα, δεν επηρεάζουν τη φυσιολογική χλωρίδα της επιδερμίδας και με τους φυσικούς αντιμικροβιακούς παράγοντες που περιέχουν, συντελούν στην αποφυγή μικροβιακών και μυκητιασικών λοιμώξεων.

Η σειρά NOVALOU BABY CARE αποτελείται από τα:

NOVALOU BABY BATH 250ml

Απαλό αφρόλουτρο για το καθημερινό μπάνιο βρεφών και παιδιών και τον τοπικό καθαρισμό της μηρογεννητικής περιοχής.

NOVALOU BABY SHAMPOO 200ml

Απαλό σαμπουάν για το καθημερινό λούσιμο βρεφών και παιδιών.

NOVALOU BABY PROTECTIVE CREAM 100ml

Απαλή, προστατευτική και αδιάβροχη κρέμα, για την καθημερινή περιποίηση της μηρογεννητικής περιοχής, με κάθε αλλαγή πάνα.

NOVALOU BABY BODY MILK 200ml

Απαλό υδρο-γαλάκτωμα για την περιποίηση και την ενυδάτωση του δέρματος βρεφών και παιδιών, μετά το καθημερινό μπάνιο.

Όλα τα προϊόντα της σειράς είναι υποαλλεργικά, δερματολογικά ελεγμένα, με αντιμικροβιακή δράση.



Wellwoman Tricologic® της Vitabiotics

Εξειδικευμένο συμπλήρωμα διατροφής κατά της τριχόπτωσης



Κατανοώντας τις ανάγκες θρέψης του τριχοθύλακα, η Vitabiotics δημιούργησε το **Wellwoman Tricologic®**, μία προηγμένη σύνθεση 26 μικρο-θρεπτικών συστατικών με το αποκλειστικό σύμπλεγμα **Volumin™**, το οποίο περιλαμβάνει βιο-θαλάσσιο κολλαγόνο και αμινοξέα που "θρέφουν" την τρίχα, διατηρώντας υγιή το μεταβολισμό της ρίζας και του θύλακα. Τα συστατικά του Wellwoman Tricologic®, διαμέσου της κυκλοφορίας του αίματος, δρουν απευθείας στη ρίζα της τρίχας για μέγιστο αποτέλεσμα. Το Wellwoman Tricologic® είναι το μόνο που περιέχει το σύμπλεγμα Volumin™, το οποίο αποτελείται από βιο-θαλάσσια εκχυλίσματα (Βιο-θαλάσσιο Υδρολυμένο Κολλαγόνο), κολλοειδές πυρίτιο και φυσικά αντιοξειδωτικά (Εκχύλισμα Acerolla Cherry), που θρέφουν τον θύλακα και βοηθούν τα μαλλιά να διατηρήσουν τον όγκο και την πυκνότητά τους. Παράλληλα περιέχει έναν εκτενή συνδυασμό και άλλων βασικών συστατικών για την υγεία των μαλλιών: βιοτίνη, νιασίνη, ινοσιτόλη, βιταμίνη D3, βιταμίνη E, σύμπλεγμα βιταμινών B, παντοθενικό οξύ, ιώδιο, μαγνήσιο, σίδηρο, ψευδάργυρο, μαγγάνιο, χαλκό, χρώμιο και σελήνιο.

Κάθε μεμονωμένο συστατικό της σύνθεσης του βρίσκεται σε συγκεκριμένη ποσότητα ώστε να μεγιστοποιούνται τα παρακάτω αποτελέσματα:

- Η καλή υγεία των μαλλιών και του δέρματος του κεφαλιού.
- Ο σωστός μεταβολισμός του θύλακα και η καλή κυκλοφορία του αίματος.
- Η διατήρηση του όγκου και της λάμψης των μαλλιών.

Από την Douni Health Products

ΠΡΟΣΟΧΗ! στο τεύχος Νο 07, Σεπτεμβρίου 2010, στη σελίδα 56 και στη παράγραφο που αναφέρονται οι αντιφθειρικές θεραπείες, έγινε λάθος διατύπωση. Τα προϊόντα που περιέχουν μαλάθειο και φυσικές ή συνθετικές πιρεθρίνες δεν είναι νευροτοξικά για τον άνθρωπο, αλλά νευροτοξικός είναι τρόπος που δρουν στα παράσιτα.

FROÏKA®

DERMATOLOGICAL HAIRLINE

Για κάθε τύπο
μαλλιών

NORMAL SHAMPOO

Κανονικά - Ξηρά μαλλιά

EXTRA MILD SHAMPOO

Συχνό λούσιμο
Ευαίσθητα μαλλιά
Για Ενήλικες & Παιδιά

NUTRITIVE SHAMPOO

Πολύ ξηρά,
Φθαρμένα μαλλιά

Anti-OILINESS SHAMPOO

Λιπαρά μαλλιά

Για κάθε πρόβλημα
Τριχωτού

Anti-DANDRUFF SHAMPOO

Ξηρή πιτυρίδα, Ξηροδερμία

Anti-DANDRUFF DS SHAMPOO

Λιπαρή πιτυρίδα
Σμηγματόρροια

Anti-HAIR LOSS PEPTIDE SHAMPOO

Τριχόπτωση,
Αραίωση μαλλιών

Anti-HAIR LOSS PEPTIDE LOTION

Τριχόπτωση,
Αραίωση μαλλιών

SLES FREE
PARABEN FREE
ALLERGEN FREE
PERFUMES

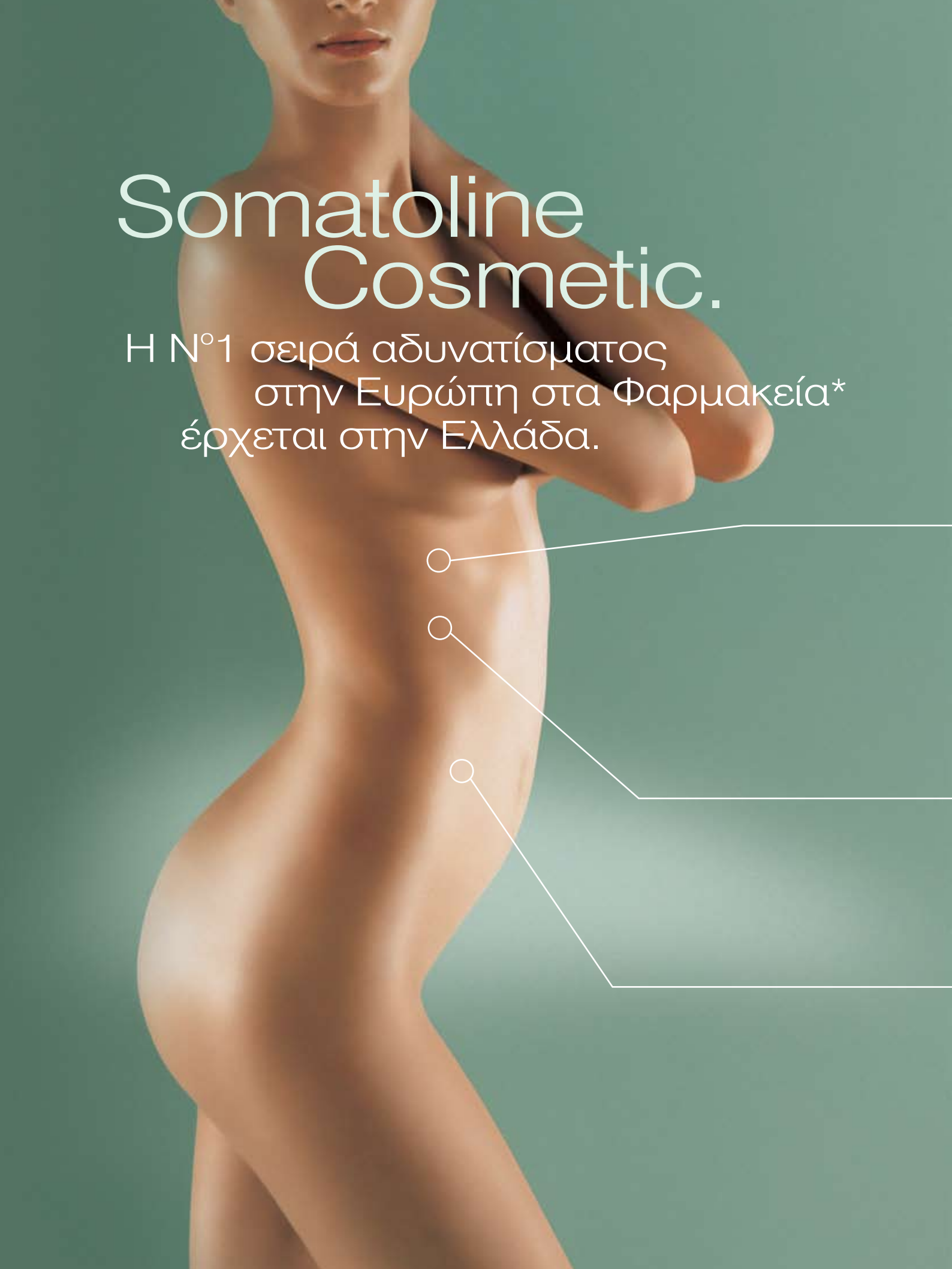
NEW

**ΠΕΡΙΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΜΑΛΛΙΑ
ΕΞΥΓΙΑΙΝΟΥΝ ΤΟ ΤΡΙΧΩΤΟ**



FROÏKA®

Αγησιλάου 36, 166 75 Αθήνα, Τηλ.: 210 9605610 - Fax: 210 9629105, www.froika.com - E-mail: info@froika.com



Somatoline Cosmetic.

Η Ν°1 σειρά αδυνατίσματος
στην Ευρώπη στα Φαρμακεία*
έρχεται στην Ελλάδα.



**Εντατικό Αδυνάτισμα Νύχτας.
Αδυνατίζει έως και 2 cm
σε μόνο 2 εβδομάδες**
κατά τη διάρκεια του ύπνου.**

Αξιοποιώντας την ιδιαίτερη δεκτικότητα του δέρματος κατά τη διάρκεια της νύχτας, προσφέρει γρήγορη αδυνατιστική δράση και βοηθά στην αποσυμφόρηση των ιστών από περιττά υγρά.

Καλλυντική δράση σμίλευσης που δεν επιφέρει απώλεια βάρους.



**Total Body Gel Αδυνατίσματος.
Αδυνατίζει έως και 29% σε 4 εβδομάδες*****

Αδυνατίζει και σμιλεύει τη σιλουέτα, ιδιαίτερα τους γοφούς, τα πόδια και τα μπράτσα. Η καθημερινή εφαρμογή του τονώνει και συσφίγγει το δέρμα. Η σύνθεσή του βοηθά στη διατήρηση των αποτελεσμάτων για περισσότερο χρόνο.

Καλλυντική δράση σμίλευσης που δεν επιφέρει απώλεια βάρους.



**Κοιλιά και Γοφοί.
Μειώνει έως και 3,6 cm σε 4 εβδομάδες******

Είναι μία εξειδικευμένη και αποτελεσματική αγωγή, που σμιλεύει την περιοχή της κοιλιάς, της μέσης και των γοφών. Η σύνθεσή του λειτουργεί με ένα μηχανισμό σταδιακής αποδέσμευσης, εμποδίζοντας την επανεμφάνιση του τοπικού πάχους.

Καλλυντική δράση σμίλευσης που δεν επιφέρει απώλεια βάρους.

Somatoline Cosmetic. Λειτουργεί.

* Μερίδιο αξίας αγοράς 2009 προϊόντων κατά της κυτταρίτιδας & αδυνατίσματος σε IT, ES, FR, NL, AT, CH (IMS), HR (Nielsen).

** Μέση τιμή που επιτεύχθηκε σε 17 από τις 51 γυναίκες. Μέση τιμή στο σύνολο του δείγματος: 1 cm.

*** Μέση τιμή που επιτεύχθηκε σε 20 από τις 60 γυναίκες. Μέση τιμή στο σύνολο του δείγματος: 23%.

**** Μέση τιμή που επιτεύχθηκε σε 17 από τις 52 γυναίκες. Μέση τιμή στο σύνολο του δείγματος: 2,2 cm.

Στα Φαρμακεία.



Multi+Multi Η... extra πολυβιταμίνη από την Power Health

Η **Power Health**, η πρώτη Ελληνική εταιρεία στα εναλλακτικά προϊόντα υγείας, σας προτείνει μία ακόμα μοναδική της σύνθεση.

Το **Multi+Multi** προσφέρει όλες τις βιταμίνες και τα απαραίτητα μέταλλα και ιχνοστοιχεία στην πιο φρουτένια πολυβιταμίνη με την πιο φανταστική γεύση! Το Multi+Multi συμπληρώνει με φυσικό τρόπο την καθημερινή διατροφή, προστατεύει τον οργανισμό και χαρίζει την ενέργεια και τη δύναμη που του χρειάζεται. Μία ταμπλέτα την ημέρα αρκεί για την απαραίτητη τόνωση.

Και για extra ενέργεια, Multi+Multi extra, σε ταμπλέτες, ενισχυμένη με λυκοπένιο Q10 και ρόδι.

Νέα προϊόντα από τη σειρά Master Aid Dermatess Cotton και Hydrogel για τις πληγές



Το **βαμβάκι Dermatess Cotton** της σειράς Master Aid είναι 100% υδρόφιλο σε συσκευασία των 100 γρ. που χαρακτηρίζεται από τις ιδιαίτερα μακρές ίνες με στρογγυλεμένες άκρες. Οι μακρές ίνες (india extra) διαφοροποιούνται στο γεγονός ότι αφήνουν λιγότερα κατάλοιπα (σκόνη βάμβακος) στο δέρμα ή πάνω στην πληγή, που σημαίνει ότι επιταχύνεται η διαδικασία επούλωσης της πληγής χωρίς να προκαλούνται επιπλέον λοιμώξεις. Ενδείκνυται για κάλυψη αναγκών υγιεινής, καλλυντική και προσωπική υγιεινή, καθαρισμό, απορρόφηση εκκρίσεων, απολύμανση εξωτερικών τραυμάτων και ειδικά για την υγιεινή των νεογνών.

Το **Master Aid Hydrogel με υαλουρονικό οξύ**, προστατεύει την πληγή, ενώ παρέχει την φυσιολογική υγρασία για γρήγορη επούλωση. Ιδανικό για όλους τους τύπους δέρματος. Ενδείκνυται για αμυχές, εκδορές, γδαρσίματα, εγκαύματα ακόμη και μεγάλου βαθμού (1ου). Η εφαρμογή του μειώνει την αίσθηση πόνου, επισπεύδει την διαδικασία επούλωσης, αποτρέπει την εμφάνιση ουλών, και προστατεύει από μικρόβια και εξωτερικούς παράγοντες. Οδηγίες χρήσης: Καθαρίζουμε την πληγή. Ψεκάζουμε με το Master Aid Hydrogel χωρίς να τρίβουμε. Καλύπτουμε την πληγή με μια αποστειρωμένη γάζα. Επαναλαμβάνουμε την εφαρμογή 2-3 φορές την ημέρα. Σε πρακτική συσκευασία.



Από την **HEALTH PLUS SA**

Νέο βρεφικό γάλα NAN 1 με προβιοτικά B.lactis, από τη Nestle

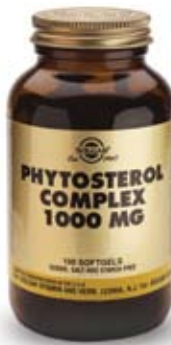


Ο μητρικός θηλασμός είναι η ιδανική τροφή για το βρέφος. Τα βρέφη που θηλάζουν αποκλειστικά και έχουν γεννηθεί με φυσιολογικό τοκετό έχουν μία εντερική χλωρίδα πλούσια σε ωφέλιμα bifidobacteria. Τι γίνεται όμως με τα υπόλοιπα βρέφη που δε θηλάζουν ή έχουν γεννηθεί με καισαρική; Τα βρέφη αυτά έχουν μία εντερική χλωρίδα φτωχή σε ωφέλιμα βακτήρια και γι' αυτό το λόγο είναι ευάλωτα σε λοιμώξεις και αλλεργίες.

Για όλα αυτά, η Nestle, η No 1 εταιρία βρεφικής

διατροφής στον κόσμο, δημιούργησε το πρώτο βρεφικό γάλα κανονικής διατροφής (από τη γέννηση) με προβιοτικά B.lactis, το **νέο NAN 1**. Το βρέφος λαμβάνει τα ωφέλιμα βακτήρια με τη διατροφή του, τα οποία μεταφέρονται στο έντερο και αποικίζονται. Έτσι, το νέο NAN 1 ενισχύει τη φυσική άμυνα του βρέφους ακόμη κι όταν είναι φτωχή. Κάτι που δεν κάνουν τα υπόλοιπα κοινά βρεφικά γάλατα. Ζητήστε από τη φαρμακαποθήκη σας το νέο NAN 1 με τη σφραγίδα του B.lactis πάνω στο κουτί.

Phytosterol Complex της Solgar Ιδανική χοληστερίνη, καλύτερη υγεία.



Το **Phytosterol Complex** της **Solgar** είναι ένας μοναδικός συνδυασμός φυτικών στερολών που αποδεδειγμένα μπορούν να οδηγήσουν στη μείωση των αυξημένων επιπέδων χοληστερόλης στο αίμα, ενώ παράλληλα φροντίζουν για την προστασία της καρδιαγγειακής υγείας.

Σε συνδυασμό με μια ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή, οι φυτοστερόλες εμποδίζουν με φυσικό τρόπο την απορρόφηση της χοληστερόλης από το έντερο, συμβάλλοντας έτσι στη μείωση της λεγόμενης 'κακής' χοληστερίνης στο αίμα.

Σε μορφή softgel. Εισάγεται συσκευασμένο από τις ΗΠΑ.

Από την **ISO-PLUS A.E.**

NEA προηγμένη σύνθεση

Με πολλαπλά οφέλη.

Για να **νιώθετε καλά** και να ζείτε την **κάθε στιγμή!**



ΕΝΕΡΓΕΙΑ



ΑΝΟΣΙΑ



ΥΓΙΕΣ ΔΕΡΜΑ



**ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΙ
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**



**ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ
ΜΑΤΙΩΝ**



**ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ
ΟΣΤΩΝ**

Σύμπλεγμα
Βιταμινών-B και
Σίδηρος, απαραίτητα
για το μεταβολισμό
των τροφών σε
ενέργεια για τη
διατήρηση της
ζωτικότητας.

Βιταμίνες A, C και
E, Σελήνιο,
αντιοξειδωτικά
απαραίτητα για τη
φυσιολογική
λειτουργία του
ανοσοποιητικού
συστήματος.

Βιταμίνες A, C και
Βιοτίνη για υγιές
δέρμα.

Βιταμίνες C, E και
Σελήνιο: ισχυρά
αντιοξειδωτικά
που δρουν κατά
των συνεπειών
των ελεύθερων
ριζών.

Περιέχει Βιταμίνη
A και Λουτεΐνη, για
την καλή υγεία
των ματιών.

Ασβέστιο,
Βιταμίνες D, C
και K, χρήσιμα
συστατικά για υγιή
οστά.

**Συμπλήρωμα διατροφής με πλήρη και ισορροπημένη
σύνθεση βιταμινών και μεταλλικών στοιχείων**

Υπεύθυνος κυκλοφορίας: Pfizer Hellas A.E., Λ. Μεσογείων 243, 154 51 Ν. Ψυχικό. Για πληροφορίες: 210-99.49.500

Η ποικιλία και ισορροπημένη διατροφή και ο υγιής τρόπος ζωής είναι σημαντικά.
Τα συμπληρώματα διατροφής δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται ως υποκατάστατα μιας ποικίλης διατροφής.
Περιέχει σίδηρο, ο οποίος μπορεί να βλάψει τα παιδιά εάν καταναλωθεί σε μεγάλες ποσότητες.

Νέο αντιδιαβητικό δισκίο Competact

Η **ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ** κυκλοφορεί το νέο αντιδιαβητικό δισκίο **Competact**, το οποίο ενδείκνυται για τη θεραπεία ασθενών με σακχαρώδη διαβήτη τύπου 2, ιδιαίτερα των υπέρβαρων, που αδυνατούν να ρυθμίσουν τα επίπεδα του σακχάρου τους μόνο με τη μετφορμίνη.



Το Competact είναι ένας έτοιμος συνδυασμός 2 καλά τεκμηριωμένων δραστικών ουσιών, της πιογλιταζόνης και της μετφορμίνης σε 1 χάπι. Το Competact συνδυάζει όλα τα οφέλη της πιογλιταζόνης,

όπως αυτά τεκμηριώνονται από μεγάλες κλινικές μελέτες και μακροχρόνια κλινική εμπειρία και της μετφορμίνης, που αποτελεί το «χρυσό πρότυπο» στην αντιμετώπιση του σακχαρώδη διαβήτη τύπου 2. Έτσι προσφέρει διπλή αποτελεσματικότητα και καλύτερη συμμόρφωση των ασθενών, ενώ παράλληλα τα ποσοστά ανεπιθύμητων ενεργειών είναι παρόμοια με αυτά της μονοθεραπείας με μετφορμίνη.

Το Competact κυκλοφορεί σε δισκία με 15 mg πιογλιταζόνης & 850 mg μετφορμίνης, σε συσκευασία των 56 δισκίων και η συνήθης δοσολογία είναι 1 δισκίο Competact 15 mg/850 mg δύο φορές την ημέρα. Λ.Τ.: 51,04€, Ν.Τ.: 29,63€, Χ.Τ.: 34,06€

Συνάντηση Διεθνούς Εταιρείας για την Εγκράτεια (ICS)

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μιας άμεσα συγκριτικής (head to head) μελέτης, αποδεικνύεται η υπεροχή του **Toviaz® (φεσοτεροδίνη) 8 mg της Pfizer**, σε σύγκριση με την τολτεροδίνη SR 4 mg, καθώς μπορεί να παρέχει επιπλέον κλινικά οφέλη στους ασθενείς που πάσχουν από Υπερδραστήρια Ουροδόχο Κύστη (OAB).



Οι μετρήσεις που πραγματοποιήθηκαν με κατάλληλα και εγκεκριμένα ερωτηματολόγια, έδειξαν ότι η φεσοτεροδίνη βελτίωσε σημαντικά τα επεισόδια Επιτακτικής Ακράτειας Ούρων τη 12η εβδομάδα σε σύγκριση με την τολτεροδίνη SR και το εικονικό φάρμακο, ενώ σύμφωνα με το 3ήμερο ημερολόγιο ούρησης, το ποσοστό ασθενών που δεν ανέφεραν επιτακτική ακράτεια ήταν σημαντικά υψηλότερο.

Η φεσοτεροδίνη επίσης παρείχε σημαντικά μεγαλύτερη αύξηση του μέσου αποβαλλόμενου όγκου ούρων, ενώ παράλληλα μείωσε σημαντικά τον αριθμό ακούσιων ουρήσεων ανά 24 ώρες, τα επεισόδια επιτακτικότητας, σοβαρής επιτακτικότητας και το άθροισμα συχνότητας - επιτακτικότητας ανά 24 ώρες. Οι ασθενείς που ήταν σε θεραπεία με φεσοτεροδίνη είχαν επίσης σημαντική βελτίωση σε όλες σχεδόν τις παραμέτρους της ποιότητας ζωής (ανησυχία, κοινωνική αλληλεπίδραση, ενόχληση από συμπτώματα).

Βιταμίνη C από την Health Aid

Η Vitamin C προστατεύει & ενισχύει τον οργανισμό για να αντιμετωπίζει τις εποχιακές ιώσεις και τα κρυολογήματα.

Η βιταμίνη C της Health Aid είναι εμπλουτισμένη με φυσικά συστατικά όπως αγριοτριανταφυλλιά & ασερόλα, για να απορροφάται εύκολα και να μην ερεθίζει το στομάχι.

Μορφές:

- Μασώμενες και καταπινώμενες ταμπλέτες 500 & 1000 mg με γεύση πορτοκάλι.
- Βιταμίνες C αναβράζουσες 1000 mg σε 3 υπέροχες γεύσεις, για εύκολη λήψη όπου και αν βρίσκεστε και χρήσιμες σε όσους δεν μπορούν να καταπιούν ή δε θέλουν τη βιταμίνη C σε ταμπλέτες.

Η Ester C της Health Aid είναι ενισχυμένη με βιοφλαβονοειδή: ασερόλα, ρουτίνη και κουερσετίνη, έχει ισχυρή αντιοξειδωτική δράση, αφομοιώνεται άμεσα και σας καλύπτει πλήρως όλη την ημέρα, χωρίς να προκαλεί ερεθισμό ή στομαχικές διαταραχές. Εισάγονται από την Αγγλία.



Από την PHARMA CENTER A.E.

Pharmaton Vitamigen® Caps & Effervescent



Ενισχύει τη σωματική και πνευματική ευεξία

Το γνωστό πολυβιταμινούχο **Pharmaton Vitamigen®** περιέχει ζωτικές βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία και Ginseng Extract G115 στη σωστή αναλογία και ποσότητα.



τα, χαρίζοντας στον οργανισμό φυσική και πνευματική ευεξία κάθε στιγμή.

Λειτουργεί σε αρμονία με το σώμα μας και αποδίδεται πολύτιμος βοηθός στη διατήρηση της καλής διάθεσης, αντοχής, αυτοσυγκέντρωσης και υγείας όταν οι ρυθμοί της καθημερινότητας δε μας επιτρέπουν να ακολουθούμε κάθε μέρα ένα πλήρες και ισορροπημένο διαιτολόγιο.

- Για όσους ενδιαφέρονται να έχουν πνευματική και σωματική ευεξία, • Για άτομα με έντονους ρυθμούς ζωής που δεν έχουν χρόνο για τακτικά και ισορροπημένα γεύματα
- Όσους ακολουθούν υποθερμιδικές δίαιτες για απώλεια βάρους, • Καπνιστές, • Χορτοφάγους, • Όσους λειτουργούν σε συνθήκες έντονης πνευματικής δραστηριότητας, • Όσους γυμνάζονται, • Όσους καταναλώνουν αλκοόλ
- Όσους ζουν σε καταστάσεις άγχους και στρες

Για ζωή γεμάτη υγεία και ευεξία, Pharmaton Vitamigen.

Συστήνεται καθημερινή λήψη, χωρίς διακοπή, για τουλάχιστον ένα μήνα.

Διατίθεται μόνο στα φαρμακεία σε δυο μορφές: Pharmaton Vitamigen Capsules & Pharmaton Vitamigen Effervescent (αναβράζον) με υπέροχη γεύση πορτοκάλι.

Από την Boehringer Ingelheim

Para Plus... ακαταμάχητο στον πόλεμο εναντίον της ψείρας και της κόνιδας!



Το **Para Plus** είναι ένας αντιφθειρικός παράγων με ταχεία δράση, ιδιαίτερα αποτελεσματικός τόσο στις ψείρες όσο και στα αυγά τους. Ο μοναδικός συνδυασμός τριών δραστικών συστατικών που δρουν ταυτόχρονα με διαφορετικό μηχανισμό δράσης στις ψείρες, δεν επιτρέπει την ανάπτυξη ανθεκτικών ή λιγότερο ευαίσθητων στελεχών στην κεφαλή. Έτσι οι ψείρες δεν μπορούν να αναπτύξουν αντοχή, γιατί αυτός ο μηχανισμός δράσης είναι γενετικά απρόσβλητος. Στη συνέργεια αυτών των 3 διαφορετικών ενεργών συστατικών και τον τρόπο που αυτά επιδρούν επάνω στο παράσιτο και τα αυγά του, οφείλεται η επιτυχία και η αποτελεσματικότητα της αγωγής με Para Plus. Το Para Plus είναι εξαιρετικά φιλικό προς το ευαίσθητο δέρμα των παιδιών, ενώ σε αντίθεση με άλλα σκευάσματα, μια μόνο εφαρμογή για 10 λεπτά, είναι αρκετή για να εξοντώσει τις ψείρες αλλά και τις κόνιδες, καθώς εισχωρεί και στο κέλυφος του αυγού της ψείρας. Είναι εξαιρετικά εύχρηστο. Κυκλοφορεί σε μορφή αερολύματος και διαθέτει ειδικό ρύγχος εφαρμογής για να εξασφαλίζει τη συνεργασία του παιδιού. Δε μυρίζει, δε λαδώνει και αφαιρείται εύκολα με οποιοδήποτε σαμπουάν.

Ψείρες: Μην πειραματίζεστε!

Para Plus από την αρχή και... τέλος!

Από την Olvos Science



Η «έξυπνη» μπατονέτα εφαρμογής για πρόληψη και φροντίδα του Έρπη.

Η επαναστατική μπατονέτα **Clic & Go** αλλάζει τα πάντα στη φροντίδα του δέρματος από σχισίματα, μικροτραυματισμούς και ερεθισμούς. Μέσα στον κορμό της περιέχεται μία δόση ενός δραστικού διαλύματος, που επιτρέπει την αποτελεσματική, ασφαλή και υγιεινή τοπική εφαρμογή για κάθε περίπτωση. Με ένα κλικ στο ένα άκρο της μπατονέτας, το διάλυμα που περιέχει απελευθερώνεται στο άλλο άκρο της και είναι έτοιμο για χρήση.

Η μπατονέτα για τον Έρπη, περιέχει 5 αγνά, φυσικά αιθέρια έλαια τα οποία εισχωρούν καλύτερα και δρουν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα σε βάθος. Δρα άμεσα, προστατεύει και ανακουφίζει. Κάθε φορά χρησιμοποιείται η ποσότητα που χρειάζεται και οι υπόλοιπες μπατονέτες αποθηκεύονται στην πρακτική συσκευασία των 24 τεμαχίων ώστε να είναι έτοιμες για την επόμενη φορά. Η σειρά Clic & Go περιλαμβάνει αποτελεσματικές λύσεις για τη φροντίδα υγείας με την ΜΠΛΕ ΣΕΙΡΑ: Αντισηπτικό, Ηωσίνη 2%, Άφτρες, Έρπη, Μυρμηκίες, για την καλύτερη εμφάνιση με την ΡΟΖ ΣΕΙΡΑ: Εξασφάλιση των στιγμάτων-ακμή, Μαλακτικό Παρανυχίδων και συμπληρώνεται με το SOS BOBOS, το ΚΙΤ ΠΡΩΤΩΝ ΒΟΗΘΕΙΩΝ σε μέγεθος τσέπης.

Από την Corpcor-Innovenne S.A

PHARMA, Νέα ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων ακράτειας....

Η **PHARMA** είναι η νέα ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων αυστηρών προδιαγραφών, για την αντιμετώπιση των προβλημάτων ακράτειας, που κυκλοφόρησαν πρόσφατα στη φαρμακευτική αγορά από την **LIFECARE**. Όλα τα προϊόντα της σειράς PHARMA φέρουν στη συσκευασία τους αποκολλώμενες ταινίες γνησιότητας με SERIAL NUMBER, καθώς και BARCODE σύμφωνα με τη σχετική οδηγία του Ι.Κ.Α. Σήμερα τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά έχουν στη συσκευασία τους το BARCODE και όχι TAI-NIA ΓΝΗΣΙΟΤΗΤΑΣ, όπως είναι το κουπόνι των φαρμάκων. Οι σειρές PHARMA καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις των ατόμων με προβλήματα ακράτειας και είναι οι παρακάτω:

- **PHARMA GO ON:** Πάνες ακράτειας με αυτοκόλλητο ημέρας – νύκτας.
- Μεγέθν: Medium, Large, Extra Large
- **PHARMA SLIP:** Πάνες ακράτειας / Βρακάκια ημέρας – νύκτας.
- Μεγέθν: Medium, Large, Extra Large
- **PHARMA PAD:** Υποσέντονα μιας χρήσης, διαστάσεων 60 X 90 & 90 X 180



Από την **LIFECARE ΠΗΓΗ ΕΠΕ**

Τραυματισμοί; Κοψίματα; Εγκαύματα; **FLAMIGEL...** και το χειμώνα!

... κάποιες σχέσεις συνεχίζονται και μετά τις

καλοκαιρινές διακοπές!



Το καλοκαίρι μπορεί να τελείωσε, το **Flamigel** όμως παραμένει στο φαρμακείο του σπιτιού, γιατί εκτός από τα ηλιακά εγκαύματα που ανακούφιζε κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, δεν πρέπει να ξεχνάμε και την εξειδικευμένη δράση του στην αντιμετώπιση καθημερινών πληγών, όπως οι μικροτραυματισμοί, πεσίματα, κοψίματα, εκδορές, εγκαύματα από ζεστό νερό ή λάδι, από το φούρνο ή το μάτι της κουζίνας ή από το σίδερο, από την αρχή μέχρι την οριστική επούλωσή τους. Το Flamigel σε μορφή γέλης, χάρη στη μοναδική και πρωτότυπη σύνθεσή του, ΕΥΡΕΣΙ-ΤΕΧΝΙΑ ΔΙΕΘΝΩΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΜΕΝΗ, διαμορφώνει ιδανικές θεραπευτικές συνθήκες επούλωσης τραυμάτων και εγκαυμάτων, εξασφαλίζοντας την ισορροπία της υγρασίας στην πληγή, προκειμένου να επιταχυνθεί η διαδικασία ανανέωσης των κυττάρων. Έτσι επούλωνει γρήγορα, μειώνοντας την πιθανότητα εμφάνισης ουλών.

Το Flamigel ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο, χάρη στη δροσιστική και καταπραυντική δράση της υδρογέλης, ενώ είναι κατάλληλο και για ανοιχτές πληγές. Χρησιμοποιείται στο πρόσωπο και στο σώμα από βρέφη, παιδιά και ενήλικες.

Από την **Olvos Science**

Νέα Hydragel, Διαφανή Επιθέματα για Φουσκάλες από την **Dr.Scholl**



Η καθημερινή μας δραστηριότητα οδηγεί πολλές φορές στη δημιουργία τοπικών ερεθισμών και σε επίπονες φουσκάλες. Οι φουσκάλες είναι αποτέλεσμα εκτεταμένης πίεσης ή τριβής που ασκείται στα πόδια και μπορεί να προκληθεί από στενά υποδήματα, κάλτσες ή αθλητικές δραστηριότητες. Εμφανίζονται συνήθως στα δάχτυλα ή στο πίσω μέρος του ποδιού (στην πτέρνα). Η ενδεδειγμένη αντιμετώπιση είναι η χρήση αντιπυεστικών επιθεμάτων που χαρίζουν προστασία, ανακούφιση και επούλωση. Σημαντικό στην αποτελεσματικότητα των επιθεμάτων είναι η άψογη εφαρμογή στο σχήμα του ποδιού – δαχτύλων, η σταθερότητα, η προστασία από τις μολύνσεις και η γρήγορη επούλωση. Τα νέα **Διαφανή Hydra Gel™ Επιθέματα για Φουσκάλες της Dr.Scholl** είναι εξαιρετικά λεπτά και άνετα. Χάρη στην προηγμένη τεχνολογία Hydra-Gel™, τα επιθέματα έχουν την ικανότητα να απορροφούν και να απελευθερώνουν υγρασία από το δέρμα, επιταχύνοντας τη διαδικασία επούλωσης, ενώ παράλληλα διατηρούν την εσωτερική δομή τους. Είναι εξαιρετικά ανθεκτικά στο νερό και στην πίεση/τριβή. Χάρη στον ειδικό σχεδιασμό τους, εφαρμόζουν άψογα στο δέρμα και δεν παρεμποδίζουν την κυκλοφορία του αίματος. Προσφέρουν άμεση ανακούφιση από τον πόνο και προστασία από τις μολύνσεις. Κυκλοφορούν και σε ειδική προσφορά 1+1 δώρο!!!



Πρωτοπορία

στο φαρμακείο
και στις πωλήσεις



8 αποτελεσματικές
λύσεις για:



υγεία

ΜΠΛΕ ΣΕΙΡΑ

για τη φροντίδα
της υγείας

- Μυρμηκικές
- Άφτρες
- Έρπης
- Ηωσίνη 2%
- Αντισηπτικό
διάλυμα
- SOS BOBOS
kit πρώτων βοηθειών



ομορφιά

ΡΟΖ ΣΕΙΡΑ

για την καλύτερη
εμφάνιση

- Εξαφάνιση
των στιγμάτων
- ακμή
- Μαλακτικό
παρανυχίδων

Clic&Go™

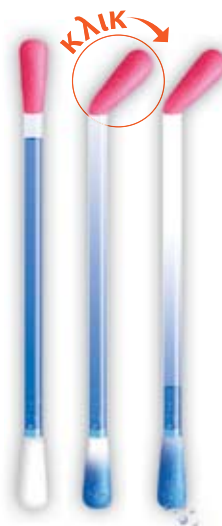
Μ' ένα κλικ, τελείωσες!

Η πρώτη μπατονέτα εφαρμογής «όλα σε ένα»

ΕΠΑΝΑΣΤΑΤΙΚΟ

ΜΟΝΑΔΙΚΟ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ



Γνωρίστε το καινοτόμο προϊόν της χρονιάς!

Μια επαναστατική
ιδέα που θα
αλλάξει τα πάντα
στη φροντίδα
του δέρματος
από σχισίματα,
μικροτραυματισμούς
και ερεθισμούς.



Η κάθε μπατονέτα
περιέχει μία μόνο
δόση ενός δραστικού
διαλύματος, που επιτρέπει
την αποτελεσματική,
ασφαλή και υγιεινή
φροντίδα, σε όλες τις
περιπτώσεις.

Ιδανικό για το σπίτι,
για την εξοχή, το σχολείο,
το ταξίδι...

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ & ΚΥΠΡΟ

innovenne

CORPCOM

Αμαρουσίου-Χαλανδρίου 98, Μαρούσι 151 25, ΑΘΗΝΑ • Τηλ.: 210 68 43 607 • Fax: 210 68 43 600 • www.innovenne.gr

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ Ν. ΕΛΛΑΔΟΣ

MEDIHELM SA
PHARMACEUTICAL WHOLESALER

Καζαντζάκη 4 & Αγ. Παντελεήμονος, 135 61 Αγ. Ανάργυροι
Τηλ.: 210 8547 802 • Fax: 210 8547 803 • www.mediheilm.gr

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ Β. ΕΛΛΑΔΟΣ

INNOVATE SOLUTIONS

ΕΜΠΟΡΙΑ ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΩΝ
& ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ

Στ. Καζαντζίδη 47, 570 01,
Πυλαία Θεσ/νίκης ΤΘ 604 99,
Τηλ.: 2310 474 705 • Fax: 2310 474 706

2η Ημερίδα Φαρμακοποιών Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ

Σάββατο, 22 Ιανουαρίου 2011 - 08:30 έως 19:00

«ΘΕΑΤΡΟΝ» - Κέντρο Πολιτισμού «Ελληνικός Κόσμος» • Πειραιώς 254, Ταύρος - Αθήνα



Ένα ραντεβού απαραίτητο και χρήσιμο, με τις σωστές επιχειρηματικές λύσεις για το σύγχρονο φαρμακείο.

Φαρμακοποιοί και συνεργάτες,
εάν η 1η Ημερίδα σας ενθουσίασε...
η 2η θα σας καταπλήξει!

αξίζει να είστε όλοι εδώ!

Μετά την επιτυχημένη 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών που έγινε την 23η Ιανουαρίου 2010 και άφησε τις καλύτερες εντυπώσεις στους 1.257 συνέδρους Φαρμακοποιούς και στις εταιρείες που υποστήριξαν αυτή την προσπάθεια, ο θεσμός συνεχίζεται!

Η ιδέα για τη διοργάνωση τέτοιου είδους εκπαιδευτικών εκδηλώσεων με κεντρικό θέμα «**Φαρμακείο: Επιχειρηματικότητα & Επικοινωνία Υγείας**», προέρχεται από τη βαθειά γνώση και προσπάθεια αναβάθμισης και εξέλιξης του επαγγέλματος του Φαρμακοποιού, καθώς και των αναγκών που εκδήλωσαν οι ίδιοι οι Φαρμακοποιοί.

Ιδιαίτερα σε ένα περιβάλλον κρίσης δύσκολο, που θίγει ιδιαίτερα το Ελληνικό φαρμακείο, είναι καιρός να αρχίσουμε να ζούμε την πραγματικότητα και να αναζητούμε λύσεις και ευκαιρίες μέσα από τη δική μας δουλειά και το περιβάλλον της. Γιατί το επάγγελμα έχει ευκαιρίες, αρκεί να τις εντοπίσουμε και να δραστηριοποιηθούμε σε νέα πεδία και καλύτερες υπηρεσίες υγείας και παράλληλα να εφαρμόσουμε σύγχρονες μεθόδους διοίκησης και διαχείρισης του Φαρμακείου, για να ανταποκριθούμε καλύτερα στην οικονομική κρίση και στις εξελίξεις στο μέλλον.

Η 2η Ημερίδα θα επικεντρωθεί σε θέματα Management, Marketing, Διαχείρισης και κυρίως Επικοινωνίας, Θεραπευτικής προσέγγισης και Συμβουλής προς τον Πελάτη σε θέματα Υγείας, ενότητες που πραγματεύεται το ίδιο το περιοδικό **PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**, που διοργανώνει και την Ημερίδα.

Απευθύνεται σε Φαρμακοποιούς και συνεργάτες τους, σε στελέχη πωλήσεων και marketing εταιρειών και σε όλους όσους δραστηριοποιούνται στο χώρο του Φαρμακείου.

Ελάτε να παρακολουθήσετε την Ημερίδα αυτή και θα δείτε το φαρμακείο σας με ένα άλλο βλέμμα!

Η Ημερίδα προτείνει ένα πρόγραμμα 17 Ομιλιών σε 4 διαφορετικές και σύγχρονες αίθουσες, με εισηγητές Πανεπιστημιακούς, Φαρμακοποιούς και Στελέχη της αγοράς, όπου θα παρουσιαστούν πρακτικά εργαλεία και λύσεις για θέματα που σας απασχολούν στην καθημερινότητα του φαρμακείου. Στο τέλος των ομιλιών, σε ένα debate 40 λεπτών, θα έχετε την ευκαιρία να ανταλλάξετε απόψεις με τους ομιλητές. Επίσης στον 1ο Όροφο θα λειτουργήσουν: 1 Εργαστήριο για Κλασικές Συνταγές "Φτιαχτών", 1 Εργαστήριο για Μακιγιάζ, 1 Εργαστήριο δημιουργίας Personnal Cosmetics καθώς και ειδικός χώρος Νέων Τεχνολογιών με 16 Οθόνες για Ηλεκτρονική Συνταγογράφηση, Digital Signage, Internet, e-Learning και e-Shop.

Εκτός όμως από τις ομιλίες, θα έχετε την ευκαιρία να επισκεφτείτε τα περίπτερα των εταιρειών, Χορηγών, Υποστηρικτών και Συμμετεχόντων της εκδήλωσης και να ανακαλύψετε τα νέα τους προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και να συνομιλήσετε με τα στελέχη τους.

Τέλος, θα διασκεδάσουμε όλοι μαζί με ζωντανή μουσική, ποτά και snacks για να χαιρετίσουμε τη λήξη της Ημερίδας και να ευχηθούμε και του χρόνου!

**Η Συμμετοχή στην Ημερίδα Είναι ΔΩΡΕΑΝ,
με Parking, Καφέδες, Αναψυκτικά, Cocktail
Γεύμα και Live Music Cocktail Party!**

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ
ΤΗΛ.: 210 619 9877, 210 619 9766
FAX: 210 619 9676

Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

Για να σας βοηθήσουμε να επιλέξετε τις ομιλίες που σας ενδιαφέρουν, σας παραθέτουμε παρακάτω τις περιλήψεις των ομιλιών, για να κάνετε το ατομικό σας πρόγραμμα παρακολούθησης.

Ισόγειο, Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

10:00 - 10:20

Το Φαρμακείο του αύριο

Ομιλητής, Πόπη Χαραμή, Φαρμακοποιός,
Εκδότης Περιοδικού PHARMACY management και
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

10:30 - 11:10

Η Διαχείριση του χρόνου, Βασικό εργαλείο του Management

Σήμερα η διαχείριση του χρόνου - ή του εαυτού μας - θεωρείται σύνολο στοιχειωδών δεξιοτήτων διοίκησης. Αφορά περισσότερο στον τρόπο για να γίνουμε "λίγο πιο αποτελεσματικοί". Αρχίζοντας από τον ορισμό της διαχείρισης του χρόνου, αναλύεται η εφαρμογή της στο εργασιακό πλαίσιο. Ο καθορισμός προτεραιοτήτων, η αναγκαιότητα επιβολής στόχων και κανόνων, ενισχύουν την αποτελεσματικότητά της, που μαζί με την ικανότητα ανάθεσης αρμοδιοτήτων, συμβάλλουν στην καλύτερη αξιοποίηση του χρόνου.

Όλα τα μικρά μυστικά μιας αποτελεσματικότερης οργάνωσης και διαχείρισης του χρόνου.

Ομιλητής, Ανδρέας Καλλιβωκάς, Φαρμακοποιός

Ο Ανδρέας Καλλιβωκάς διατηρεί φαρμακείο στην Πάτρα με την φαρμακοποιό σύζυγό του Μαρία. Από το 1998 αποτελεί εξωτερικό συνεργάτη στη Φαρμακευτική του Πανεπιστημίου Πατρών, διδάσκοντας στο μάθημα της Πρακτικής Φαρμακευτικής. Κάτοχος 2 πιστοποιητικών ειδίκευσης σε θέματα «Συναισθηματικής Νοημοσύνης και Διοίκησης» και «Διαχείριση Πελατειακών σχέσεων». Ιδρυτικό στέλεχος και Δ/νων Σύμ-

βουλος της εταιρείας παροχής υπηρεσιών σε φαρμακοποιούς, FARMAXION AE, ασχολείται παράλληλα και με την εκπαίδευση στελεχών φαρμακείων. Άρθρα του, επιστημονικές διατριβές και μελέτες, δημοσιεύονται συχνά σε έγκριτα περιοδικά του χώρου.

11:15 - 11:55

Στοματική Υγιεινή και Φροντίδα:

Τεχνικές προσέγγισης και επικοινωνίας
πελάτη στο φαρμακείο

Αναμφισβήτητη, η στοματική κοιλότητα αποτελεί καθρέφτη της γενικής υγείας μας και μπορεί να επηρεαστεί από συστηματικές ασθένειες. Ο τομέας επομένως της στοματικής υγιεινής και φροντίδας αγγίζει τόσο την αισθητική, όσο και την υγεία του ατόμου. Για το λόγο αυτό, η κατηγορία οφείλει να κατέχει εξέχουσα θέση στο χώρο του φαρμακείου.

Πώς προσεγγίζουμε τον πελάτη σε θέματα που αφορούν τη στοματική του υγιεινή και φροντίδα; Πώς τον συμβουλεύουμε έτσι ώστε να κερδίσουμε την εμπιστοσύνη του σε αυτό τον τομέα για πάντα;

Ομιλητές: Ράνια Λέχου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Εκπαίδευσης, και **Γιάννης Παπαδάκης,** Υπεύθυνος Εκπαίδευσης

Oral Care - Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ

Η κα. Ράνια Λέχου κατέχει Δίπλωμα Διδάκτορα Φαρμακευτικής από τη Φαρμακευτική Σχολή Ιουλίου Βερν στην Αμιέν Γαλλίας και Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Μοριακής Βιολογίας από την ίδια σχολή.

Από το 2003

αναλαμβάνει

Υπεύθυνη Τμή-

ματος Εκπαίδευσης Carla στην Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ και από τον Σεπτέμβριο του 2009 διατελεί Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης στην ίδια εταιρεία.

Ο κ. Παπαδάκης Ιωάννης κατέχει δίπλωμα χημείας από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Ξεκίνησε την καριέρα του σαν επιστημονικός συνεργάτης ιατρικής ενημέρωσης στην Pierre Fabre Sante και στη συνέχεια έγινε product leader και υπεύθυνος εκπαίδευσης.

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 147 θέσεις

10:30 - 12:00

Η κρίση της αγοράς και οι ευκαιρίες του φαρμακείου

Ποιες είναι οι επιπτώσεις των κυβερνητικών αλλαγών στην κερδοφορία και εν γένει στη λειτουργία του φαρμακείου; Μέσα στην όλη κρίση όμως, το φαρμακείο έχει ευκαιρίες! Πώς μπορεί να τις αξιοποιήσει επιχειρηματικά και παράλληλα να ενισχύσει τον επιστημονικό και κοινωνικό του ρόλο, αλλάζο-

ντας αντιλήψεις; Στην παρουσίαση θα γίνει παρέμβαση Ιταλού φαρμακοποιού σχετικά με το πώς αντιμετώπισαν οι Ιταλοί φαρμακοποιοί τη μείωση του περιθωρίου κέρδους και την είσοδο αλυσίδων φαρμακείων, αλλά κυρίως πώς αναπτύσσουν τον τομέα της παροχής υπηρεσιών προς τους πελάτες τους.

Ομιλητές: Κώστας Δούνας, Εμπορικός Διευθυντής - Medihelm ΑΕ και ο Ιταλός φαρμακοποιός **Dr. Carlo Delucca**



Ο κ. Κώστας Δούνας έχει τελειώσει δι-οίκηση και οικονομία στα ΤΕΙ Πατρών και είναι κάτοχος MBA στη διοίκηση επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Louisville, ΗΠΑ. Με επαγγελματική εμπειρία είκοσι ετών στο χώρο του φαρμακείου, έχει συνεργαστεί στο παρελθόν με τις εταιρίες όπως ROC, APIVITA και ιδιαίτερα στον τομέα υπηρεσιών Φαρμακείου στη Pharma Plus του ομίλου Lavipharm. Σήμερα είναι εμπορικός διευθυντής και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Medihelm ΑΕ.

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 182 θέσεις

10:30 - 11:10

Βασικές Αρχές Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Φαρμακείων

Ο φαρμακοποιός, λειτουργώντας σε ένα ιδιαίτερα ρυθμιζόμενο και ελεγχόμενο περιβάλλον, διαπιστώνει ότι ένα μεγάλο μέρος των οικονομικών αποφάσεων λαμβάνονται για λογαριασμό του από άλλους, κατάσταση στην οποία συμβάλλει και η έλλειψη από μέρους του βασικών γνώσεων οικονομικής διαχείρισης επιχειρήσεων. Λύση στο παραπάνω πρόβλημα προσφέρει μόνο η συνεχής -δια βίου- επιμόρφωση των φαρμακοποιών, προκειμένου να εξασφαλίζονται εκείνες οι σύνθετες και συχνά μεταβαλλόμενες οικονομικές-χρηματοοικονομικές γνώσεις, που επιτρέπουν στους φαρμακοποιούς να αντιμετωπίζουν αυτές τις νέες προκλήσεις, μέσα από τις ιδιαιτερότητες του κλάδου τους.

Ομιλητής: Αθανάσιος Βοζίκης, Λέκτορας στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης- Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Ο κ. Αθανάσιος Βοζίκης, με ειδίκευση στα Οικονομικά της Υγείας και τα Πληροφοριακά Συστήματα, είναι διδάκτορας του Πανεπιστημίου Πειραιώς, κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου (M.Sc.) του Πανεπιστημίου Αθηνών στην Πληροφορική της Υγείας (Health Informatics) και πτυχιούχος του Τμήματος Δημόσιας Διοίκησης του Πάντειου Πανεπιστημίου. Έχει διατελέσει μέλος επιτροπών εμπειρογνομόνων



ανασχεδιασμού διαδικασιών, επιχειρησιακού και στρατηγικού σχεδιασμού του τομέα υγείας και μέλος ερευνητικών ομάδων σε διεθνή, ευρωπαϊκά και εγχώρια projects. Έχει διδάξει μαθήματα σε προπτυχιακό και σε μεταπτυχιακό επίπεδο και έχει δημοσιεύσει μεγάλο αριθμό ερευνητικών εργασιών και μονογραφιών σε διεθνή και εγχώρια περιοδικά και πρακτικά συνέδρια.

11:20 - 12:00

Management και Leadership

Βασικός σκοπός του σεμιναρίου είναι η παρουσίαση, ανάλυση και πρακτική εξάσκηση ενός νέου επιχειρηματικού κλίματος με βάση τις λειτουργίες του Μάνατζμεντ Υγείας. Αρχίζοντας το ταξίδι μας από το «γνώθις εαυτόν» και βοηθώντας το κάθε στέλεχος ξεχωριστά να κατανοήσει τις δυνάμεις και αδυναμίες του, θα συνεχίσουμε με το ρόλο της ομάδας (συμμετοχή στελεχών & υπαλλήλων υπηρεσιών υγείας) και θα καταλήξουμε με πρακτικούς τρόπους μεγιστοποίησης της αποτελεσματικότητας ενός Οργανισμού Υγείας. Βασικοί μας στόχοι είναι η κατανόηση των νέων μεθόδων μάνατζμεντ και η ανάπτυξη στο μέγιστο των δυνατοτήτων των συμμετεχόντων στελεχών.

Ομιλητής: Γιάννης Α. Πολλάλης, Καθηγητής Επιχειρησιακής Στρατηγικής και Διευθυντής Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική»- Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Ο κ. Γιάννης Α. Πολλάλης, παράλληλα είναι σύμβουλος ιδιωτικών επιχειρήσεων σε θέματα Ηγεσίας & Ανάπτυξης Προσωπικού, Ανάπτυξης Οράματος

& Εταιρικής Ταυτότητας, Σχεδίων Μάρκετινγκ, και Ανάπτυξης Συστημάτων Βελτιστοποίησης Απόδοσης Προσωπικού & Ανάπτυξης Προσωπικού. Κατά τα έτη 1993-1998 διετέλεσε Καθηγητής στην έδρα Στρατηγικού Σχεδιασμού Συστημάτων Πληροφορικής στο Syracuse University (New York, USA) ενώ ταυτόχρονα συνεργαζόταν σε ερευνητικά έργα με το University of Southern California (Los Angeles, USA).

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 96 θέσεις

10:30 - 12:00

Νέες Τεχνολογίες στην Υπηρεσία του Φαρμακείου

Μπαίνοντας σε μια νέα εποχή για τη λειτουργία του φαρμακείου, οι νέες τεχνολογίες είναι απαραίτητες στην καθημερινή μας πράξη. Η χρήση του Internet έχει εφαρμογές όχι μόνο για την εκτέλεση της ηλεκτρονικής συνταγής, αλλά και τη διαχείριση των παραγγελιών μέσω κόμβων φαρμακαποθηκών, τον

Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

έλεγχου της συνταγής και τις απαραίτητες πληροφορίες για το φάρμακο, αλλά και τη δημιουργία e-φαρμακείου, ή συστημάτων CRM για τη διαχείριση πελατών. Παράλληλα και τα νέα αυτόματα συστήματα διαχείρισης προσφέρουν αξιόλογα οφέλη.

Ομιλητές: **Χρήστος Δελημαργάς**, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, και **Ευθύμιος Μαυρογιάννης**, Αντιπρόεδρος - C.S.A

Ο κ. Χρήστος Δελημαργάς ξεκίνησε σαν ιδρυτικό μέλος της στην C.S.A και εργάστηκε στον τομέα ανάπτυξης εφαρμογών λογισμικού στο χώρο του φαρμακευτικού

και εμπορικού κλάδου. Συνέβαλε ως σύμβουλος στην παραμετροποίηση και ελληνικοποίηση ERP συστημάτων σε μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς Δημοσίου. Από τον Μάρτιο του 2008 κατέχει τη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου στην C.S.A. Ο κ. Ευθύμιος Μαυρογιάννης ξεκίνησε σαν ιδρυτικό μέλος στην C.S.A και εργάστηκε στον τομέα ανάπτυξης εφαρμογών λογισμικού στο χώρο του φαρμακευτικού και εμπορικού κλάδου. Εξειδικεύτηκε στην ανάλυση και εφαρμογή ERP συστημάτων και Business Intelligence προϊόντων σε μεγάλες επιχειρήσεις. Από τον Μάρτιο του 2008 κατέχει τη θέση του Αντιπροέδρου στην C.S.A.



Ισόγειο Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

12:30 - 13:10

Ευκαιρίες ανάπτυξης για το φαρμακείο σας σε περίοδο κρίσης. Έξυπνος σχεδιασμός budget και συμπληρωματική πώληση

Η ISO - PLUS και οι συνεργάτες της παρέχουν πρακτικές συμβουλές και χειροπιαστά εργαλεία αντιμετώπισης των προκλήσεων της αγοράς.

Στο πρώτο μέρος αναλύεται ο προϋπολογισμός της επιχείρησης / φαρμακείου, η έννοια και ο σκοπός του, καθώς επίσης και τα δύο βασικά του σκέλη, ΕΣΟΔΑ και ΕΞΟΔΑ, πώς αυτά οδηγούν σε χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την αναμενόμενη κερδοφορία της επιχείρησης και τη βελτιστοποίηση αυτής, βάσει αυξομειώσεων κονδυλίων και επιχειρηματικών αποφάσεων. Όλες οι απαιτούμενες γνώσεις για τον έλεγχο της ορθής τήρησης του προϋπολογισμού, καθώς και απλοί, εύκολοι και πρακτικοί τρόποι σύνταξης και παρακολούθησής του.

Στο δεύτερο μέρος απαντώνται πραγματικά ερωτήματα και προβληματισμοί του σύγχρονου φαρμακοποιού, βάσει στοιχείων που έχουμε συλλέξει από ερωτηματολόγια και δίνουμε πρακτικές συμβουλές για την ορθή προώθηση των συμπληρωμάτων διατροφής και τη συμπληρωματική πώληση ως μέσο αύξησης των εσόδων και της κερδοφορίας του επιχειρηματία φαρμακοποιού.

Ομιλητές: **Σπύρος Χαρατσιδης**, Διευθυντής Πωλήσεων, και **Μαίρη Γιαννίκη**, Υπεύθυνη Marketing & Επικοινωνίας ISO - PLUS AE

Ο Σπύρος Χαρατσιδης διετέλεσε από το 2005 Διευθυντής Πωλήσεων και από το 2010 διατελεί Deputy Εμπορικός Διευθυντής στην ISO PLUS AE.

Η κα. Μαίρη Γιαννίκη αποφοίτησε από το τμήμα «Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Σχέσεις» του Παντείου Πανεπιστημίου και με μεταπτυχιακό από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Πειραιά. Στο παρελθόν εργάστηκε ως account manager και ως public relations manager. Από το 2006 εργάζεται στην εταιρεία ISO - PLUS AE ως υπεύθυνη Marketing & Επικοινωνίας.



13:15 - 13:55

Διαβήτης και Διατροφή.

Η κατάλληλη επικοινωνία στο φαρμακείο

Για την αντιμετώπιση του διαβήτη (όπως και της παχυσαρκίας) απαιτείται μακροχρόνια διατροφική και φαρμακευτική αγωγή, σε συνδυασμό με αλλαγές στον τρόπο ζωής. Η υιοθέτηση των αρχών διατροφικής αγωγής είναι εξαιρετικής σημασίας για την εξέλιξη της νόσου.

Ο φαρμακοποιός, σαν επαγγελματίας υγείας και σημαντικό μέλος της θεραπευτικής ομάδας, μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην εκπαίδευση και φροντίδα του ασθενούς με διαβήτη. Αναφορικά με τη διατροφική αγωγή, η συμμετοχή του στην εκπαίδευση σχετικά με την αυτοπαρακολούθηση των τιμών σακχάρου σε σχέση με τη διατροφική πρόσληψη είναι σημαντική. Για να μπορέσει να ανταποκριθεί στο έργο αυτό, θα πρέπει να συμμετέχει σε διαδικασίες εκπαίδευσης του ίδιου και του προσωπικού του φαρμακείου και να οργανώνει με προσοχή και μεθοδικότητα την προσέγγιση του ασθενή με διαβήτη.

Ομιλητής: **Μαρία Σκουρολιάκου**, Επίκουρη καθηγήτρια Εντερικής και Παρεντερικής Διατροφής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο - Κλινική Φαρμακοποιός

Η Δρ. Μαρία Σκουρολιάκου, κλινική φαρμακοποιός (Samford University, Birmingham, Alabama, U.S.A.), με διδακτορική δι-



ατρίβη στη Φαρμακευτική Σχολή του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Παράλληλα είναι αντιπρόεδρος του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκων. Έχει πλούσιο συγγραφικό έργο που αφορά σε τομείς Φαρμακευτικής και Διατροφής, με σημαντικό αριθμό επιστημονικών δημοσιεύσεων σε έγκριτα Ελληνικά και Διεθνή επιστημονικά περιοδικά και με συγγραφή πολλών βιβλίων και κεφαλαίων σε βιβλία.

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 147 θέσεις

12:30 - 14:00

Τα Συμπληρώματα διατροφής: Πηγή σημαντικής απόδοσης στον τζίρο του φαρμακείου

Σε μια αγορά όπως αυτή του φαρμακείου που κλυδωνίζεται καθημερινά, τα συμπληρώματα διατροφής έρχονται να παίξουν ρόλο σταθεροποιητή και μοχλού ανάπτυξης. Αναλύουμε την αγορά, εξερευνούμε τις ανάγκες των καταναλωτών και ανακαλύπτουμε τις ευκαιρίες για συνεχή ανάπτυξη. Προτείνουμε τρόπους διαχείρισης και νέα εργαλεία επικοινωνίας και αποτελεσματικής προώθησης, ώστε να ανταποκρινόμαστε αποτελεσματικότερα στις ανάγκες των πελατών μας.

Ομιλητής: **Ελένη Αθανασοπούλου**, Διευθύντρια marketing - Douni Health Products AE



2004.

Η κα. Ελένη Αθανασοπούλου, Marketing Director στην Douni Health Products SA από το 2004, έχει πτυχίο Μαθηματικού από το Πανεπιστήμιο Πατρών και MBA με εξειδίκευση στο Marketing από το Πανεπιστήμιο του Stirling - Σκωτία UK. MBA Dissertation: "The future of the Greek food supplements' market. A comparative study between the Greek and the British market." Stirling, UK,

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 182 θέσεις

12:30 - 14:00

Διαφορετικότητα και Ανατροπή

Η σημερινή κρίση στο Ελληνικό φαρμακείο δημιουργεί ανάγκη αναζήτησης περαιτέρω επιχειρηματικών ευκαιριών. Η γνώση, επιλογή και ανάπτυξη της κατηγορίας φυσικών καλλυντικών, θα αποτελέσει σημαντικό άξονα ανάπτυξης του φαρμακείου τα επό-

μενα χρόνια, αφού ο καταναλωτής επιλέγει περισσότερο από ποτέ «φυσικά»! Το σημαντικότερο ρόλο σε αυτή την ανάπτυξη έχει η κατηγορία καλλυντικών προσώπου, που δημιουργεί την εικόνα και την πιστότητα με το κανάλι. Η γνώση του πελάτη και των αναγκών του, η αποτελεσματική πρόταση, η βαθιά γνώση των προϊόντων προσώπου και η σωστή τους προβολή στο φαρμακείο, είναι απαραίτητες ικανότητες που πρέπει να αναπτύξει ο φαρμακοποιός σε συνεργασία με τους στρατηγικούς του συνεργάτες.

Ομιλητές: **Διονύσης Παπαδιονυσίου**, Αντιπρόεδρος brand commercialization, και **Μαρία Λυβίζου**, Φαρμακοποιός, Business Unit Director - APIVITA AE



Ο Διονύσης Παπαδιονυσίου είναι αντιπρόεδρος brand commercialization της APIVITA. Είναι χημικός μηχανικός και κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου MBA από το Rotterdam School of Management. Εργάζεται στην APIVITA από το 2007, ερχόμενος από την Johnson & Johnson.

Η Μαίρη Λυβίζου είναι Business Unit Director της APIVITA. Είναι φαρμακοποιός και εργάστηκε αρχικά σε ιδιόκτητο φαρμακείο. Από το 1992-2007 εργάστηκε στη θέση του brand manager στην Pierre Fabre, σαν γενικός διευθυντής του κλάδου καλλυντικών επιλεκτικής διανομής στην P&G GEROLYMATOS και σαν εμπορικός διευθυντής CLINIQUE στην ESTEE LAUDER HELLAS. Εργάζεται στην APIVITA από το Νοέμβριο του 2009.



2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 96 θέσεις

12:30 - 14:00

Σύγχρονο Φαρμακείο στην Καρδιά της Αλλαγής. Η κρίση ως ευκαιρία.

Σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον όπου η μόνη σταθερή συνιστώσα είναι η συνεχής αλλαγή, ο επιχειρηματίας - φαρμακοποιός καλείται να δώσει απαντήσεις σε κρίσιμα ερωτήματα: Ποιο είναι το νέο ανταγωνιστικό πεδίο; Ποιος είναι ο ρόλος του φαρμακείου μου σε αυτό το νέο τοπίο;

Τι επιπτώσεις έχει το νέο πλαίσιο στην αποδοτικότητα της επιχείρησής μου; Πώς με επηρεάζουν οι αλλαγές συνολικά στο λιανεμπόριο; Τι έχει αλλάξει στον καταναλωτή; Ποιες δεξιότητες πρέπει να αναπτύξω σαν επιχειρηματίας και επιστήμονας; Ποιες διεξόδους έχω για να υπερβώ και να αξιοποιήσω την κρίση προς όφελός μου;

Ομιλητές: **Παναγιώτης Γ. Ρουσόπουλος**, Οικονομολόγος, και **Θανάσης Ασίκης**, Φαρμακοποιός, Πρόεδρος του Δικτύου Φαρμακοποιών - Advance Pharmacies AE

Ομιλίες και προφίλ ομιλητών



Ο Παναγιώτης Γ. Ρουσόπουλος είναι οικονομολόγος με εξειδίκευση τη δημιουργία και την ανάπτυξη δικτύων στο χώρο του λιανεμπορίου και των υπηρεσιών. Έχει διατελέσει Γενικός Διευθυντής σε λιανεμπορικές επιχειρήσεις και δίκτυα Franchise και είναι Διευθύνων Σύμβουλος της Dale Carnegie Training Hellas και ιδρυτής - Γενικός Διευθυντής της The Franchise Co. Έχει συμβάλλει ως σύμβουλος σε πε-

ρισσότερα από 180 δίκτυα σε Ελλάδα, Κύπρο

και Βαλκάνια, όπως Cosmote, 5aSec, Media Strom, AB, Vodafone, Sprider, Infoquest, ELTA, Marks & Spencer, Advance Pharmacies, κ.λπ.

Ο κ. Αθανάσιος Ασίκης σπούδασε Φαρμακοποιός στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας. Το 1991 άνοιξε φαρμακείο στο Ελληνικό, ενώ συμμετέχει και σε ένα φαρμακείο στη Γλυφάδα, που λειτουργεί εδώ και 5 χρόνια. Από τον Δεκέμβριο του 2002 είναι Πρόεδρος στο Διοικητικό Συμβούλιο του Πανελλαδικού Δικτύου Φαρμακοποιών ADVANCE Pharmacies.



Ισόγειο Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

15:00 - 15:40

Οι Υπερ-τροφές στο Φαρμακείο: Εκμεταλλευτείτε τις!

Προκειμένου ο φαρμακοποιός να επικοινωνεί πλήρως τα πλεονεκτήματα των συμπληρωμάτων διατροφής, θα πρέπει να γνωρίζει τα συστατικά, τις ενδείξεις, την αποτελεσματικότητα αλλά και τις υπάρχουσες τάσεις της αγοράς για αυτά.

Μια νέα κατηγορία, αυτή των υπερτροφών, υπόσχεται νέες προοπτικές στο χώρο του φαρμακείου, καθώς αλλάζει τα δεδομένα στο χώρο των συμπληρωμάτων διατροφής.

Μάθετε τα πάντα για αυτές!

Ομιλητής: Δημήτριος Γ. Πέτσιος Msc, Κλινικός Διαιτολόγος - Διατροφολόγος - Χορηγός Astra Medical Superfoods ΕΠΕ

Ο Δημήτριος Γ. Πέτσιος Msc, Κλινικός Διαιτολόγος - Διατροφολόγος ηγείται της Εταιρίας Διαιτολόγων - Διατροφολόγων «δια...της Τροφής», με σκοπό την παροχή σύγχρονων διαιτολογικών και διατροφολογικών υπηρεσιών σε πολλαπλούς τομείς, όπως η πληροφόρηση του κοινού, η υλοποίηση προγραμμάτων πρόληψης και αγωγής υγείας ανθρώπινου δυναμικού εταιριών, η παροχή υπηρεσιών επιστημονικής υποστήριξης και επικοινωνίας προϊόντων.



15:45 - 16:25

Βελτιώνοντας την ανταγωνιστικότητα του φαρμακείου: Οι «10 εντολές»

Σήμερα το Φαρμακείο αντιμετωπίζει τεράστιες προκλήσεις που οξύνονται σε μια περίοδο πρωτόγνωρης οικονομικής κρίσης. Στο πλαίσιο αυτό, ο φαρμακοποιός καλείται να παίξει σωστά τρεις ρόλους: του επιστήμονα, του επιχειρηματία και του μάνατζερ. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να παίρνει σημαντικές αποφάσεις που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του φαρμακείου. Οι αποφάσεις αυτές θα αναλυθούν στην ημερίδα, παίρνοντας τη μορφή «10 Εντολών».

Ομιλητής: Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης, Καθηγητής Μάρκετινγκ, Πρόεδρος Τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Ο Δρ. Γεώργιος Αυλωνίτης είναι Καθηγητής Μάρκετινγκ και Πρόεδρος του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Πρόσφατα εξελέγη Πρόεδρος του Global Sales Science Institute, ενώ διατέλεσε και Πρόεδρος της European Marketing Academy (EMAC). Έχει παρουσιάσει μια σειρά εργασιών στις Η.Π.Α., Καναδά και Ευρώπη και έχει δημοσιεύσει περισσότερα από 160 άρθρα σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων και στα πιο αξιόλογα επιστημονικά περιοδικά Μάρκετινγκ στον κόσμο. Έχει εκπονήσει ένα μεγάλο αριθμό ερευνητικών μελετών για τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα και έχει διατελέσει σύμβουλος σε θέματα Στρατηγικής Μάρκετινγκ και Οργάνωσης Πωλήσεων σε περισσότερες από 80 Ελληνικές Επιχειρήσεις και Οργανισμούς.



2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 147 θέσεις

15:00 - 16:30

Ηλεκτρονική κάρτα πελάτη: Συμβουλευτικός οδηγός παραφαρμακευτικών προϊόντων και Εξατομικευμένα μοντέλα ανταποδοτικής πολιτικής

Μέσα στα πλαίσια των οικονομικών, πολιτικών και κοινωνικών εξελίξεων της χώρας, παρατηρείται αλλαγή στάσης ζωής και αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών. Κάτω από τέτοιες συνθήκες είναι φυσικό να ανθίζουν μέσα στο χώρο του φαρμακείου, μοντέλα ανταποδοτικής πολιτικής. Η κάρτα όμως προνομίων για τον πελάτη, αξίζει όχι μόνο να λαμβάνει υπόψη

της τις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του κάθε φαρμακείου, αλλά να αποκτά και άλλες λειτουργίες εκπαιδευτικού και ενημερωτικού χαρακτήρα, ξεφεύγοντας από τα στενά πλαίσια της εμπορικής συναλλαγής. Οι σύμβουλοι φαρμακείων του ομίλου Pierre Fabre, θα έχουν την ευκαιρία να παρουσιάσουν ένα τέτοιο μοντέλο κάρτας πελάτη, δίνοντας τη δυνατότητα στους φαρμακοποιούς να ελέγξουν την ευκολία στη χρήση, καθώς και τα πλεονεκτήματα μιας τέτοιας εφαρμογής.

Ομιλητές: **Αντωνία Μαρκούρη**, Διευθύντρια Προβολής, και **Ράνια Λέχου**, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Εκπαίδευσης - Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ

Η κα. Αντωνία Μαρκούρη κατέχει πτυχίο Μαθηματικών με εξειδίκευση στη Στατιστική από το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και M.B.A. από το AGSM - NOTTINGHAM TREND UNIVERSITY. Ξεκίνησε την επαγγελματική της καριέρα στην Pierre Fabre Ελλάς σαν υπεύθυνη πωλήσεων, στη συνέχεια ανέλαβε το marketing των προϊόντων DOLISOS. Από το 1999 έως το 2004 διατέλεσε Διευθύντρια Marketing και Εμπορικού για τα προϊόντα KLORANE και ELANCYL και στη συνέχεια αναλαμβάνει καθήκοντα Διευθύντριας Προβολής και Ανάπτυξης στην ίδια εταιρεία.



2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 182 θέσεις

15:00 - 16:30

Ομοιοπαθητικά και Φυτοθεραπευτικά Φαρμακοτεχνικά Σκευάσματα. Ευρωπαϊκή πραγματικότητα και προοπτικές στο Ελληνικό Φαρμακείο

Σχεδιασμός και οργάνωση Ομοιοπαθητικού εργαστηρίου και εργαστηρίου Φυτοθεραπείας. Οι πιο συχνά απαντώμενες Φαρμακοτεχνικές μορφές και εφαρμογές τους. Στάδια παρασκευής ομοιοπαθητικού φαρμάκου και επιλογή Α' υλών. Νομικό πλαίσιο. Τα σημαντικότερα βότανα στην Ευρωπαϊκή αγορά και κατηγορίες προβλημάτων που αυτά χρησιμοποιούνται.

Ομιλητής: **Γεώργιος Κορρές**, Φαρμακοποιός - Κορρές Φυσικά Προϊόντα ΑΕ

Το 1989, φοιτητής ακόμα στη Φαρμακευτική του Πανεπιστημίου Αθηνών, ο Γιώργος Κορρές ξεκίνησε να εργάζεται στο παλαιότερο ομοιοπαθητικό φαρμακείο της Ελλάδας, το οποίο ανέλαβε πλήρως το 1992. Στα χρόνια που ακολούθησαν, δημιούργησε ένα εργαστήριο παραγωγής ομοιοπαθητικών σκευασμάτων στα πρότυπα των πιο σύγχρονων της Ευρώπης. Το 1996, με



εφόδια την εμπειρία που είχε αποκτήσει και την πίστη του σε προϊόντα που βασίζονται σε φυσικές πρώτες ύλες, ίδρυσε την εταιρεία 'Κορρές Φυσικά Προϊόντα', με στόχο τη δημιουργία προϊόντων με βότανα, που είναι ασφαλή, αποτελεσματικά, άρτια αισθητικά και ταυτόχρονα σε προσιτή τιμή.

2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 96 θέσεις

15:00 - 16:30

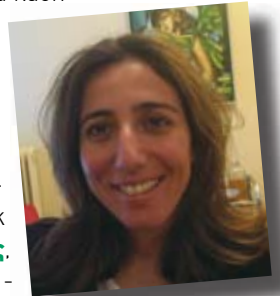
Δέρμα και «φαίνεσθαι»: Πώς ο ολιστικός τρόπος προσέγγισης μπορεί να αλλάξει τα δεδομένα.

Στα πλαίσια της επαφής με ασθενείς, ο φαρμακοποιός χρειάζεται επιπρόσθετες γνώσεις για ήπια δερματολογικά προβλήματα όπως η ξηρότητα του δέρματος, διάφοροι ερεθισμοί, εγκαύματα, ακμή. Η γνώση σας πάνω στα καθημερινά δερματολογικά προβλήματα είναι απαραίτητη προϋπόθεση στην καθημερινή επικοινωνία και στο χτίσιμο σχέσεων εμπιστοσύνης με «ευχαριστημένους» πελάτες.

Ομιλητές: **Βασιλική Μπουρνάζου**, φαρμακοποιός, Διευθύντρια Stiefel, a gsk company και **Κωνσταντίνος Μαυρικάκης**, Βιολόγος, Υπεύθυνος Εκπαίδευσης - GlaxoSmithKline AEBE

Η κυρία Βασιλική Μπουρνάζου, Διευθύντρια της Stiefel είναι φαρμακοποιός με MBA. Έχει 14 χρόνια εμπειρία στο χώρο των φαρμάκων και δερμοκαλλυντικών, σε τομείς marketing, πωλήσεων, εκπαίδευσης και merchandising.

Ο κ. Κωνσταντίνος Μαυρικάκης, Υπεύθυνος Εκπαίδευσης GSK είναι Βιολόγος με 24 χρόνια εμπειρίας στο χώρο των φαρμάκων, σε τομείς marketing, πωλήσεων και εκπαίδευσης.



Ισόγειο Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

17:00 - 18:00

Ατενίζοντας το μέλλον στο Ελληνικό φαρμακείο: Αντιπαραθέσεις, Προβληματισμοί και Ευκαιρίες

**Debate με τη Συμμετοχή Ομιλητών και
Φαρμακοποιών**

Δείτε Το Φαρμακείο σας με ένα άλλο βλέμμα...

- Σωστή οργάνωση εργασίας, διοίκηση προσωπικού και εμπορική διαχείριση.
- Αποδοτική οργάνωση και προβολή προϊόντων στο χώρο πώλησης.
- Ιδιαίτερη επικοινωνία υγείας προς την πελατεία σας, για να κτίσετε ευχαριστημένο και πιστό πελατολόγιο!

Αναλυτικό Πρόγραμμα – 08:30 έως 15:00

08:30 έως 12:30 – Α' ΕΝΟΤΗΤΑ

08:30 Εγγραφές - Καφές

Ισόγειο - Αίθουσα Αντιγόνη - 787 Θέσεις:

10:00 - 10:20 Το Φαρμακείο του «Αύριο»
Πόπη Χαραμή, Φαρμακοποιός
Περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

10:30 - 11:10 Η Διαχείριση του Χρόνου - Βασικό Εργαλείο του Management
Ανδρέας Καλλιβωκάς, Φαρμακοποιός

**11:15 - 11:55 Στοματική Υγιεινή και Φροντίδα:
Τεχνικές Προσέγγισης και Επικοινωνίας Πελάτη στο Φαρμακείο**
Ράνια Λέχου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Εκπαίδευσης και Γιάννης Παπαδάκης, Υπεύθυνος Εκπαίδευσης Oral Care - PIERRE FABRE ΕΛΛΑΣ ΑΕ

Αίθουσες 2^{ου} Ορόφου:

10:30 - 11:10 Ιφιγένεια 2 - 182 Θέσεις
Βασικές Αρχές Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Φαρμακείων
Αθανάσιος Βοζίκης, Λέκτορας στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

10:30 - 12:00 Ιφιγένεια 1 - 147 Θέσεις
Η Κρίση της Αγοράς και οι Ευκαιρίες του Φαρμακείου
Κώστας Δούνας, Εμπορικός Διευθυντής - MEDIHELM SA και ο Ιταλός Φαρμακοποιός Dr. Carlo Delucca

10:30 - 12:00 Ιφιγένεια 3 - 96 Θέσεις
Νέες Τεχνολογίες στην Υψηλότητα του Φαρμακείου
Χρήστος Δελημαργάς, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος και Ευθύμιος Μαυρογιάννης, Αντιπρόεδρος CSA ΑΕ

11:20 - 12:00 Ιφιγένεια 2 - 182 Θέσεις
Management και Leadership
Γιάννης Α. Πολλάλης, Καθηγητής Επιχειρησιακής Στρατηγικής και Διευθυντής Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική», Πανεπιστήμιο Πειραιώς

12:00 - 12:30 Διάλειμμα - Καφές

12:30 έως 15:00 – Β' ΕΝΟΤΗΤΑ

Ισόγειο - Αίθουσα Αντιγόνη - 787 Θέσεις:

**12:30 - 13:10 Ευκαιρίες Ανάπτυξης για το Φαρμακείο Σας σε Περίοδο Κρίσης:
Έξυπνος Σχεδιασμός Budget και Συμπληρωματική Πώληση**
Σπύρος Χαρατσιδής, Διευθυντής Πωλήσεων και Μαίρη Γιαννίκη, Υπεύθυνη Marketing, ISO-PLUS ΑΕ

**13:15 - 13:55 Διαβήτη και Διατροφή:
Η Κατάλληλη Επικοινωνία στο Φαρμακείο**
Μαρία Σκουρολιάκου, Επίκουρη Καθηγήτρια Εντερικής και Παρεντερικής Διατροφής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Κλινική Φαρμακοποιός

Αίθουσες 2^{ου} Ορόφου:

12:30 - 14:00 Ιφιγένεια 1 - 147 Θέσεις
**Τα Συμπληρώματα Διατροφής:
Πηγή Σημαντικής Απόδοσης στον Τζίρο του Φαρμακείου**
Ελένη Αθανασοπούλου, Διευθύντρια Marketing DOUNI HEALTH PRODUCTS ΑΕ

12:30 - 14:00 Ιφιγένεια 2 - 182 Θέσεις
Διαφορετικότητα και Ανατροπή
Διονύσης Παπαδιονυσίου, Αντιπρόεδρος και Μαρία Λυβίζου, Φαρμακοποιός, Business Unit Director APIVITA AEBE

12:30 - 14:00 Ιφιγένεια 3 - 96 Θέσεις
**Σύγχρονο Φαρμακείο στην Καρδιά της Αλλαγής:
Η Κρίση ως Ευκαιρία!**
Παναγιώτης Γ. Ρουσόπουλος, Οικονομολόγος και Αθανάσιος Ασίκης, Φαρμακοποιός, Πρόεδρος Δίκτυο Φαρμακείων ADVANCE ΑΕ

14:00 - 15:00 Cocktail Γεύμα

Για τη ΔΩΡΕΑΝ Συμμετοχή Σας, Εγγραφείτε ΤΩΡΑ:

Δευτέρα έως Παρασκευή 09:15 έως 17:00

T.: 210 619 9877 - 210 619 9766

F.: 210 619 9676

Αξίζει να είστε όλοι εδώ!



18 Ομιλίες και 3 Εργαστήρια, που θα σας βοηθήσουν να διαμορφώσετε μια σαφή εικόνα για τους τομείς και τις μεθόδους που μπορεί να δραστηριοποιηθείτε, με κυρίαρχο στόχο την εξέλιξη της επιχείρησής σας και του επιστημονικού σας ρόλου ως λειτουργός υγείας!

Αναλυτικό Πρόγραμμα – 15:00 έως 19:00

15:00 έως 17:00 – Γ' ΕΝΟΤΗΤΑ

Ισόγειο - Αίθουσα Αντιγόνη - 787 Θέσεις:

15:00 - 15:40 Οι Υπέρ-Τροφές στο Φαρμακείο: Εκμεταλλευτείτε τες!
Δημήτριος Γ. Πέτσιος MSc
Κλινικός Διαιτολόγος - Διατροφολόγος
Χορηγός ASTRA MEDICAL SUPERFOODS ΕΠΕ

15:45 - 16:25 Βελτιώνοντας την Ανταγωνιστικότητα του Φαρμακείου: Οι 10 Εντολές
Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης, Καθηγητής Μάρκετινγκ,
Πρόεδρος Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Αίθουσες 2^{ου} Ορόφου:

15:00 - 16:30 Ιφιγένεια 1 - 147 Θέσεις
Ηλεκτρονική Κάρτα Πελάτη: Συμβουλευτικός Οδηγός Παραφαρμακευτικών Προϊόντων και Εξατομικευμένα Μοντέλα Ανταποδοτικής Πολιτικής
Αντωνία Μαρκούρη, Διευθύντρια Προβολής και
Ράνια Λέχου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Εκπαίδευσης
PIERRE FABRE ΕΛΛΑΣ ΑΕ

15:00 - 16:30 Ιφιγένεια 2 - 182 Θέσεις
Ομοιοπαθητικά και Φυτοθεραπευτικά Φαρμακοτεχνικά Σκευάσματα: Ευρωπαϊκή Πραγματικότητα και Προοπτικές στο Ελληνικό Φαρμακείο
Γεώργιος Κορρές, Φαρμακοποιός
KORRES ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΕ

15:00 - 16:30 Ιφιγένεια 3 - 96 Θέσεις
Δέρμα και «Φαίνεσθαι»: Πώς ο Ολιστικός Τρόπος Προσέγγισης Μπορεί να Αλλάξει τα Δεδομένα
Βασιλική Μπουρνάζου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια
Stiefel, a gsk company και Κωνσταντίνος Μαυρικάκης,
Βιολόγος, Υπεύθυνος Εκπαίδευσης
GlaxoSmithKline AEBE

16:30 - 17:00 Διάλειμμα - Καφές

17:00 έως 18:00 – ΑΝΤΙΠΑΡΑΘΕΣΕΙΣ

Ισόγειο - Αίθουσα Αντιγόνη - 787 Θέσεις:

Ατενίζοντας το Μέλλον στο Ελληνικό Φαρμακείο:
Debate - Αντιπαραθέσεις, Προβληματισμοί και Ευκαιρίες!
Με τη Συμμετοχή Ομιλητών και Φαρμακοποιών

18:00 έως 19:00 PARTY

**Ζωντανή Μουσική,
Ποτά και Snacks!**



Σε όλη τη διάρκεια της Ημερίδας, σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους του 1^{ου} ορόφου, θα υπάρχουν Παρουσιάσεις με Μεγάλες Οθόνες σε Ηλεκτρονικές Εφαρμογές, Digital Signage, Internet και e-Shop!

Λάβετε Μέρος στα 3 Εργαστήρια του 1^{ου} Ορόφου:

1. Δημιουργίες «Personal Cosmetics» της APIVITA

Εργαστήρια με τη σειρά Personal της APIVITA, όπου ο Φαρμακοποιός προσφέρει την επιστημονική του κατάρτιση στη δημιουργία προσωπικών καλλυντικών, με το προσωπικό του service, που χτίζει προσωπικές σχέσεις!

2. Μακιγιάζ KORRES_ΧΡΩΜΑ

Εργαστήρια - Σεμινάρια με την καθοδήγηση του "Make-up Artist" Γιάννη Σίσκου με βασικές οδηγίες, τεχνικές μακιγιάζ και εποχιακές τάσεις-προτάσεις KORRES_ΧΡΩΜΑ

Για τα Σεμινάρια - Εργαστήρια Μακιγιάζ KORRES_ΧΡΩΜΑ πρέπει απαραίτητα να δηλώσετε συμμετοχή στο email katerina.teliou@korres.com ή στο τηλέφωνο **226 205 4634**. Τα Σεμινάρια - Εργαστήρια αφορούν σε περιορισμένο αριθμό θέσεων. Για τη συμμετοχή θα τηρηθεί σειρά προτεραιότητας! [Παρέχεται Βεβαίωση Συμμετοχής]

3. Εργαστήριο «Φτιαχτών» της Pierre Fabre

Παρακολουθήστε επιδείξεις παρασκευής των πιο επιτυχημένων «Φτιαχτών» για τις πιο συχνές δερματικές παθήσεις, περιηγηθείτε στην επιστήμη των «Φτιαχτών» μέσα από τις πιο κλασσικές δερματολογικές συνταγές και αποκτήστε το δικό σας CD-ROM με παρασκευάσματα!

*Η Συμμετοχή στην Ημερίδα Είναι ΔΩΡΕΑΝ,
με Parking, Καφέδες, Αναψυκτικά, Cocktail
Γεύμα και Live Music Cocktail Party!*

Παρακαλούμε να προγραμματίσετε το χρόνο σας έγκαιρα και σύμφωνα με τις ομιλίες και τα εργαστήρια που σας ενδιαφέρουν!

Οι Χορηγοί μας

Παρακάτω παρουσιάζουμε τις εταιρείες που με την οικονομική αλλά και διοργανωτική τους υποστήριξη συντέλεσαν στην πραγματοποίηση αυτής της Ημερίδας



APIVITA, 31 χρόνια Ελληνική Πράσινη Επιχείρηση

Η APIVITA, η πρώτη εταιρεία φυσικών καλλυντικών στην Ελλάδα, ιδρύθηκε το 1979 από τους φαρμακοποιούς Νίκο και Νίκη Κουτσιανά, που δημιούργησαν τα πρώτα τους προϊόντα μέσα στο φαρμακείο τους, χρησιμοποιώντας μελισσοκομικά προϊόντα, τιτλοδοτημένα φυτικά εκχυλίσματα και αγνά αιθέρια έλαια.

Το όνομα APIVITA προέρχεται από τις λέξεις **Apis** (μέλισσα) και **Vita** (ζωή).

Η εταιρεία επενδύει συστηματικά στην έρευνα και στην ανάπτυξη καινοτόμων φυσικών προϊόντων ομορφιάς και υγείας, διαθέτοντας το δικό της τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης και δημιουργεί φυσικά, αποτελεσματικά και ολιστικά προϊόντα.

Σήμερα, 31 χρόνια μετά, το πάθος και το όραμα της APIVITA αγκαλιάζεται από 4.000 φαρμακεία στην Ελλάδα και ταξιθεύει σε 15 χώρες σε όλο τον κόσμο.



Η εταιρεία **Astra Medical Hellas Superfoods** από το 2004 δραστηριοποιείται στο χώρο των φυτικών συμπληρωμάτων διατροφής με ένα διαρκώς έντονο ρυθμό ανάπτυξης. Είναι σαφώς η κυρίαρχη εταιρεία στην Ελλάδα που παράγει και διοχετεύει στην αγορά μία ολοκληρωμένη σειρά φυτικών συμπληρωμάτων

διατροφής και διενεργεί εργαστηριακές αναλύσεις στα προϊόντα της, κάτι καινοτομικό στο χώρο των συμπληρωμάτων διατροφής. Αντίστοιχα συνεργάζεται με διακεκριμένους επιστήμονες του χώρου, για συνεχή βελτιστοποίηση των υπηρεσιών που παρέχει.

Με κύριο προϊόν το Ιπποφάες, διαθέτει ένα πλούσιο εύρος υπερτροφών, όπως η σπιρουλίνα, η chlorella, το μύρτιλλο κ.ά. και έχει έντονη παρουσία στην αγορά, επεκτείνοντας διαρκώς το δίκτυό της. Το όραμά της, να περάσει το μήνυμα και την ιδέα για μια πιο υγιεινή διατροφή σε κάθε Έλληνα καταναλωτή, ενώ ο σκοπός της είναι να εδραιωθεί ως μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες που ασχολούνται με τα συμπληρώματα διατροφής σε διεθνές επίπεδο.



Η φαρμακευτική εταιρεία **Boehringer Ingelheim** ιδρύθηκε το 1885 στο Ingelheim της Γερμανίας. Σήμερα συγκαταλέγεται ανάμεσα στις 20 μεγαλύτερες φαρμακευτικές επιχειρήσεις διεθνώς, με 140 θυγατρικές σε 47 χώρες και απασχολεί πάνω από 41.000 άτομα. Οι τομείς στους οποίους παραδοσιακά δραστηριοποιείται είναι η αντιμετώπιση και η θεραπεία παθήσεων του αναπνευστικού, καρδιαγγειακού και μυοσκελετικού συστήματος, καθώς και διαταραχών του ουροποιητικού, του ΚΝΣ και του ανοσοποιητικού, ενώ διαθέτει και αντιρετροϊκά φάρμακα. Παράλληλα, είναι πρωτοπόρος και στον τομέα των Μη Συνταγογραφούμενων Φαρμάκων (OTC), αναπτύσσοντας πολυβιταμινούχα, βλεννολυτικά και υπακτικά φάρμακα, ενώ πρόσφατα ανέπτυξε σκεύασμα ως συμπλήρωμα διατροφής για την αντιμετώπιση των συνήθων φλε-

βικών προβλημάτων των κάτω άκρων.

Η Boehringer Ingelheim Ελλάς ΑΕ ιδρύθηκε το 1975 και είναι η μοναδική πολυεθνική εταιρεία που διατηρεί δική της βιομηχανική μονάδα παραγωγής στην Ελλάδα, με σημαντική δραστηριότητα και στον τομέα των εξαγωγών, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 1% των συνολικών εξαγωγών της χώρας.



Η εταιρεία **C.S.A** ιδρύθηκε το έτος 1985 από έμπειρους μηχανογράφους και ασχολήθηκε με την κατασκευή λογισμικού για μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.

Σύντομα δραστηριοποιήθηκε σε κάθε τους κλάδους, με αποτέλεσμα τη δημιουργία εξειδικευμένων εφαρμογών για συνεταιριστικούς ομίλους, φαρμακεία, ομίλους εμπορικών επιχειρήσεων, καταστήματα λιανικής πώλησης, franchise, super market.

Σήμερα προσφέρει την ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων:

- **Farmakon ERP** για φαρμακαποθήκες
 - **Farmakon** για φαρμακεία
 - **Emporion ERP** για μεγάλες εμπορικές εταιρίες
 - **Emporion** για μικρές εμπορικές εταιρίες
 - **CSA Retail** για λειτουργία καταστημάτων λιανικής πώλησης
 - **E-marketplace** για λειτουργία κόμβου ηλεκτρονικού εμπορίου
 - **CSA Mobile** για λύσεις με τη χρήση φορητών τερματικών
- Κατασκευασμένα σε γραφικό περιβάλλον και σε βάσεις δεδομένων (Oracle, SQL Server). Πάνω από 4.000 εταιρίες,

τα σημαντικότερα ονόματα των κλάδων εμπιστεύονται τη μηχανογράφησή τους στην εταιρία μας.

Η συνεχής επένδυση της εταιρίας μας σε ανθρώπινο δυναμικό και σε τεχνολογία αιχμής, αποτελούν εγγύηση για το νέο πελάτη, όσον αφορά την ποιότητα και την αξιοπιστία, τη συνεχή υποστήριξη και τη συνεχή βελτίωση των εφαρμογών.



ISO-PLUS, 24 χρόνια προτείνει φυσικά!

Η ISO - PLUS ιδρύθηκε το 1986, με σκοπό να παρέχει στο ελληνικό κοινό συμπληρώματα διατροφής με υψηλή διατροφική αξία και βιοδιαθεσιμότητα, σε συνδυασμό με την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση και πληροφόρηση προς το αγοραστικό κοινό. Το άρτια εκπαιδευμένο επιστημονικό τμήμα της ISO - PLUS είναι στη διάθεση γιατρών, επαγγελματιών, φαρμακοποιών και καταναλωτών για ενημέρωση και περαιτέρω κατάρτιση καθημερινά μέσω τηλεφώνου, αλλά και έντυπου ενημερωτικού υλικού, ηλεκτρονικών newsletter και της ιστοσελίδας μας στο διαδίκτυο.

Με επίκεντρο της στρατηγικής μας την ικανοποίηση των πελατών και καταναλωτών μας, αφουγκραζόμαστε τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου και προτείνουμε "φυσικά", εκπροσωπώντας στην ελληνική αγορά τις κορυφαίες παγκόσμιες

Εταιρείες: Solgar, Ransom, Ainsworths, Lyme Regis.

Δηλώνουμε δυνατό παρών μέσα από το δίκτυο των φαρμακείων και των καταστημάτων υγιεινών τροφών και καταφέρνουμε να βρισκόμαστε στην κορυφή των προτιμήσεων με 700 περίπου κωδικούς προϊόντων και ολοκληρωμένων

προτάσεων διατροφής, υγείας, υγιεινής και καλλυντικής περιποίησης.

ΒΟΤΑΝΑ / ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ / ΕΚΧΥΛΙΣΕΙΣ / ΕΡΕΥΝΑ **KORRES**

Η **KORRES ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**, ιδρύθηκε το 1996, ξεκινώντας από το παλαιότερο Ομοιοπαθητικό Φαρμακείο της Αθήνας. Το προϊόντικό της "πορτφόλιο" περιλαμβάνει περισσότερα από 400 φυσικά και πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα, τα οποία παράγονται στη σύγχρονη παραγωγική της μονάδα [ISO 9001, ISO 14001, πιστοποίηση ECOCERT], ενώ δι-ατίθενται σε 30 χώρες και σε 5.600 φαρμακεία στην Ελλάδα. Η σειρά Κερσετίνη & Βελανιδιά, αποτέλεσμα συνεργασίας με το Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών και βασισμένη σε ανακάλυψη βραβευμένη με Νόμπελ Χημείας, αποτελεί ορόσημο στην πορεία της και παγκόσμια καινοτομία στην αντιγήρανση με φυσικά συστατικά.

Η KORRES αναδεικνύει και αξιοποιεί τη μοναδική ελληνική χλωρίδα μέσω παροχής κινήτρων και εκπαίδευσης στις βιολογικές καλλιέργειες, της στήριξης τοπικών 'ηθικών' συνεργασιών, αλλά και με τη δημιουργία μίας πρότυπης Μονάδας Εκχυλίσεως Βιολογικών Βοτάνων - μοναδικής για τα ελληνικά δεδομένα. Η εταιρεία εστιάζει στη θεμελιώδη και εφαρμοσμένη έρευνα στα φυσικά προϊόντα, συμμετέχοντας σε Ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα, σε συνεργασία με ελληνικά και διεθνή Πανεπιστημιακά Ιδρύματα.



Η **Medihelm SA** είναι θυγατρική εταιρεία του ομίλου **ΕΛΓΕΚΑ**.

Βασικό αντικείμενο εργασιών της είναι η ενημέρωση και προώθηση Φαρμακευτικών, Παραφαρμακευτικών και OTC σκευασμάτων στα φαρμακεία, έχοντας πανελλαδικό δίκτυο και καλύπτοντας 4.600 φαρμακεία, καθώς και Φαρμακαποθήκες.

Τα βασικά προϊόντα του χαρτοφυλακίου της είναι τα εξής:

Sudocrem, Infacolic, Colgate σειρά φαρμακείου, Biofreeze, Eva, Clic & Go. Συνεργαζόμενες εταιρίες: Forest Tosara, Colgate Palmolive, Intermed, Farmasyn, Διαγνωστική - Αναλυτική ΑΕ, Innovenne.



Αναφερόμενοι στην **Colgate-Palmolive (Hellas)**, η εταιρεία διαθέτει μερικές από τις πιο γνωστές μάρκες της αγοράς, όπως Colgate, Palmolive, Soupline, Azax. Ιδιαίτερα στη Στοματική Υγιεινή, που αφορά και την κατηγορία που προωθείται στα φαρμακεία, η μάρκα Colgate κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς και αποτελεί τη No 1 οδοντόκρεμα που συστήνουν οι Έλληνες οδοντίατροι. Στο χώρο του φαρμακείου, η Colgate προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ειδικά σχεδιασμένα για να καλύπτουν πολλές και διαφορετικές ανάγκες, όπως: οδοντιατρικά φάρμακα, εξειδικευμένες οδοντόκρεμες, οδοντόβουρτσες, στοματικά διαλύματα και προϊόντα για μεσοδόντιο καθαρισμό.



Παράλληλα η **INNOVENNE** είναι μία νέα εταιρία η οποία δημιουργήθηκε με τη φιλοσοφία να προσφέρει καινοτόμα προϊόντα στο δίκτυο των συνεργαζόμενων φαρμακείων, για να συμβάλλουν στην εμπορική τους ενδυνάμωση.

Παραδείγματα αυτής της φιλοσοφίας

Οι Χορηγοί μας

είναι το Clic&Go, η πρώτη μπατονέτα εφαρμογής «όλα σε ένα» για τη φροντίδα υγείας, καθώς και η αντιπροσώπευση της πρωτοπόρου ιταλικής ZUCCARI με το επαναστατικό Re-Code για έλεγχο του βάρους και το καινοτόμο Physioline με τη μοναδική Crackle Technology.



Η εταιρεία **ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.** ιδρύθηκε το 1986 και κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ελληνική αγορά. Αντιπροσωπεύει φημισμένους ιατρικούς οίκους του εξωτερικού, και συγχρόνως παράγει ιατροτεχνολογικά προϊόντα, στις εγκαταστάσεις της στη ΒΙ.ΠΕ. Λάρισας. Διαθέτει υποκαταστήματα στη Θεσσαλονίκη και στη Δυτική Ελλάδα.

Η εταιρεία έχει αναπτύξει σύστημα διασφάλισης ποιότητας, σύμφωνα με τα πρότυπα EN ISO 9001/12.2000, EN ISO 13485/07.2003 και σύμφωνα με την Υπουργική Απόφαση 1348/04 του Ελληνικού Υπουργείου Υγείας & Πρόνοιας.

Από το 1999 είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος του οίκου UNITED PHARMACEUTICALS S.A. και συγκεκριμένα των προϊόντων NOVALAC τα οποία διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία και χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα παρασκευής, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις διατροφικές ανάγκες των βρεφών και των παιδιών.

Πρόσφατα η εταιρεία εισήγαγε στην ελληνική αγορά τη νέα σειρά δερμοκαλλυντικών προϊόντων NOVALOU BABY CARE του οίκου RONTIS AG με προϊόντα ειδικά σχεδιασμένα και μελετημένα για να καλύπτουν τις ανάγκες του βρεφικού και παιδικού δέρματος, προσφέροντας ολοκληρωμένη φροντίδα και προστασία.



Pierre Fabre

Ο όμιλος Pierre Fabre, πολυεθνική φαρμακευτική εταιρία με έδρα τη Γαλλία, είναι επικεντρωμένος στην έρευνα, ανάπτυξη, παραγωγή και προώθηση αποτελεσματικών και πρωτοποριακών φαρμακευτικών και παραφαρμακευτικών προϊόντων.

Στόχος του ομίλου διεθνώς είναι η διασφάλιση της βελτίωσης της υγείας και της αισθητικής του σύγχρονου ανθρώπου, μέσα από την παροχή προϊόντων που χαρακτηρίζονται από μέγιστη ασφάλεια χρήσης και υπηρεσιών που διασφαλίζουν εγγυημένη απόδοση για την επιχείρηση φαρμακείο.

Στη χώρα μας, η θυγατρική εταιρία Pierre Fabre Hellas αντιπροσωπεύει από το 1991 με μεγάλη επιτυχία τις αρχές και το όραμα του γαλλικού ομίλου. Με ισχυρό της όπλο το όνομα των μαρκών όπως Avène, Ducray, A-Derma, Pierre Fabre Dermatologie, Klorane, Elancyl, Galénic, René Furterer, Pedirelax, Oral Care, Plantes & Medicines, Nicopass & Nicopatch, αλλά και των εξειδικευμένων υπηρεσιών - consulting, κατάφερε σήμερα να έχει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, που αποτελούν παρακαταθήκη για ένα ακόμη καλύτερο μέλλον.



Pfizer Inc: Μαζί για ένα υγιέστερο κόσμο™

Στην Pfizer χρησιμοποιούμε την επιστήμη

μη και τους παγκόσμιους πόρους μας για τη βελτίωση της υγείας και της ευεξίας σε κάθε στάδιο της ζωής. Εργαζόμαστε για να θέσουμε τα πρότυπα όσον αφορά την ποιότητα, την ασφάλεια και την αξία στην ανακάλυψη, ανάπτυξη και παραγωγή φαρμάκων για ανθρώπους και ζώα.

Το διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων υγείας που διαθέτουμε, περιλαμβάνει βιολογικά φάρμακα, φάρμακα μικρών μορίων, εμβόλια για ανθρώπους και ζώα, προϊόντα διατροφής, καθώς και πολλά από τα πιο γνωστά παγκοσμίως προϊόντα προσωπικής υγιεινής και φροντίδας.

Οι συνεργάτες της Pfizer στις αναπτυσσόμενες και τις αναπτυσσόμενες χώρες, ασχολούνται καθημερινά με την προώθηση της καλής υγείας, της πρόληψης, της αντιμετώπισης και θεραπείας των ασθενειών που αποτελούν πρόκληση για την εποχή μας.

Συνεπείς με την ευθύνη μας ως παγκόσμια πρωτοπόρος βιο-φαρμακευτική εταιρία, συνεργαζόμαστε με κυβερνητικούς και τοπικούς φορείς για τη βελτίωση της πρόσβασης σε αξιόπιστη, οικονομικά προσιτή υγειονομική περίθαλψη σε όλο τον κόσμο. Για περισσότερα από 150 χρόνια, η Pfizer εργάζεται για να κάνει τη διαφορά στον τομέα της υγείας.



Η **ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ** είναι μία πρωτοπόρος εταιρεία στο χώρο της ανθρώπινης υγείας στην Ελλάδα, με πολλά χρόνια εμπειρίας στον κλάδο των φαρμάκων και του ιατρικού εξοπλισμού, καθώς και άλλων προϊόντων για την υγεία του ανθρώπου.

Οι Υποστηρικτές μας

Η εταιρεία είναι κοινοπραξία ανάμεσα στην ελληνική ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ και την αμερικάνικη φαρμακευτική εταιρεία Eli Lilly and Company, την οποία εκπροσωπεί αποκλειστικά στην Ελλάδα και επενδύει στην άριστη τεχνογνωσία της στην Έρευνα και Ανάπτυξη. Τα φάρμακα της Eli-Lilly αντιμετωπίζουν διάφορες κατηγορίες ασθενειών, όπως αυτές του ΚΝΣ (ZYPREXA, ZyrAdhera, LADOSE, CYMBALTA), του Σακχαρώδη Διαβήτη (ACTOS, BYETTA, COMPETACT, HUMULIN, HUMALOG, HUMALOG MIX), τις Διαταραχές Ανάπτυξης (HUMATROPE), των Λοιμώξεων (CECLOR MR, VONCON), της Οστεοπόρωσης (EVISTA, FORSTEO), της Εντατικής Θεραπείας (XIGRIS), της Στυτικής Δυσλειτουργίας (CIALIS), της Καρδιολογίας (EFIENT, INOTREX, REOPRO), της Ογκολογίας (ALIMTA, ΓΚΕΜΖΑΡ), τις Διαταραχές Ελλειμματικής Προσοχής (STRATTERA).

Η εταιρεία διαθέτει επίσης μη συνταγογραφούμενα προϊόντα, όπως το CARBOSYLANE για τη δυσπεψία, το XEROSTOM για την ξηροστομία, και τη σειρά προϊόντων στοματικής υγιεινής YOTUEL και AirLift.

Το τμήμα Ιατρικού Εξοπλισμού και Διαγνωστικών Μέσων της Εταιρείας συνεργάζεται με μεγάλους οίκους του εξωτερικού, όπως: Welch Allyn (διαγνωστικά εργαλεία), Haemonetics (μηχανήματα αιμαφαίρεσης), Spring (αντλία ινσουλίνης), Lobeck Medical AG (μετρητής σακχάρου) κ.ά.



Η εταιρεία **ACAD** (Advanced Commercial Architecture & Design) αντιπροσωπεύει τη γαλλική MOBIL M του GROUPE COUPECHOUX στην Ελλάδα & την Κύπρο, δημιουργώντας την MOBIL M HELLAS.

Η MOBIL-M έχει παρουσία στις σημαντικότερες ευρωπαϊκές αγορές, καθώς επίσης στη Λατινική Αμερική και Καραϊβική. Αποτελεί τον leader opinion market όσον αφορά τη δημιουργία, εξοπλισμό, χωροοργάνωση και ανάπτυξη του σύγχρονου φαρμακείου, προσφέροντας σφαιρική και ολοκληρωμένη αντιμετώπιση της επιχείρησης και έχοντας υλοποιήσει πάνω από 4.000 εφαρμογές σε παγκόσμιο επίπεδο. Πέρα από τον εξοπλισμό του φαρμακείου εξειδικεύεται στην επικοινωνία και στη δημιουργία εταιρικής ταυτότητας, τόσο για τα ατομικά φαρμακεία όσο και για δίκτυα φαρμακοποιών.



Το 1934 οι αδελφοί Όμηρος και Ορέστης Κολοκοτρώνης δημιουργούν στο Μοσχάτο την ΧΡΩΜΑΤΟΥΡΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ ΑΦΩΝ Ε. ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ.

Από το 1948 μια νέα περίοδος δημιουργικής ανάπτυξης ξεκινά και η **ADELCO** γίνεται από τις μεγαλύτερες ελληνικές φαρμακοβιομηχανίες, δημιουργώντας προϊόντα κορυφαίας ποιότητας και αποδοχής, όπως τα Stedon, Filicine, Minitran, Parotycin και Salopyrine στα φάρμακα, και τις σειρές καλλυντικών OM-OR, σειρά ADELCO VELVET, καθώς και την παιδική σειρά ADELCO KIDS, και INTENSE SPA για γυναικεία περιποίηση. Η ADELCO είναι μια από τις Ελληνικές βιομηχανίες

που συνεχίζει τη δημιουργική της πορεία βασιζόμενη αποκλειστικά σε Ελληνικά κεφάλαια και τη δική της παραγωγή και εξαγεί σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο.



Με 130 φαρμακεία-μέλη, η **ADVANCE Pharmacies SA** αποτελεί το μεγαλύτερο Πανελλαδικό Δίκτυο Φαρμακοποιών.

Με όραμα «Το Φαρμακείο του Μέλλοντος», η ADVANCE έχει ως στρατηγική να αναδείξει το φαρμακείο ADVANCE ως μοναδικό προορισμό και σημείο αναφοράς στην ευρύτερη αγορά της υγείας-ευεξίας-ομορφιάς, με νέες υπηρεσίες προς τον καταναλωτή και νέα προϊόντα που το διαφοροποιούν.

Η πρόσφατη ένταξή της στις "STRONGEST COMPANIES IN GREECE" της ICAP Group, αποτελεί την επίσημη αναγνώρισή της ως μία από τις πιο ισχυρές εταιρείες στην Ελλάδα.



Η **Bolton Hellas A.E.B.E.**, μέλος του Ομίλου Bolton Group, με πολύχρονη παρουσία στην αγορά καταναλωτικών προϊόντων με γνωστά brands όπως Rio Mare, Softex, Merito, Overlay, WC Net, UHU, Omino Bianco, δημιουργεί σήμερα στην Ελλάδα αποκλειστικό Τμήμα Πωλήσεων Φαρμακείων, για την προώθηση και διανομή της σειράς αδυνατιστικών προϊόντων Somatoline Cosmetic.

Η σειρά προϊόντων Somatoline Cosmetic προσφέρει ολοκληρωμένες καλλυντικές αγωγές αδυνατίσματος με υψηλά ποιοτικά standards που έχουν κατακτήσει ηγετικά μερίδια στις Ευρωπαϊκές αγορές όπως η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία.

Οι Υποστηρικτές μας

Η σειρά προϊόντων Somatoline Cosmetic που θα πωλείται και θα διανέμεται αποκλειστικά μέσω των Φαρμακείων, θα ενισχύσει την πιστότητα των πελατών στο Φαρμακείο και θα εξασφαλίσει υψηλή κερδοφορία στους Φαρμακοποιούς.



Η **Douni Health Products S.A.** εξειδικεύεται στη διακίνηση φυσικών προϊόντων και Συμπληρωμάτων Διατροφής για τη φροντίδα της υγείας. Βασικός άξονας δράσης είναι η ανάπτυξη, μέσα από αμοιβαίες επωφελείς συνεργασίες, με τους ειδικούς της υγείας.

Η αποστολή μας είναι να παρέχουμε:

- Στους καταναλωτές φυσικά προϊόντα ανώτερης ποιότητας, κατάλληλα για τις ανάγκες τους.

- Στους φαρμακοποιούς και τους ειδικούς της υγείας και της διατροφής, τα κατάλληλα εφόδια για τη σωστή διάθεση των προϊόντων στον τελικό καταναλωτή.

- Συνεχή και σωστή ενημέρωση στο ευρύ κοινό για τον πραγματικό ρόλο των συμπληρωμάτων διατροφής και των βοτάνων στην υγεία.



MENARINI HELLAS A.E.

MENARINI Hellas AE - Φαρμακευτική εταιρεία



Η MENARINI ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ ΙΑΤΡΙΚΑ

ΟΡΓΑΝΑ ΑΕΒΕ ξεκίνησε το Σεπτέμβριο του 1990 και πολύ σύντομα εξελίχθηκε σε μια από τις πρωτοπόρες εταιρείες στο χώρο των διαγνωστικών με πιστοποίηση ISO 9001:2000 & 13485:2003 από την TÜV. Ο τομέας των δραστηριοτήτων της περιλαμβάνει Διαβήτη, Κλινική Χημεία, Αιματολογία, Αιμοδοσία, Παθολογική Ανατομική, Ανοσοϊστοχημεία, Έλεγχο Αυτοανοσίας, Καρδιακούς Δείκτες και Μοριακή Βιολογία, με μεγάλη γκάμα εξειδικευμένων προϊόντων και αυτοματοποιημένα συστήματα υψηλής τεχνολογίας, αντιπροσωπεύοντας αποκλειστικά τους μεγαλύτερους οίκους του εξωτερικού.

Η ραγδαία ανάπτυξη της εταιρείας δεν είναι τυχαία. Είναι μία εγγύηση που παρέχουν οι συνεχείς δυναμικές επενδύσεις, οι άνθρωποι και η οργάνωσή της.



ΒΡΕΦΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ NESTLE

Πριν από 140 χρόνια, ο καινοτόμος φαρμακοποιός Henri Nestle δημιούργησε την πρώτη βρεφική τροφή, για να σώσει τη ζωή ενός βρέφους από υποσιτισμό. Η τροφή αυτή είναι γνωστή μέχρι σήμερα, με την ονομασία Farine Lactee.

Η Nestlé αποτελεί τη Νο 1 εταιρεία βρεφικής διατροφής στον κόσμο, έχοντας μεγαλώσει γενιές και γενιές παιδιών. Δίνοντας ιδιαίτερη σημασία στην έρευνα και την τεχνολογία και έχοντας πάντα ως γνώμονα τις πιο σύγχρονες παιδιατρικές μελέτες, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ασφάλεια και την ποιότητα των προϊόντων.

Έχοντας μια εμπειρία 140 χρόνων, η Nestlé έχει πρωταρχικό στόχο να παρέχει μία πλήρη σειρά βρεφικών και παιδικών τροφών, ιδανικά προσαρμοσμένων σε κάθε στάδιο ανάπτυξης των παιδιών.



Το εξειδικευμένο στη δερματολογία τμήμα της GlaxoSmithKline, **Stiefel, a GSK company**, προέκυψε από την εξαγορά της μεγαλύτερης ανεξάρτητης εταιρείας παραγωγής δερματολογικών προϊόντων Stiefel από την GlaxoSmithKline.

Δραστηριοποιείται αποκλειστικά στο χώρο των δερματολογικών φαρμάκων και medical cosmetics, αναπτύσσοντας καινοτόμα προϊόντα και φιλοδοξώντας να γίνει ο έμπιστος συνεργάτης και σύμβουλος των επαγγελματιών υγείας στη δερματολογία.



Η **FROÏKA** ιδρύθηκε το 1958, με την υποστήριξη κορυφαίων πανεπιστημιακών δερματολόγων της εποχής εκείνης. Από τότε μέχρι και σήμερα έχει 52 συναπτά έτη συνεχούς παρουσίας στο χώρο του φαρμακείου, όπου τα προϊόντα FROÏKA® διακινούνται αποκλειστικά.

Σκοπός της εταιρείας είναι η ανάπτυξη, παραγωγή και διακίνηση Ελληνικών φαρμακευτικών καλλυντικών προϊόντων, τα οποία χαρακτηρίζονται από την ποιότητα, την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητά τους. Εξελίσσονται και ανανεώνονται σύμφωνα με τα νεότερα επιστημονικά δεδομένα που επικρατούν στο χώρο των δερμοκαλλυντικών προϊόντων.

Οι Συμμετέχοντες



Η **LIFECARE** δραστηριοποιείται σε προϊόντα αντιμετώπισης της ακράτειας, που διακρίνονται για την υψηλή τους ποιότητα και προδιαγραφές. Πρόσφατα κυκλοφόρησε την σειρά προϊόντων PHARMA για ολοκληρωμένη αντιμετώπιση της ακράτειας. Πρόκειται για πάνες ακράτειας με αυτοκόλλητο ημέρας – νύχτας (PHARMA SLIP), πάνες ακράτειας βρακάκια ημέρας – νύχτας (PHARMA GO ON) και υποσέ-
ντονα μιας χρήσεως (PHARMA PAD).

Τα προϊόντα PHARMA διατίθενται από τα φαρμακεία, σε ανταγωνιστικές τιμές προς τα S/M και κάθε συσκευασία διαθέτει αποκολλώμενες ταινίες γνησιότητας, "ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΟ ΚΟΥΠΟΝΙ", σύμφωνα με τη σχετική απόφαση των ταμείων για την πληρωμή της δαπάνης.



ΙΤΕQ, Δυναμική Ψηφιακή Επικοινωνία στα Φαρμακεία

Η ΙΤεQ ιδρύθηκε το 2007, με σκοπό την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών ψηφιακής επικοινωνίας στο Φαρμακείο. Έχει κατορθώσει να δημιουργήσει το μεγαλύτερο διαφημιστικό δίκτυο, PharmaTeQ. TV στην Ελλάδα με περισσότερες από 500 οθόνες εγκατεστημένες σε Φαρμακεία, το περιεχόμενο των οποίων καθορίζεται με σύστημα κεντρικής διαχείρισης, ενώ παρέχει την ευκαιρία στο Φαρμακοποιό να δημιουργήσει το δικό του «κανάλι» για την ενημέρωση/εκπαίδευση των πελατών του. Επιπλέον, με την προβολή ενημερωμένων εφημεριών σε οθόνες που τοποθετούνται στις βιτρίνες των Φαρμακείων, συμβάλλει σημαντικά στην εξυπηρέτηση του πολίτη και στην ενίσχυση της επικοινωνίας του Φαρμακοποιού με τον πελάτη του.



Η **Ultraweb4u** είναι μια νέα δυναμική εταιρεία που παρέχει την καλύτερη λύση σε όσους θέλουν να αναδείξουν και να διευρύνουν τις δυνατότητες της επιχείρησής τους στο διαδίκτυο με ένα απλό εταιρικό website, με μία σύνθετη εφαρμογή e-commerce, ή με κάποια custom εφαρμογή προσαρμοσμένη πάντα στις ανάγκες τους.

Η πολυετής μας πείρα στην κατασκευή εφαρμογών κατά παραγγελία "custom made applications" αλλά και οι συνεργασίες μας με εξέχοντες οίκους "software houses" του εξωτερικού μας δίνουν την δυνατότητα προσέγγισης και επίλυσης όλων των απαιτήσεων σας.

Με την Αιγίδα των:



και την Υποστήριξη του:



μια διοργάνωση του περιοδικού

PHARMACY
management
www.PharmaManage.gr **ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Κρίση στο φαρμακείο, Πώς να την αντιμετωπίσουμε

Ενεργός φαρμακοποιός, αλλά και πρόεδρος του Δικτύου Φαρμακείων Advance, ο κύριος **ΘΑΝΑΣΗΣ ΑΣΙΚΗΣ** μοιράστηκε μαζί μας την εμπειρία του στην αγορά, παραχωρώντας μας συνέντευξη, δίνοντας στοιχεία και προτείνοντας λύσεις για το πως, κατά τη γνώμη του, θα μπορέσει το Ελληνικό Φαρμακείο να σταματήσει να αντεπεξέλθει στις προκλήσεις της κρίσης. «Καλούμαστε να δραστηριοποιηθούμε σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα απαιτητικό» τονίζει.



PHARMACY MANAGEMENT & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Με τα τελευταία δεδομένα, όπως η μείωση των τιμών των περισσότερων φαρμάκων, την έξοδο πολλών από τη λίστα, αλλά και τη μείωση της αγοραστικής δύναμης αλλά και διάθεσης του καταναλωτή, πόσο υπολογίζετε ότι θα μειωθεί ο τζίρος του φαρμακείου κατά μέσο όρο μέχρι τέλος του 2010;

ΘΑΝΑΣΗΣ ΑΣΙΚΗΣ Στην ADVANCE μελετούμε συνεχώς τις μεταβολές του τζίρου των φαρμακείων ανά μήνα. Δυστυχώς, όπως γνωρίζετε από τη μία η πτώση των φαρμάκων που κινήθηκε στο 20% και από την άλλη η πτώση της συνταγογραφίας που σε μερικές περιπτώσεις έφτασε και το 27%, έχουν ωθήσει τον τζίρο της κατηγορίας των φαρμάκων τους τελευταίους 4 μήνες σε ένα μεσοσταθμικό -22%. Η πτώση του τζίρου σε συνδυασμό με τη χρονο με το χρόνο αύξηση στα λειτουργικά έξοδα, έχει ως φυσικό επακόλουθο την επιδείνωση στην κερδοφορία του φαρμακείου!

Η αντιστάθμιση αυτής της απώλειας μπορεί να γίνει με την επικέντρωση του φαρμακείου στην πώληση παραφαρμακευτικών προϊόντων και με την αύξηση του κόσμου που εισέρχεται.

Τα φαρμακεία λοιπόν που θα εστιάσουν στην προώθηση προϊόντων εκτός πάγκου, αλλά και θα δώσουν έμφαση στη συμπληρωματική πώληση, θα καταφέρουν να περιορίσουν τις απώλειες σε ένα ποσοστό της τάξεως του -10% έως -12% (ετήσιο). Βέβαια, σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των επιθυμητών ποσοστών ανάπτυξης έχει η ποιότητα εξυπηρέτησης, τόσο του ίδιου του φαρμακοποιού όσο και του προσωπικού του, που συντελεί στην πιστότητα του πελάτη, καθώς και στην αύξηση του αριθμού των πελατών.

P.M. & E. Αυτή η πτώση του τζίρου πιστεύετε ότι θα συνεχίσει και το 2011, κατά πόσο και γιατί;

Θ.Α. Δεν είναι εύκολο κανείς να προβλέψει το μέλλον. Το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούμαστε είναι σίγουρο ότι θα υποστεί αρκετές μεταβολές και ήδη βρίσκεται στο κέντρο των εξελίξεων. Η επιδείνωση της οικονομικής κρίσης, οι επιπτώσεις της ηλεκτρονικής συνταγογράφησης, το άνοιγμα του επαγγέλματος που απροσδιόριστα δηλώνεται, αλλά και η πιθανή περίπτωση μείωσης του ποσοστού κέρδους, είναι θέματα που θα επηρεάσουν τον κλάδο μας. Περαιτέρω όμως επιπτώσεις θα έχουμε και από τη γενικότερη πιθανή μείωση της κυκλοφοριακής ταχύτητας των προϊόντων, αλλά και από την αναδιανομή των μεριδίων αγοράς που θα επέλθει σε κρίσιμους τομείς. Αυτό όμως που μπορώ να πω με σιγουριά, είναι ότι μετά το πέρας της κρίσης ο Έλληνας καταναλωτής δε θα είναι ο ίδιος.

Αν θέλουμε λοιπόν, ως φαρμακεία, όχι μόνο να διατηρήσουμε τη βιωσιμότητά μας, αλλά και να είμαστε ανταγωνιστικοί, θα πρέπει να ξεφύγουμε από το παγιωμένο τρόπο εργασίας που έχουμε συνηθίσει. Θα πρέπει να αντιμετωπίσουμε το φαρμακείο όχι μόνο ως κέντρο εκτέλεσης συνταγών, αλλά ως σύγχρονη επιχείρηση που πρέπει να θέσει ως στόχο αφενός να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες υγείας που παρέχει και αφετέρου να διεισδύσει σε νέες αγορές, να διευρύνει τον τυπικό χώρο του φαρμακείου στην ευρύτερη αγορά υγείας, ομορφιάς και ευεξίας. Το "κλειδί" σε αυτό το νέο ρόλο είναι η σχέση φαρμακοποιού – πελάτη και η διεύρυνση του ρόλου του φαρμακοποιού ως επιστήμονας και επιχειρηματία. Να μπορεί δηλαδή να δει την αγορά πέρα ή έξω από το φαρμακείο, όπως δεν το είχε συνηθίσει μέχρι τώρα.

P.M. & E. Αυτό σημαίνει ότι τα φαρμακεία θα πρέπει να μάθουν να επιβιώνουν με μειωμένα έσοδα, που επιπρόσθετα με τις

καθυστερήσεις των πληρωμών των ταμείων θα θέσουν για πολλά χρόνια την οικονομία τους στο κόκκινο.

Θ.Α. Πάντα πίστευα ότι η απεργία είναι η εύκολη λύση, η οποία πρέπει να γίνεται συνολικά και συντονισμένα σε ακραίες περιπτώσεις. Κλειστά φαρμακεία δε βοηθούν κανέναν. Από τη μία στρέφουμε τον καταναλωτή εναντίον μας (άλλο να κλείνεις τους δρόμους και άλλο να μη βρίσκει το φάρμακο που έχει ανάγκη άμεσα για τη ζωή του) και από την άλλη μένουν στα ράφια αδιάθετα τα παραφάρμακα, επιβαρύνοντας τη ρευστότητά μας, που αυτή τη στιγμή είναι κυρίαρχος παράγοντας για τη βιωσιμότητά μας.

Αντίδραση θα μπορούσε να είναι η μη εκτέλεση συνταγών. Μακάρι όμως τέτοιες κινητοποιήσεις να έδιναν πάντα λύσεις. Πολλές φορές ερχόμαστε προ τετελεσμένων γεγονότων ή προ καταστάσεων που δεν μπορούμε να ελέγξουμε.

Παράλληλα λοιπόν με τις συλλογικές αντιδράσεις θα πρέπει να προετοιμαζόμαστε και ως επιχειρήσεις για να αντιμετωπίσουμε τις νέες εξελίξεις στο χώρο. Και δεν εννοώ να αρχίσουμε να απολύουμε προσωπικό, να πουλάμε τις επιχειρήσεις μας και να «κρυβόμαστε» πίσω από ευκολόγια.

Μιλώ για ένα γενναίο ξεκίνημα από την αρχή με επανεπενδύσεις, νέα στρατηγική, νέα προσέγγιση καταναλωτή, αλλά και με μια ισχυρή κληρονομιά, στην οποία μπορούμε να βασιστούμε: την εμπιστοσύνη του πελάτη που επάξια έχουμε κερδίσει τόσα χρόνια!

Την αλλαγή πρέπει να την κάνουμε εμείς και όχι να αφήσουμε να μας την επιβάλλουν, όπως θέλουν οι κρατούντες ή κάποια συμφέροντα.

P.M. & E. Είναι έτοιμοι οι φαρμακοποιοί να αντιμετωπίσουν αυτή τη νέα κατάσταση που φαίνεται να διαρκέσει;

Θ.Α. Δυστυχώς ο μεγαλύτερος αριθμός των φαρμακοποιών είναι ήδη σε πολύ δύσκολη θέση. Ο λόγος είναι ότι η νέα αυτή κατάσταση ήρθε να προστεθεί σε ένα ήδη βεβαρημένο παρελθόν που έχει σηματοθετήσει έντονα από τα προβλήματα ρευστότητας που έχουν δημιουργήσει τα ασφαλιστικά ταμεία στο εισόδημα του φαρμακείου.

Έτσι λοιπόν πολλά φαρμακεία που είχαν εξαρτήσει σε μεγάλο βαθμό τους τζίρους τους από τα ασφαλιστικά ταμεία, είχαν αναγκαστεί να έχουν πάρει ήδη δάνειο προκειμένου να καλύψουν το χρόνο που μεσολαβεί μεταξύ της πληρωμής στη φαρμακαποθήκη και την είσπραξη από τα ταμεία. Ήρθε η κρίση, η μείωση των τιμών, τα νοσοκομειακά φάρμακα με μικρότερο ποσοστό κέρδους και ο εξορθολογισμός της συνταγογραφίας, οπότε επέτεινε το όλο πρόβλημα.

P.M. & E. Πιστεύετε ότι αρκετά φαρμακεία αν δεν κάνουν κάτι σύντομα, αν δεν αλλάζουν τον τρόπο δουλειάς τους δε θα μπορέσουν να επιβιώσουν και θα κλείσουν;

Θ.Α. Φοβάμαι ότι δεν είναι λίγοι οι συνάδελφοι που τον τελευταίο καιρό συνεχίζουν να επιβιώνουν αναλώνοντας κέρδη άλλων περιόδων. Αυτό, όμως, δεν τους εξασφαλίζει το επαγγελματικό τους μέλλον. Η αλλαγή στον τρόπο δουλειάς είναι επιβεβλημένη.

Ο φαρμακοποιός όμως δεν μπορεί να μετατραπεί από τη μία μέρα στην άλλη από επιστήμονας σε επιχειρηματία. Δεν είναι εύκολο να αλλάξει τη νοοτροπία που τον ήθελε να κάνει «μικρο-εξυπηρετήσεις» ή απλά να εκτελεί συνταγές. Όμως τώρα, για να συνεχίσουμε να υπάρχουμε ως εύρωστες επιχειρήσεις, επιβάλλεται να επανατοποθετήσουμε ορισμένες βασικές παραμέτρους. Πρέπει να επανεξετάσουμε το διττό ρόλο μας ως επιστήμονες και επιχειρηματίες, καθώς και να δούμε το φαρμακείο μας στα πλαίσια της τοπικής μας αγοράς, δίνοντας έντονα το στίγμα μας ως επιστημονικοί σύμβουλοι υγείας, στα πλαίσια της νέας αγοράς που δημιουργείται.

Καλούμαστε να δραστηριοποιηθούμε σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα απαιτητικό, όπου το φάρμακο ως προϊόν στο φαρμακείο θα αποκτήσει ένα διαφορετικό ειδικό βάρος. Το σημαντικό πλέον είναι ο πελάτης και η σχέση μας μαζί του και με την κοινωνία!

P.M. & E. Μπορείτε να προτείνετε διορθωτικές λύσεις συγκράτησης της πτώσης του τζίρου, άσχετα με τα σκληρά μέτρα της κυβέρνησης για την οικονομία της χώρας; Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η κατάλληλη επιχειρηματική στρατηγική;

Θ.Α. Είναι σίγουρο ότι δεν υπάρχει μαγική συνταγή ή ένα άθροισμα τεχνικών που προσφέρουν μια διέξοδο από τη κρίση. Στην ADVANCE συνειδητοποιήσαμε ότι δεν αρκεί να είσαι καλός μόνο σε έναν τομέα. Σήμερα απαιτείται μια συνολική συγκροτημένη προσέγγιση του φαρμακείου, έτσι ώστε να εμπεδωθεί στη συνείδηση του καταναλωτή ως νέα κατηγορία καταστημάτων.

Η υπέρβαση από την κρίση είναι ο συνδυασμός μιας ενιαίας εταιρικής εικόνας που δημιουργεί αναγνωρίσιμη ταυτότητα και διευκολύνει το ταξίδι του πελάτη στο φαρμακείο, συνεχής εκπαίδευση του φαρμακοποιού και του προσωπικού σε θέματα εξυπηρέτησης πελάτη, ένα ξεκάθαρο visual merchandising, ένα στοχευμένο προϊόντικό μίγμα που διασφαλίζει αφενός υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα, αλλά οικοδομεί και στέρεες σχέσεις με τον πελάτη, κ.ο.κ. Όλη η στρατηγική μας σε επίπεδο διαφοροποίησης του σημείου λιανικής, έχει σκοπό να αναδείξει το φαρμακείο ADVANCE ως ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ και σημείο αναφοράς στην ευρύτερη αγορά της υγείας-ευεξίας-ομορφιάς που θεωρούμε ότι είναι ο ζωτικός χώρος, η αγορά στόχος των φαρμακείων μας.

Βέβαια η εφαρμογή μιας συνεπούς στρατηγικής απαιτεί συνδυασμό πληθώρας εργαλείων, που μόνο ένα δίκτυο σαν της ADVANCE μπορεί να προσφέρει, όχι μόνο μέσω οικονομιών κλίμακος και φάσματος που μπορεί και ήδη έχει επιτύχει, αλλά και με εξελιγμένα εργαλεία και πρωτοποριακά προϊόντα που θα διαφοροποιήσουν άμεσα τα φαρμακεία μας...

P.M. & E. Η Advance πώς αντιμετωπίζει τα νέα δεδομένα για τα μέλη της, με ποιες ενέργειες;

Θ.Α. Από την πρώτη στιγμή που δημιουργήθηκε το δίκτυό μας, εστίασε σε ένα διαφορετικό μοντέλο διαχείρισης του φαρμακείου, που δεν είναι εξαρτημένο από την κερδοφορία των φαρμάκων. Έτσι, τα νέα δεδομένα βρήκαν τα φαρμακεία της ADVANCE να έχουν ήδη αναπτύξει και καθιερώσει πολύτιμα εργαλεία επικοινωνίας και πιστότητας πελάτη.

Η Κάρτα Πελάτη με 100.000 μέλη σε όλη την Ελλάδα, το Portal υγείας και ομορφιάς www.advancehealth.gr με καθημερινές επισκέψεις που ξεπερνούν τους 700 μοναδικούς επισκέπτες, μόλις 4 μήνες μετά τη λειτουργία του, αλλά και τα own products και οι αποκλειστικά διαθέσιμες μάρκες καλλυντικών, είναι ορισμένα μόνο από τα εργαλεία που έχουν στη διάθεσή τους και διαχειρίζονται τα φαρμακεία του δικτύου μας.

Ο συνδυασμός των παραπάνω υπηρεσιών και προϊόντων, “προστάτευσαν” τα μέλη μας, εξασφαλίζοντας αύξηση μέσου όρου πελατών ανά ημέρα της τάξεως του +5,7% και ταυτόχρονα βελτίωσαν τη ρευστότητα και την κερδοφορία τους, περιορίζοντας αισθητά τις απώλειες του τζίρου.

Η ADVANCE PHARMACIES με την τεχνογνωσία της, τη σημαντική εμπειρία των 8 χρόνων λειτουργίας της, αλλά και με το μεγαλύτερο αριθμό φαρμακείων στην Ελλάδα, αποτελεί ασφαλή επιλογή για το φαρμακοποιό που θα θελήσει να κάνει την επιχείρησή του βιώσιμη και ανταγωνιστική. Ιδιαίτερη μνεία οφείλω να κάνω και στην πρόσφατη ένταξη της Εταιρίας μας στην Κοινότητα “Strongest Companies in Greece”, που αξιολογεί η ICAP με κριτήριο την πιστοληπτική ικανότητα (credit ratings) και στη οποία εντάσσονται 1 στις 10 Ελληνικές επιχειρήσεις. Η διάκριση αυτή είναι ιδιαίτερης σημασίας για τα οικονομικά αποτελέσματα και την επιχειρηματική εικόνα της ADVANCE.

P.M. & E. Ποια είναι τα σχέδια για την επιχειρηματική ανάπτυξη των φαρμακείων μελών του δικτύου σας για το μέλλον;

Θ.Α. Η ανάπτυξη στρατηγικής, όπου στο επίκεντρο θα βρίσκεται η σχέση φαρμακοποιού - πελάτη μέσα και πέρα από το φάρμακο και το φαρμακείο.

Πρώτος πυλώνας υλοποίησης αυτής της στρατηγικής αποτελεί η ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, που στόχο θα έχουν την είσοδο στα φαρμακεία νέου κοινού, αλλά και την προσέγγιση σε νέες κατηγορίες καταναλωτών.

Δεύτερος πυλώνας υλοποίησης είναι η διασφάλιση για τα φαρμακεία του δικτύου μας, οικονομιών κλίμακος και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω συνεχούς υποστήριξης και μέσω προσέγγισης έξω από τα παραδοσιακά δεδομένα.

Η βάση όμως είναι η βελτίωση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού του δικτύου μας. Η συνεχής εκπαίδευση, η ανάπτυξη νέων εργαλείων, η αξιοπιστία της συλλογικής γνώσης των φαρμακοποιών - μελών, η εφαρμογή βέλτιστης πρακτικής από όλους χώρους, αναδεικνύεται σε αυτούς τους καιρούς ως μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για όλους και για το κάθε μέλος ξεχωριστά. ■



ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε.

Ο μεγάλος Όμιλος
εμπορίας και διανομής φαρμακευτικών,
παραφαρμακευτικών προϊόντων και
υπηρεσιών στην ελληνική αγορά

Δίπλα στον **Φαρμακοποιό**
Δίπλα στον **Ασθενή-Πελάτη**

- 70 ιδιόκτητα αυτοκίνητα
- 20.000 προϊόντα
- 230.000 διακινούμενα τεμάχια την ημέρα
- 1.351 φαρμακεία - μέτοχοι
- 4 κέντρα Διανομής (Περιστέρι, Άλιμος, Λαμία, Κέρκυρα)
 - 280 πλήρως εκπαιδευμένα άτομα
 - Εγκαταστάσεις που εκτείνονται σε 12.500 τ.μ. με 5.500 τ.μ. ιδιόκτητες εγκαταστάσεις
 - Σύγχρονα συστήματα Ρομποτικής
 - Σύστημα ποιότητας κατά ISO 9001:2000 και σύμφωνα με την Υπ. Απ. 32/Β/2004
 - Ενοποιημένος κύκλος εργασιών 2009 άνω των 465.000.000 €



Υπηρεσίες:

- INFOSYN WIN & e-Ordering

- 24ωρη λειτουργία, 365 μέρες το χρόνο
- Έλεγχος διαθεσιμότητας ειδών με δυνατότητα δέσμευσης
- Πλήρης διαχείριση back orders για τα μη διαθέσιμα είδη
- Καθημερινή ενημέρωση τιμοκαταλόγων
- Επιπλέον πίστωση για την χρήση ηλεκτρονικών παραγγελιών

- Merchandising:

- Υπηρεσίες ενιαίας σήμανσης και κατηγοριοποίησης προϊόντων
- Υπηρεσία ανάλυσης πωλήσεων ανά κατηγορία και αποδοτικότητα κατηγοριών προϊόντων (Category Reporting)
- Συμβουλευτική Υπηρεσία μέτρησης, τοποθέτησης και ανακατανομής του όγκου των παραφαρμακευτικών προϊόντων

Οργάνωση

ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

σχεδιασμένο για τις ανάγκες
των φαρμακοποιών

ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ IN-STORE PROMOTION

βάσει ετήσιου
επικοινωνιακού πλάνου



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ- eLEARNING: κατάρτιση, εξειδίκευση

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ / MERCHANDISING

ξεκάθαρη εικόνα προϊόντων,
ενίσχυση αυθόρμητων αγορών

ΕΤΗΣΙΟ BUSINESS PLAN

στοχευμένες αγορές
και πωλήσεις

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΜΕΣΩ REPORTS

ξεκάθαρη εικόνα φαρμακείου

OWN PRODUCTS

ποιότητα, ανταγωνιστικές τιμές

LABORATOIRES
FILORGA
PARIS

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Αύξηση Κερδοφορίας

Το δίκτυο που υποσχέθηκε και υλοποιεί

Διαφοροποίηση



CARD' ADVANTAGE

ενίσχυση πιστότητας
κρί νέοι πελάτες



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

αναγνωρισιμότητα



PORTAL

διαδικτυακή πύλη
υγείας & ευεξίας



ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΝΤΥΠΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

ενυπόγραφη συμβουλή,
επιστημονική γνώση



Καλέστε μας στο 210 2711840 για να κάνουμε μαζί μια συζήτηση
για το πώς μπορούμε να βοηθήσουμε και το δικό σας φαρμακείο

Η προσπάθεια **ΠΑΝΤΑ** ανταμείβεται



Στη Θεσσαλονίκη, σε μια ήσυχη γειτονιά στην Κηφισιά, το Φαρμακείο της κυρίας **Αναστασιάδου Κατερίνας** προσπαθεί να διατηρεί πάντα ευχαριστημένη την πελατεία του, επενδύοντας σε μια ιδιαίτερη και αποδοτική επικοινωνία με τους πελάτες του.



προβληθούν πιο σωστά τα προϊόντα που επέλεξα προσεκτικά για να προωθηθούν, αφετέρου ο χώρος να έχει μια προσωπική σφραγίδα. Από τότε φροντίζω κάθε χρόνο να κάνω «κάτι» ώστε ο χώρος να εξελίσσεται και να είναι πάντα ζωντανός και επίκαιρος».

Στο χώρο πώλησης, οι κατηγορίες των προϊόντων που υπάρχουν είναι:

- Δερμοκαλλυντικά
- Ορθοπεδικά
- Ανατομικά υποδήματα
- Προϊόντα φροντίδας μαλλιών
- Περιποίηση ποδιών
- Στοματική υγιεινή
- Βρεφάνπτυξη και παιδικά γάλατα
- Βιταμίνες και συμπληρώματα διατροφής

«Σπούδασα στη Φαρμακευτική Σχολή Θεσσαλονίκης, που είναι και η πόλη που γεννήθηκα», μας λέει η φαρμακοποιός. «Πέρασα ξένοιαστα φοιτητικά χρόνια και ανυπομονούσα ν' αποκτήσω το δικό μου φαρμακείο. Έτσι, αμέσως μόλις τελείωσα τη σχολή, άρχισα ν' αναζητώ την κατάλληλη περιοχή. Η τελική επιλογή ήταν η περιοχή της Κηφισιάς στη Θεσσαλονίκη, μία περιοχή σε οικιστική ανάπτυξη τότε, ήσυχη, όμορφη με αρκετό πράσινο. Το βασικό κριτήριο εκείνη την εποχή ήταν ότι δεν υπήρχε κοντά άλλο φαρμακείο.

Έτσι ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 1983 το φαρμακείο μου, με εμβαδόν 55 τ.μ., στη συμβολή των οδών Κηφισιάς και Μοσχονησιών. Η οδός Μοσχονησιών είναι ένας δρόμος ταχείας κυκλοφορίας με πολλά διερχόμενα αυτοκίνητα, ενώ η οδός Κηφισιάς είναι ένας ήσυχος συνοικιακός δρόμος. Η πελατεία μας είναι κυρίως η γειτονιά, αλλά και μερικοί περαστικοί που μπορούν να κάνουν μια ολιγόλεπτη στάση με το αυτοκίνητο. Οι κάτοικοι της περιοχής είναι διαφόρων ηλικιών και αναγκών: συνταξιούχοι, δημόσιοι υπάλληλοι και πολλά νέα ζευγάρια.

Από την αρχή, επειδή δεν υπάρχουν κέντρα συνταγογράφησης - ΙΚΑ ή νοσοκομείο - ούτε και πολλά άλλα εμπορικά καταστήματα στην περιοχή, προσπάθησα ν' αναπτύξω όσους περισσότερους τομείς προϊόντων και υπηρεσιών μπορούσα, ώστε να τους εξυπηρετώ όλους: την κυρία που αναζητά προϊόντα και συμβουλές ομορφιάς, τους νέους γονείς που χρειάζονται εμβόλια και γάλατα για το παιδί τους, και φυσικά τον ασθενή που ακολουθεί συστηματικά κάποια χρόνια φαρμακευτική αγωγή».

Ένας όμορφος και άνετος χώρος

Το 2005 το φαρμακείο ανακαινίστηκε ριζικά για να πάρει μια σύγχρονη όψη. «Η βασική μου σκέψη», τονίζει η κυρία Αναστασιάδου, «ήταν αφενός μεν να

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΒΙΤΡΙΝΕΣ ΠΟΥ ΞΕΧΩΡΙΖΟΥΝ

«Φροντίζουμε τις βιτρίνες μας ιδιαίτερα. Προβάλλουμε εποχιακά θέματα και τις διακοσμούμε σε συνεργασία με τις εταιρείες, αλλά και με την ειδική διακοσμήτρια συνεργάτη μας, ακόμη και μόνοι μας. Χαιρόμαστε όταν πετυχαίνουμε κάτι ξεχωριστό, γιατί δεχόμαστε πάντα θετικά σχόλια από μικρούς και μεγάλους», μας λέει με περηφάνια η φαρμακοποιός.

Για το φθινόπωρο δημιουργήθηκαν 2 θεματικές βιτρίνες. Η μια για τη φθειρίωση των παιδιών, με ένα ωραίο μήνυμα σε έναν πίνακα και γύρω του αντιφθειρικά, καθώς και έντυπα ενημερωτικά, και η άλλη για όλες τις συχνές παθήσεις του χειμώνα, με γραπτά μηνύματα για το κρυολόγημα, τη γρίπη και το συνάχι, αλλά και τα αντίστοιχα προϊόντα τυλιγμένα σε πολύχρωμα κασκόλ και γάντια.

Ενέργειες απλές, με απλά και φθηνά υλικά, που δίνουν όμως στο φαρμακείο της κυρίας Αναστασιάδου ένα ιδιαίτερο, πιο προσωπικό φροντισμένο ύφος και το κάνουν να ξεχωρίζει από τα άλλα.



Σε ιδιαίτερο χώρο λειτουργεί το φαρμακευτικό εργαστήριο και το τμήμα παρασκευής και φύλαξης ομοιοπαθητικών. Η κατηγορία που ξεχωρίζει στο χώρο πώλησης είναι τα καλλυντικά, όπου υπάρχει μεγάλη ποικιλία μαρκών, σε δερματολογικά καλλυντικά, φυτικά και καλλυντικά επιλεκτικής διανομής.



Προσεγγμένη οπτική επικοινωνία

Όλες οι κατηγορίες προϊόντων στο χώρο έχουν μια ευκρινή σήμανση με δείκτες ραφιών, για να διευκολύνεται η επιλογή των πελατών σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Το merchandizing επιμελημένο, με το facing των προϊόντων να ξεχωρίζει. Ο φωτισμός στα ράφια σωστός για να ελκύει το μάτι.

Μικρή ομάδα με άριστη συνεργασία

Στο φαρμακείο απασχολούνται μόνο δύο άτομα: η φαρμακοποιός Κατερίνα Αναστασιάδου και η Μαρία Καραμανλάκη, πτυχιούχος βοηθός φαρμακείου. Στον πάγκο για την εκτέλεση των συνταγών εξυπηρετούν και οι δύο. Στο τμήμα των καλλυντικών, των συμπληρωμάτων διατροφής και λοιπών παραφαρμακευτικών προϊόντων, εξυπηρετεί συνήθως η πάντα πρόθυμη και χαμογελαστή Μαρία. Επίσης, η Μαρία κάνει έλεγχο του stock στα ράφια και προτείνει την παραγγελία, που αφού πάρει το ok της φαρμακοποιού, προχωρεί στην εκτέλεση. Τέλος, παραλαμβάνει και τακτοποιεί τα προϊόντα στα ράφια.

Στη συνέχεια, η φαρμακοποιός μας αναλύει τις ενέργειες διαχείρισης: «Είμαστε και οι δύο εκπαιδευμένες στο μηχανογραφικό πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε. Υπάρχει κατηγοριοποίηση όλων των προϊόντων, καταχωρούνται καθημερινά όλα τα τιμολόγια αγορών και υπάρχει πλήρης έλεγχος και τήρηση αποθήκης. Οι συνταγές καταχωρούνται ηλεκτρονικά και έχουμε μοιραστεί την καθημερινή τακτοποίηση και τον έλεγχο τους στο τέλος του μήνα.

Σαν φαρμακοποιός - manager παρακολουθώ και αξιολογώ στατιστικά στοιχεία sell out, ανά κατηγορία και ανά μάρκα, ώστε να προμηθευόμαστε τα προϊόντα και τις ποσότητες που επαρκούν, ανάλογα με την εποχή και τη ζήτηση που υπάρχει από τους πελάτες μας. Δεν υπάρχει στο φαρμακείο μας «λανθάνον stock»! Επίσης, μελετώ τακτικά τα οικονομικά στοιχεία από το βιβλίο εσόδων - εξόδων και τα αναλύουμε μαζί με το λογιστή μου, ώστε να ξέρω ανά πάσα στιγμή πού βρίσκομαι και να κάνω τις αρμόζουσες επιχειρηματικές ενέργειες.

Με τη Μαρία οργανώνουμε meeting εργασίας μια φορά το μήνα. Στην αρχή κάθε εποχής συμφωνούμε για τα εποχιακά προϊόντα που θ' αναπτύξουμε και για τις συμπληρωματικές μας προτάσεις κατά την εκτέλεση των συνταγών. Σαν σωστός επιχειρηματίας, την ενημερώνω για τ' αποτελέσματα του προηγούμενου μήνα και θέτουμε νέους στόχους. Ακούω πάντα με μεγάλη προσοχή και ενδιαφέρον τις σημαντικές προτάσεις της, τις συζητάμε διεξοδικά και υιοθετούμε ότι καλύτερο προτείνει ή προτείνω. Επίσης, την ενημερώνω πάντα για τις πληροφορίες που μπορεί να έχω για τις εξελίξεις στο χώρο μας και την αγορά γενικότερα. Και οι δυο παρακολουθούμε σεμινάρια που παρέχονται από τις εταιρίες ή τους συλλόγους μας. Σε γενικές γραμμές, προσπαθώ να ενθαρρύνω τη λήψη πρωτοβουλίας της,

ώστε ν' αφογκράζομαι τις ανάγκες και τις ιδέες της για την καλύτερη συνεργασία μας».



Μια έξυπνη πολιτική αγορών σε περίοδο κρίσης

«Ως προς την πολιτική που ακολουθούμε - λόγω της οικονομικής κρίσεως - είμαστε πλέον πολύ προσεκτικοί με τις αγορές μας. Αγοράζουμε μικρότερες ποσότητες συχνότερα, ώστε να έχουμε ελάχιστο stock και πληρώνουμε ως επί το πλείστον μετρητοίς, για να μην έχουμε αθέτηση πληρωμών λόγω ανέλπιστα καταστάσεων, αλλά

και να επωφεληθούμε παράλληλα από την επιπλέον έκπτωση της πληρωμής με μετρητά. Προτιμούμε κυρίως εκπτώσεις σε χρήμα, ενώ συμφωνούμε για εκπτώσεις σε είδος μόνο όταν είμαστε πολύ σίγουροι ότι θ' ανακυκλώσουμε πολύ σύντομα τα προϊόντα».



Φροντίζοντας τους πελάτες

«Στο φαρμακείο μας οργανώνουμε ενέργειες προβολών, είτε μόνοι μας, είτε με τη συνεργασία εταιριών. Θέλουμε πάντα να συμβαίνει «ένα γεγονός», μια ειδική προβολή, μια ειδική έκπτωση, ένα συμβολικό δώρο ή ότι άλλο μπορεί να σκεφτούμε. Ως προς την εξυπηρέτηση, προσεγγίζουμε τους πελάτες μας πάντα εγκάρδια και με εν-συναίσθηση, σαν άνθρωπος προς άνθρωπο. Εξάλλου έχουμε σχεδόν μόνιμους πελάτες από τη γειτονιά και όλοι γνωριζόμαστε! Προσπαθούμε πρώτα να κατανοούμε το πρόβλημά τους και ύστερα να παρέχουμε την ανάλογη, εξατομικευμένη συμβουλή. Όταν προτείνουμε κάποιο προϊόν, θέλουμε πάντα να συναινέσουν και αυτοί. Προς θεού, δε χρειάζεται πίεση για πώληση! Για κάθε προϊόν που χορηγούμε, δίνουμε λεπτομερείς οδηγίες χρήσης και πρακτικές συμβουλές, ώστε να είναι αποτελεσματικό. Όταν υπάρχει ανάγκη παρακολουθούμε και την πορεία της αγωγής που προτείνουμε. Επίσης, τηρούμε ηλεκτρονικό αρχείο και ιστορικό του πελάτη, ώστε να μπορούμε ν' αντλούμε χρήσιμες πληροφορίες όπου και όταν χρειάζεται».

Μέτρα λιτότητας και καλύτερες προσφορές στους πελάτες

«Δυστυχώς διανύουμε μία περίοδο οικονομικής κρίσης που δεν έχουμε ξαναζήσει. Ακούγονται πολλά και το τοπίο παραμένει θολό. Εύχομαι βέβαια να ξεκαθαρίσει σύντομα.

Τα προβλήματα γνωστά. Μέχρι στιγμής υπάρχουν μεγάλες μειώσεις των τιμών των φαρμάκων - λόγω της οικονομικής πολιτικής της κυβέρνησης - που έχουν σαν συνέπεια, μειώσεις του τζίρου μας, ενώ ταυτόχρονα μειώνεται και η αγοραστική δύναμη των κατα-

ναλωτών, οπότε έχουμε και από εκεί πτώση τζίρου. Τα ασφαλιστικά ταμεία έχουν ξεπεράσει κάθε προηγούμενο στις καθυστερήσεις πληρωμών, με αποτέλεσμα να μειώνεται και η ρευστότητά μας, ιδιαίτερα στο φαρμακείο μας που το 1/3 των συνταγών είναι του δημοσίου.

Οι ενέργειες που έκανα για ν' αντιμετωπίσω την κατάσταση, είναι αρχικά να μη βιαστώ να αντικαταστήσω την αισθητικό μου όταν αποχώρησε. Αυτό βέβαια μας επιφόρτισε με επιπλέον δουλειά και απαίτησε καλύτερη οργάνωση για να ανταπεξέλθουμε σε μια ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη. Επιπλέον, μελετώ με προσοχή τα πάγια έξοδα και όπου υπάρχει περιθώριο περικόπτω περιττές δαπάνες, ενώ ακολουθώ μια συντηρητική πολιτική αγορών όπως προανέφερα.

Από την άλλη μεριά, προσπαθώ να έχω μια στάση κατανόησης προς τους πελάτες μας - που δυσκολεύονται και αυτοί οικονομικά - και έτσι «μετακυλώ» σε αυτούς την επιπλέον έκπτωση που πετυχαίνω και τους προσφέρω τις εποχιακές εκπτώσεις και τις προσφορές σε είδος των εταιριών».

Το δυνατό σημείο της επιτυχίας

«Νομίζω ότι το μυστικό της επιτυχίας είναι πάντα ένα: η σκληρή δουλειά. Είμαι ανήσυχος πνεύμα και δεν επαναπαύομαι ποτέ. Κάθε μέρα έρχομαι στη δουλειά σαν να είναι η πρώτη μέρα. Δεν έχει μειωθεί - παρόλο που εργάζομαι διαρκώς εδώ και είκοσι επτά χρόνια - το ενδιαφέρον μου για το φαρμακείο. Νομίζω πως αυτό το εισπράττουν όσοι με γνωρίζουν, είτε ως συνεργάτες, είτε ως πελάτες. Προσπαθώ πάντα να εξελίσσομαι και να βελτιώνομαι τόσο επαγγελματικά, όσο και σε προσωπικό επίπεδο. Βασική μου αρχή είναι να έχω ευχαριστημένους πελάτες. Όταν αυτοί είναι ευχαριστημένοι, τότε είμαι ευχαριστημένη και εγώ. Πιστεύω ότι από τους τομείς που προωθούμε στο φαρμακείο μας, αυτοί των ομοιοπαθητικών και των συμπληρωμάτων διατροφής επιδέχονται περαιτέρω βελτίωσης και ανάπτυξης στο μέλλον».

Με ελπίδα για το μέλλον

«Εύχομαι το φαρμακείο ν' αντέξει στο άνοιγμα του επαγγέλματος. Είμαι αποφασισμένη να καταβάλλω κάθε δυνατή προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση. Ελπίζω να παραμείνουμε ενωμένοι οι συνάδελφοι και ν' αγωνιστούμε για ότι χρειαστεί. Ελπίζω να κρατήσουμε κοντά μας τον κόσμο που μας στηρίζει όλα αυτά τα χρόνια και όλοι μαζί σαν κλάδος, αλλά και προσωπικά στο φαρμακείο μου.

Σε ατομικό επίπεδο εύχομαι να είμαι σωματικά υγιής και ψυχικά δυνατή και να συνεχίσω να προσφέρω ότι μπορώ στους πελάτες μου, στους συνεργάτες μου και στην πολυαγαπημένη μου οικογένεια που πάντα με στηρίζει». ■

ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ

Ευκαιρία ή Ρίσκο;

Ένας ειδικός μας αναλύει την αγορά των υποδημάτων στο φαρμακείο και μας δείχνει την ευκαιρία επένδυσης, αν ακολουθήσουμε τη σωστή επιχειρηματική στρατηγική.



◆ Από τον **κ. ΜΙΛΤΟ ΚΑΡΑΠΑ**,

Γενικό Διευθυντή της SSL Hellas

Όταν η Dr Scholl άνοιξε την αγορά του φαρμακείου πριν από πολλές δεκαετίες, το εγχείρημα γνώρισε μία απροσδόκητη επιτυχία και μεγάλη ανταπόκριση από τους καταναλωτές. Με ελάχιστους κωδικούς και χωρίς ρίσκο αποθεμάτων πωλούνταν στην αγορά μεγάλες ποσότητες σανδαλιών, που μεταφράζονταν σε σημαντικό τζίρο για τα φαρμακεία και τους προμηθευτές τους.

Τότε όμως, την περίοδο του '60-'80, εκτός από τη μόδα των ξύλινων σανδαλιών, η αγορά των υποδημάτων και η πληθώρα των επιλογών στον καταναλωτή ήταν αφάνταστα μικρή σε σχέση με την τωρινή κατάσταση. Μπορούσε ένα φαρμακείο εκείνης της εποχής που πουλούσε σανδάλια, να ήταν το μοναδικό σημείο πώλησης αυτής της κατηγορίας υποδημάτων σε μία ευρύτερη περιοχή και έτσι να ανταγωνιζόταν άλλα φαρμακεία της περιοχής του.

Από τότε όμως οι επιλογές μας άλλαξαν. Όχι μόνο μπήκαν στη ζωή μας τα brands (μάρκες), αλλά και το τοπίο αγοράς υποδημάτων στην Ελλάδα άλλαξε. Πλέον βρίσκεις υποδήματα για όλα τα γούστα, τις τιμές και χρήσεις, σχεδόν παντού: στα Mall(s), outlets, πολυκαταστήματα, shops-in-shops, περιφερειακά καταστήματα, mono-label καταστήματα, καταστήματα ένδυσης που πουλάνε υποδήματα, super markets, internet shops.

Τίθεται λοιπόν το ερώτημα, γιατί ένας καταναλωτής με τόσο πληθώρα επιλογών σήμερα, να επισκέπτεται το φαρμακείο για να αγοράσει υποδήματα;

Πιστεύω ότι υπάρχουν δύο κύριοι λόγοι που τους παραινούν και αντίστοιχες κατηγορίες καταναλωτών:

A. Στην πρώτη ανήκουν οι καταναλωτές οι οποίοι πιστεύουν ότι στο κανάλι του φαρμακείου θα βρουν «ανατομικά» υποδήματα που θα τους προσφέρουν άνεση και ανακούφιση σε βαθμό και ποιότητα που δεν την προσφέρουν τα υποδήματα της υπόλοιπης αγοράς.

B. Στη δεύτερη ανήκουν αυτοί που προσδοκούν να βρουν μία πρόταση που έχει ταυτότητα, άποψη, είναι trendy και σε δεύτερο πλάνο έχει κρυμμένο βαθύτερο το προτέρημα της άνεσης. Η κινητήρια δύναμη είναι ότι πρώτα απ' όλα θεωρούν ότι τόσο τα σχέδια όσο και η μάρκα έχουν «άποψη».

Για να ανταποκριθεί ο φαρμακοποιός στην πρώτη κατηγορία των καταναλωτών θα πρέπει να επενδύσει βασικά σε τεχνογνωσία. Επίσης θα πρέπει να

δει την επένδυση σε αυτή την κατηγορία με μεγάλο χρονικό ορίζοντα και να είναι διαθέσιμος να αφιερώσει πραγματικά χρόνο και χώρο. Οι τεχνικές λεπτομέρειες παίζουν πολύ μεγάλο ρόλο στην κατηγορία αυτή: το τακούνη, το λουράκι, η φόρμα, πόσο μαλακό ή σκληρό είναι το δέρμα, το φόντι, ο πάτος, κ.λπ. και τέλος η τιμή και το χρώμα. Σε αυτή την κατηγορία, το merchandising, δηλαδή η προβολή μέσα στο κατάστημα παίζει μικρό ρόλο.

Στη δεύτερη κατηγορία κινείται κατά κύριο λόγο μία εταιρεία και αυτή είναι η Dr Scholl.

Χρησιμοποιώντας ένα σωστά μελετημένο μείγμα εργαλείων marketing και προσεκτικά επιλεγμένων μοντέλων, μπορεί να οδηγήσει την καταναλώτρια να αγοράσει από το φαρμακείο το προϊόν της συγκεκριμένης επώνυμης μάρκας, διότι θεωρεί ότι της προσδίδει «άποψη» αλλά και άνεση σε δεύτερο πλάνο. Είναι ένα λεπτό παιχνίδι ισορροπίας μεταξύ επώνυμου προϊόντος και άνεσης! Σε αυτή την κατηγορία, το merchandising στο κατάστημα παίζει πολύ μεγάλο ρόλο, αφού απευθύνεται σε γυναίκες που δίνουν βαρύτητα στη λεπτομέρεια της εμφάνισής τους. Θέλουν να νιώθουν περήφανες για την επιλογή τους, καθώς αυτή τις ομορφαίνει και δε θέλουν να αισθάνονται ότι απλά λύνουν ένα πρόβλημα.

Σε ότι αφορά τη στρατηγική του Φαρμακοποιού και στις δύο παραπάνω κατηγορίες, είναι βασικό να μπορέσει ο ίδιος να «αποσυνδέσει» το προσωπικό του κριτήριο από τη διαδικασία επιλογής των μοντέλων. Αυτοί που εντέλει θα τα διαλέξουν είναι οι καταναλωτές και όχι ο ίδιος. Η διαδικασία επιλογής είναι κάτι που απαιτεί τεχνογνωσία, διορατικότητα και σωστή αξιολόγηση ρίσκου. Μια επώνυμη μάρκα όμως, πάντα του δίνει μια επιπλέον σιγουριά. Είναι προφανές βέβαια, ότι τελικά στην επιλογή κανείς δεν είναι μάγος. Γι' αυτό ακόμη και τα άλλα κανάλια διανομής έχουν μηχανισμούς διάθεσης των συσσωρευμένων στοκ: τις εκπτώσεις και τα outlets.

Στη συνέχεια, θα πρέπει να μπορέσει ο φαρμακοποιός:

- α) Να επιλέξει τους προμηθευτές - συνεργάτες του.**
- β) Να φροντίσει το merchandising.**
- γ) Να υπολογίσει σωστά το κέρδος του.**

Σχετικά με το κέρδος αυτής της κατηγορίας προϊόντων, είναι πολύ σημαντικό ο φαρμακοποιός να μπορέσει να το «υπολογίσει» σωστά, λαμβάνοντας απαραίτητα υπόψη το εναπομείναν απόθεμα (στοκ) του.

Για να το κάνουμε κατανοητό, ας υποθέσουμε λοιπόν ότι ένας φαρμακοποιός αγοράζει 30 ζευγάρια με ίδια προτεινόμενη Λιανική Τιμή (Λ.Τ.) των 100 Ευρώ χωρίς ΦΠΑ.

1) Στην πρώτη περίπτωση ο προμηθευτής του παρέχει ποσοστό κέρδους 65% (mark up), δηλαδή:

Λ.Τ. χωρίς ΦΠΑ € 100,00 - Τελική Τιμή αγοράς μετά από εκπτώσεις € 60,60 = 39,40 € κέρδος ανά ζευγάρι.

Έστω ότι στο τέλος της σεζόν έχει πουλήσει τα 12 ζευγάρια και του μένουν τα 18 ζευγάρια:

Κέρδος πώλησης: 12 ζευγ. X €39,40 = € 473,00
Στοκ: 18 ζευγ. X € 60,60 = € 1.090,00

Ζημία € 610,00

Εάν δηλαδή έκανε λογαριασμό στο τέλος της σεζόν, τότε έχει χάσει € 610,00.

2) Στη δεύτερη περίπτωση ο προμηθευτής του παρέχει ποσοστό κέρδους 55%, (mark up), δηλαδή:

Λ.Τ. χωρίς ΦΠΑ € 100,00 - Τελική Τιμή αγοράς μετά από εκπτώσεις € 65,00 = 35 € κέρδος ανά ζευγάρι.

Έστω ότι στο τέλος της σεζόν έχει πουλήσει τα 25 ζευγάρια και του μένουν τα 5 ζευγάρια:

Κέρδος Πώλησης: 25 ζευγ. X € 35 = € 875,00
Στοκ: 5 ζευγ. X € 65 = € 325,00

Κέρδος € 550,00

Από το παραπάνω παράδειγμα καθίσταται προφανές ότι το τελικό κέρδος επηρεάζεται έντονα από τα στοκ, καθώς και από τις πιθανές εκπτώσεις που μπορεί να παρέχει ο φαρμακοποιός για να διαθέσει τα υποδήματα που του έμειναν.

Έτσι γίνεται σαφές ότι η επιλογή λάθος μοντέλων και η συσσώρευση στοκ δεσμεύει σημαντικό κεφάλαιο κίνησης, το οποίο χρειάζεται για να ανανεώσει τα σχέδια με την κάθε νέα σεζόν. Γι' αυτό πολλοί φαρμακοποιοί ζητάνε να επιστρέφουν στο τέλος της σεζόν τα στοκ που τους μένουν.

Όμως, στη βάση κάθε επιχειρηματικής λογικής είναι το κέρδος. Όποιος προμηθευτής δέχεται να το κάνει αυτό, σημαίνει δύο πράγματα: ή ότι κάποια στιγμή θα «κλείσει» γιατί δε θα μπορεί να αντέξει το βάρος των στοκ και αυτής της πρακτικής ή ότι έχει ήδη ενσωματώσει στην τιμή και στο κέρδος των εμπορευμάτων του, το κόστος αυτής της πρακτικής.

Ο κύκλος της παραγγελίας των προϊόντων της ένδυσης και υπόδησης ακολουθεί μοναδικούς απaráβατους κανόνες παγκοσμίως, οι οποίοι καθορίζονται

από τους περιορισμούς που θέτουν αντίστοιχα τα εργοστάσια. Για παράδειγμα, για την καλοκαιρινή σεζόν τα εμπορεύματα έχουν παραχθεί μέχρι τις αρχές Φεβρουαρίου με βάση τις παραγγελίες που έχουν δοθεί μέχρι τον προηγούμενο Δεκέμβριο.

Έτσι, στο χώρο της ένδυσης - υπόδησης, οι εταιρείες - προμηθευτές ξεκινάνε την παραγγελιοληψία από τους πελάτες τους από μέσα Αυγούστου μέχρι Δεκέμβριο και οι παραγγελίες είναι δεσμευτικές χωρίς τη δυνατότητα επαναδιαπραγμάτευσης, είτε προς τα πάνω, είτε προς τα κάτω. Στην πραγματικότητα, οι παραγγελίες των πελατών μεταφέρονται από τον προμηθευτή στα εργοστάσια και «κλειδώνει» η παραγωγή, χωρίς να υπάρχει δυνατότητα επαναληπτικών παραγγελιών προς τα εργοστάσια κατά τη διάρκεια της σεζόν ανάλογα με την κίνηση ενός μοντέλου.

Αντίθετα, στο χώρο του φαρμακείου, συνήθως οι προμηθευτές παραγγέλνουν για λογαριασμό των φαρμακοποιών, προβλέποντας οι ίδιοι την κίνηση των μοντέλων και αποθηκεύοντας οι ίδιοι πολύ μεγάλες ποσότητες σε σχέση με τις παραγγελίες που παίρνουν, έτσι ώστε όταν οι φαρμακοποιοί αποφασίσουν και θελήσουν να βάλουν την παραγγελία τους ετεροχρονισμένα, να υπάρχει εμπόρευμα να εξυπηρετηθούν, ή όταν ένα μοντέλο «φύγει», να μπορούν ενδεχομένως να το βρουν μέσω συμπληρωματικής παραγγελίας. Αυτή είναι μία χαρακτηριστική βασική στρέβλωση του κύκλου «παραγγελίας - πώλησης» στο χώρο του φαρμακείου, τον οποίο αναλαμβάνουν οι προμηθευτές του φαρμακείου. Γίνεται προφανές λοιπόν από τα παραπάνω, ο λόγος για τον οποίο οι προμηθευτές παρέχουν εκπτώσεις - κίνητρο στους φαρμακοποιούς, για να έχουν την παραγγελία τους έγκαιρα και έτσι να μπορέσουν με τη σειρά τους να παραγγείλουν τις σωστές ποσότητες από τα εργοστάσια, με ότι αυτό συνεπάγεται για την ορθή διαχείριση του στοκ τους.

Το εμπόριο υποδημάτων στο κανάλι του φαρμακείου έχει κάποιους κανόνες που πρέπει να γίνονται σεβαστοί και να τηρούνται, έτσι ώστε η κατηγορία να αποτελεί ευκαιρία πρώτιστα για τον φαρμακοποιό. Η εμπλοκή του φαρμακοποιού επιχειρηματικά στην πώληση αυτής της κατηγορίας, αποτελεί ευκαιρία όταν είναι συνειδητοποιημένος ως προς τους κανόνες αυτούς και έχει μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

Ίσως όπως όλα τα πράγματα στη ζωή! ■

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Μίλτος Καράπας εργάστηκε αρχικά σε εταιρείες επώνυμων καταναλωτικών προϊόντων σε θέσεις πωλήσεων και Marketing. Το 2001 ξεκίνησε τη συνεργασία του με την SSL Hellas που διαθέτει τα προϊόντα Dr Scholl και Durex, αρχικά σαν Διευθυντής Marketing και τα τελευταία επτά χρόνια σαν Γενικός Διευθυντής. Εκεί γνώρισε το «μαγικό κόσμο» της αγοράς των υποδημάτων, τον οποίο ακόμα «εξερευνά» γιατί τον θεωρεί μοναδικό.

STARLIT™

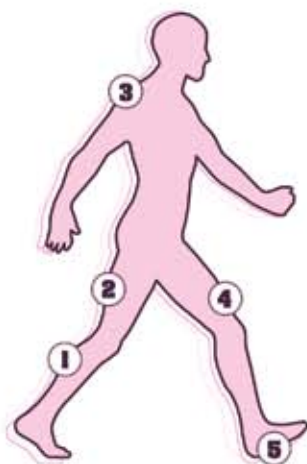
Daily steps.
Daily exercise.

www.starlit-scholl.com



Scholl

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΒΗΜΑΤΑ ΕΥΕΞΙΑΣ



- 1** Γυμνάζει τα πόδια: 30% πιο έντονη δραστηριότητα στους μύες των γαμπών
- 2** Συσφίγγει μηρούς και γλουτούς: 45% πιο έντονη δραστηριότητα στους μηριαίους μύες και 27% στους οπίσθιους μηριαίους μύες
- 3** Βελτιώνει τη στάση του σώματος
- 4** Βελτιώνει την κυκλοφορία του αίματος
- 5** Μειώνει την πίεση σε πόδια, αστραγάλους και γόνατα

Προϊόντα για τον πονόλαιμο και το βήχα

Μια αγορά που θέλει ιδιαίτερη φροντίδα

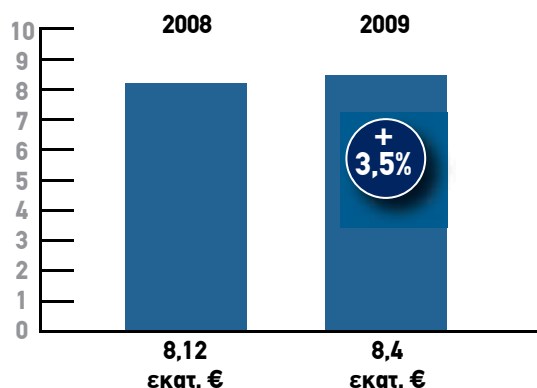
Μετά από μια σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, η αγορά των προϊόντων για τον πονόλαιμο και το βήχα δείχνει μια ωρίμανση που φαίνεται να καταλήγει σε μείωση των πωλήσεων, ενισχυόμενη από την υπάρχουσα οικονομική κρίση και τη μείωση της συνταγογράφησης.

Οι γνωστές και ισχυρές μάρκες πρέπει να δώσουν ακόμη μεγαλύτερη έμφαση στην πληροφόρηση του καταναλωτή, χωρίς να αμελήσουν τη συνεισφορά της συμβουλής του φαρμακοποιού.



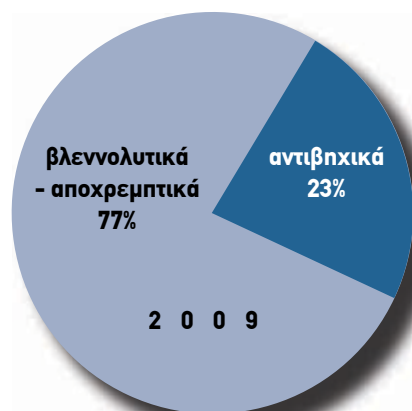
Αναμφισβήτητη μια σημαντική αγορά στο φαρμακείο είναι αυτή των προϊόντων για το βήχα και τον πονόλαιμο, που τώρα το χειμώνα είναι στο "φόρτε" της.

Στην κατηγορία του βήχα έχουμε ένα μείγμα με προϊόντα ΜΗΣΥΦΑ και RX, με ένα σύνολο πωλήσεων το 2009 τα 8,4 εκατομμύρια τεμάχια, αυξημένων κατά 3,5% σε σχέση με το 2008.



Πηγή: εταιρείες

Η δε κατανομή μεταξύ αντιβηχικών και βλεννολυτικών - αποχρεμπτικών είναι 23% και 77% αντίστοιχα για το σύνολο των πωλήσεων του 2009.



Για το 9μηνο όμως του 2010, οι συνολικές πωλήσεις σε τμχ. παρουσίασαν μια σημαντική μείωση του -10,3% σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2009. Ειδικά για την κατηγορία αντιβηχικά για τον ξηρό βήχα, η πτώση σε τμχ. ήταν μεγαλύτερη, της τάξης του -19%, από την κατηγορία βλεννολυτικά - αποχρεμπτικά για τον παραγωγικό βήχα, που παρουσίασε μόνο -7,7% πτώση το αντίστοιχο χρονικό διάστημα 2009/2010.

Στη κατηγορία για τον πονόλαιμο και ειδικά για τις παστίλιες λαιμού, είχαμε αντίστοιχα φαινόμενα, με ένα σύνολο πωλήσεων το 2009 τα 6,1 εκατομμύρια

“ **Νέες μορφές** μπορούν να ανανεώσουν αυτή την αγορά, αλλά όχι άμεσα λόγω της μειούμενης αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών ”

τεμάχια, αυξημένων κατά 3,7% σε σχέση με το 2008, ενώ για το 9μηνο του 2010 οι συνολικές πωλήσεις σε τμχ. παρουσίασαν μια σημαντική μείωση του -7,4% σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2009.

Όσο για τις μορφές των προϊόντων για το λαιμό, ενώ τα διαλύματα είναι μια κλασσική επιλογή που έχουν οι περισσότεροι καταναλωτές στο σπίτι τους για κατ'οίκο χρήση, τόσο για φαρμαγική όσο και για στοματική, η μορφή της παστίλλας είναι πιο πρακτική, καθώς διευκολύνει στη χρήση εκτός σπιτιού και παρουσιάζει μια τάση ανόδου. Εδώ το Marketing Health Care της Reckitt Benckiser τονίζει ότι: «Οι παστίλλες χωρίς ζάχαρη είναι το μέλλον αυτής της αγοράς, καθώς και αυτές που αντιμετωπίζουν τον οξύ πονόλαιμο».

Ανερχόμενη μορφή είναι και τα spray για το λαιμό, γιατί και αυτά διευκολύνουν στη χρήση όλες τις ώρες, ενώ πετυχαίνουν και καλή στόχευση στη μολυσμένη περιοχή.

Η κα. Αθηνά Αντύρα, Marketing Manager του Consumer Health Care της Boehringer Ingelheim Ελλάς, μας ενημερώνει: «Με τα νέα μέτρα και πλέον τη μη αποζημίωση των ΜΗΣΥΦΑ από τα ασφαλιστικά ταμεία, αναμένεται πτώση αυτής της αγοράς, όχι βέβαια σημαντική, αφού πρόκειται για σκευάσματα χαμηλού κόστους και απαραίτητα για την εξάλειψη ενοχλητικών συμπτωμάτων. Η μείωση μπορεί να συγκρατηθεί ή και να αποτραπεί πλήρως, εάν η πώληση ενισχυθεί από την ενεργή σύσταση και υποστήριξη του Φαρμακοποιού και ενέργειες προώθησης προς τον τελικό καταναλωτή. Επειδή όλα αυτά τα προϊόντα και ιδιαίτερα τα διαλύματα και οι παστίλλες λαιμού, παραδοσιακά κατέχουν υψηλή θέση διείσδυσης στην αγορά, θεωρώ ότι δεν μπορούν βραχυπρόθεσμα να σημειώσουν άνοδο. Αναμφισβήτητο νέες μορφές μπορούν να ανανεώσουν αυτή την αγορά, αλλά όχι άμεσα λόγω της μειούμενης αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών και της μεγαλύτερης τιμής που εκ

των πραγμάτων πάντα φέρουν οι βελτιωμένες φαρμακοτεχνικές μορφές».

Το Marketing της Arriani σχολιάζοντας την αγορά αναφέρει: «Όσον αφορά τα αντιβηχικά δεν υπάρχει ένδειξη προς το παρόν μη κάλυψής τους από τα ασφαλιστικά ταμεία. Συνεπώς η αγορά θα ακολουθήσει την τάση των τελευταίων ετών, που φαίνεται ότι είναι ελαφρώς πτωτική σε κομμάτια. Όσον αφορά τα προϊόντα για το λαιμό στο 1ο επτάμηνο του 2010 σε σύγκριση με το 1ο επτάμηνο του 2009, υπάρχει πτώση των πωλήσεων σε τεμάχια, η οποία πιστεύουμε ότι θα διατηρηθεί όλο το 2011».

Παράλληλα το Marketing του Consumer Health Care της Johnson & Johnson επισημαίνει ότι: «Η αγορά αναμένεται να έχει ανάπτυξη μόνο μέσα από ενέργειες διαφήμισης, προβολής και ενημέρωσης προς τους καταναλωτές, καθώς και από ενέργειες προώθησης μέσα στο φαρμακείο και λανσαρίσματα νέων προϊόντων. Σημαντικός πλέον γίνεται και ο ρόλος του φαρμακοποιού για τη σύσταση των κατάλληλων σκευασμάτων».

Παρατηρώντας τον καταναλωτή

Σύμφωνα με αξιόπιστες πηγές, το 48% του πληθυσμού παρουσιάζει συμπτώματα βήχα 2 φορές το χρόνο, με έμφαση το γυναικείο πληθυσμό (57% γυναίκες και 43% άνδρες), ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι το 30% χρησιμοποιεί μη αποζημιούμενα φάρμακα για να λύσει το πρόβλημα. Όσο για τον πονόλαιμο, σχεδόν το 24% του πληθυσμού παρουσιάζει προβλήματα με το λαιμό 1-2 φορές το χρόνο, με τις γυναίκες πάλι να έχουν το προβάδισμα.

Όσο αφορά την ελεύθερη ζήτηση αντιστοίχων προϊόντων, είναι γνωστό ότι υπάρχουν 2 τύποι πελατείας. Αυτοί που ζητούν επώνυμα ένα προϊόν γιατί το γνωρίζουν και έχουν εμπιστοσύνη σε αυτό, αλλά και αυτοί που απευθύνονται στο φαρμακοποιό για να τους προτείνει κάτι.

Γενικά με την έξοδο πολλών προϊόντων αυτής της αγοράς από τη λίστα, αναμένεται μακροπρόθεσμα να ανεβεί το ποσοστό της ελεύθερης ζήτησης από τους καταναλωτές, αλλά αναμφισβήτητα θα μειωθούν βραχυπρόθεσμα οι συνολικές πωλήσεις της κατηγορίας, αφού όπως διαφαίνεται η ελεύθερη ζήτηση δε θα καλύψει τα κενά της μειωμένης συνταγογράφησης.

Παρατηρούμε παράλληλα μια αρχόμενη συμπεριφορά του καταναλωτή, αυτή της «αυτοθεραπείας», που σημαίνει ακριβώς, ότι κάνει μια επιλογή προϊόντος, με ή χωρίς τη βοήθεια του φαρμακοποιού, για να αντιμετωπίσει συχνά και ήπια προβλήματα της υγείας του, όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ο βήχας ή ο πονόλαιμος.

Όσο για την επικοινωνία των μαρκών με τον κατανα-

λωτή, η κα. Αντύρα επισημαίνει:

«Εφόσον πρόκειται για ΜΗΣΥΦΑ, η απευθείας επικοινωνία με τον καταναλωτή, σε συνδυασμό με την προβολή των προϊόντων στο χώρο πώλησης και τη σύσταση του Φαρμακοποιού είναι η πιο αποδοτική μέθοδος. Επειδή μάλιστα αναφερόμαστε σε μια δι-αμορφωμένη, δηλαδή "ώριμη" αγορά από πλευράς όγκου, η επικοινωνία στα ΜΜΕ μπορεί να συμβάλει στην εκπαίδευση του καταναλωτή για την αναγκα-ότητα αναζήτησης ενός προϊόντος στο Φαρμακείο. Αυτό θα βοηθήσει να κρατηθεί η αγορά σε καλή επίπεδα». Αντίστοιχα το Marketing Health Care της J&J δηλώνει: «Πιστεύουμε ότι η διαφήμιση στα ΜΜΕ έχει βοηθητικό ρόλο, αλλά θεωρούμε πολύ πιο σημα-ντική την απευθείας σύσταση από το φαρμακοποιό, καθώς και την προβολή των προϊόντων μέσα στο φαρμακείο». Παράλληλα το Marketing Health Care της Reckitt Benckiser επισημαίνει ότι: «Οι πιο απο-δοτικές ενέργειες προώθησης των προϊόντων αυτής της αγοράς, ενώ μέχρι στιγμής ήταν η ενημέρωση των γιατρών μέσω των ιατρικών επισκεπτών, φαίνε-ται πως με τα νέα δεδομένα, η τηλεόραση θα είναι το σημαντικότερο μέσο. Συνεπώς, όσο περισσότερο χρήμα είναι διατεθειμένες οι εταιρείες να ξοδέψουν σε διαφήμιση, τόσο μικρότερη θα είναι η μείωση της κατηγορίας λόγω της κρίσης και των τελευταίων μέ-τρων στην υγεία!»

Οι εταιρείες και τα προϊόντα τους

Η **Boehringer Ingelheim** Ελλάς διαθέτει το **Mucosolvan®** (ambroxol hydrochloride), βλεν-νολυτικό - αποχρεμπτικό προϊόν RX, σε μορφές: Σιρόπι Ενηλί-κων (125ml/30mg/5ml), Σιρόπι Παιδιατρικό (125ml/15mg/5ml) και Κάψουλες παρατεταμένης αποδέσμευσης (20caps/75mg)



με εύκολο δοσολογικό σχήμα, μία κάψουλα ημερησίως, πρωτοποριακό στην κατηγορία των βλεννολυτικών. Το Mucosolvan μπορεί να συγχρηρηθεί με αντιβίωση, ενισχύει την απορρόφηση των αντιβιοτικών και είναι κατάλληλο και για διαβητικούς. Όλες οι μορφές του αποζημιώνονται από όλα τα ταμεία.

Από την ίδια εταιρεία και το **Bisolvon®**, βλεννολυτικό-αποχρεμπτικό



Από τον Σαλεπιτζή...



Εικόνες νοσταλγίας από το παρελθόν, με τον σαλεπιτζή να προσφέρει στο δρόμο μωρωδάτο σαλέπι για να ζεστάνει τους περαστικούς διαβάτες, να "γλυκάνει" το βήχα και ν' ανακουφίσει από το κρύο.

Σήμερα, από την Power Health στο φαρμακείο της γειτονιάς σας. Το Salepimel αποτελεί μία ακόμα πρωτοποριακή σύνθεσή της, η οποία βασίζεται σε ένα παραδοσιακό γυντό με σαλέπι, γνωστό ως το αντιβηχικό του Ιπποκράτη για τις εξαιρετικές μαλακτικές ιδιότητές του.

Το Salepimel είναι ένας μοναδικός συνδυασμός από εκχύλισμα σαλεπιού, μέλι και ατσερόλα δηλαδή βιταμίνη C. Ένα σιρόπι που προσφέρει άμεση ανακούφιση και μαλακώνει τον ξηρό βήχα με φυσικό τρόπο.

στο SalepiMel

Φυσικό σιρόπι
με σαλέπι και μέλι
για το χειμώνα



Κατάλληλο για όλη την οικογένεια

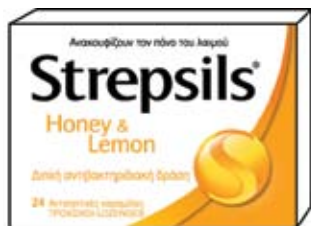
Power HEALTH

από το φαρμακείο της φύσης... στο φαρμακείο της γειτονιάς!

ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ 59, ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΑΝΟΙΧΤΗ ΓΡΑΜΜΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 210 2821 500
www.powerhealth.gr

προϊόν ΜΗΣΥΦΑ, αντιμετωπίζει αποτελεσματικά το βήχα, δρα άμεσα στο αναπνευστικό σύστημα και ρευστοποιεί τις βλεννώδεις εκκρίσεις, διευκολύνοντας την απόχρεμψή τους. Ενδείκνυται σε περιπτώσεις οξέων και χρόνιων βρογχοπνευμονικών παθήσεων όπως βρογχίτιδα, εμφύσημα, χρόνια ασθματική βρογχίτιδα, κ.λπ. Η δράση του είναι άμεση και αποτελεσματική. Είναι ένα από τα πλέον ασφαλή βλεννολυτικά – αποχρεμπτικά για όλη την οικογένεια, αποδεικνύοντας την αποτελεσματικότητα και την ανοχή του από τον οργανισμό τα 28 χρόνια που κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά. Κυκλοφορεί σε Σιρόπι (250ml/8mg/5ml), Δισκία και Διαλυτά Δισκία (16 tabs), που διαλύονται σε ζεστό ή κρύο νερό, με γεύση λεμόνι. Όσον αφορά τις ενέργειες επικοινωνίας της εταιρείας, αναφέρουμε αφενός την ενημέρωση της ιατρικής κοινότητας: Παθολόγους, Γενικούς Γιατρούς, Πνευμονολόγους, αλλά και ενέργειες προώθησης στα Φαρμακεία, όπως: διαμόρφωση βιτρίνας, stand πάγκου, ενημερωτικά έντυπα για τον καταναλωτή για την αντιμετώπιση / πρόληψη βήχα, κρυολόγημα, καθώς και ειδικές προβολές. Τέλος, σημαντικές επενδύσεις γίνονται και στη διαφήμιση από τον Τύπο και την τηλεόραση, καθώς και από το internet.

Τα προϊόντα της **Reckitt Benckiser** για ανακούφιση από τον πονόλαιμο είναι οι παστίλιες **Strepsils®** που κατέχουν ηγετική θέση στην κατηγορία τους. Υπάρχουν δύο σειρές Strepsils:



η sensorial (βασική) και η (έντονου πόνου) intensive. Η βασική σειρά Strepsils αποτελείται από τις γεύσεις: Lemon Sugar free, Strawberry Sugar free, Cool και Classic, ενώ η έντονου πόνου από το Strepfen. Η βασική σειρά έχει σαν δραστικές ουσίες 1,2 mg 2,4 - Dichlorobenzyl alcohol και 0,6 mg Amylmetacresol, ενώ το Strepfen περιέχει Flurbiprofen 8,75 mg. Κανένα από τα Strepsils δεν περιέχει αντιβιοτικό και επίσης προτείνονται 2 γεύσεις χωρίς ζάχαρη.

Το Marketing Health Care της εταιρείας, μας πληροφορεί: «Χρησιμοποιούμε πάντα πολύ μεγάλο αριθμό



GRP's (μονάδες πίεσης τηλεοπτικού κοινού), έτσι ώστε να υποστηρίξουμε τα προϊόντα μας. Διαρκώς δημοσιεύουμε άρθρα σε περιοδικά, χρησιμοποιούμε προωθητικά υλικά μέσα στο φαρμακείο (windows dressing, door stickers, etc), καθώς και ειδικά Stands, δημιουργούμε ενημερωτικά φυλλάδια καταναλωτή, παίρνουμε μέρος σε συνέδρια και μέχρι το τέλος του 2010 θα ξεκινήσουμε να ενημερώνουμε τους γιατρούς, τους φαρμακοποιούς και τους ασθενείς μέσα από τη διαδικτυακή πλατφόρμα μας»

Από την εταιρεία **Farmacyn** προτείνεται το **Prospan®** που ανήκει στην κατηγορία των αποχρεμπτικών - βλεννολυτικών, έχει όμως



και βρογχοδιασταλτική δράση. Η κύρια δραστική του ουσία είναι η σαπωνίνη a-hederin, η οποία δρα τόσο στα κυψελιδικού τύπου πνευμονικά κύτταρα, όπου προάγει τη δημιουργία surfactant, όσο και στα βρογχικά κύτταρα, όπου μειώνει το ενδοκυτταρικό ασβέστιο, ενισχύοντας τη βρογχοδιασταλτική δράση της αδρεναλίνης. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα το Prospan® να ρευστοποιεί

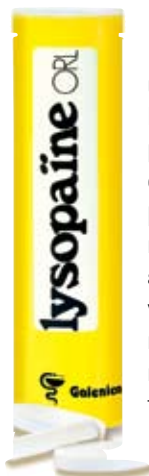
καλύτερα τις βλέννες και να βοηθά τον ασθενή να κάνει καλύτερη απόχρεμψη. Επίσης η βρογχοδιασταλτική δράση του ελευθερώνει την αναπνοή του ασθενούς. Κυκλοφορεί σε σιρόπι και αναβράζοντα δισκία και χορηγείται με ιατρική συνταγή.

Από την ίδια εταιρεία και το **Trachisan®**. Πρόκειται για τροχίσκους για τον πονόλαιμο σε περιπτώσεις φαρυγγίτιδας, λαρυγγίτιδας ή κυνάγχης. Η αποτελεσματικότητά του οφείλεται σε ένα μοναδικό συνδυασμό τοπικών δραστικών συστατικών. Περιέχει λιδοκαΐνη, τοπικό αναισθητικό που προσφέρει άμεση ανακούφιση στον ασθενή και ένα συνδυασμό tyrothricin και chlorexidine, που καταπολεμά αναερόβια και

μύκητες, καθώς αναπτύσσει αντιβακτηριδιακή και αντική δράση. Είναι ευχάριστο στη γεύση και πλήρως αποδεκτό από τους ασθενείς.

Το Trachisan® χορηγείται με ιατρική συνταγή.





Από την **Olvos Science** διατίθεται το πλέον καθιερωμένο σκεύασμα στην ιστορία του πονόλαιμου, το **Lysopaine®**. Ενδείκνυται για την αντισηψία της στοματοφαρυγγικής περιοχής σε περιπτώσεις όπως πόνος, γδάρσιμο, φαγούρα, βραχνάδα, δυσκολία στην κατάποση και ξηρότητα. Η συνέργεια των τριών ενεργών συστατικών του, εξασφαλίζει γρήγορη ανακούφιση και άμεσο θεραπευτικό αποτέλεσμα. Χάρη στην καταπραϊντική, αντιμικροβιακή και επουλωτική του δράση, αντιμετωπίζει γρήγορα τα συμπτώματα από την αρχή, αποτρέποντας την περαιτέρω επιδείνωσή τους. Το Lysopaine® αποτελεί την ολοκληρωμένη λύση στα προβλήματα του πονεμένου και ερεθισμένου λαιμού.

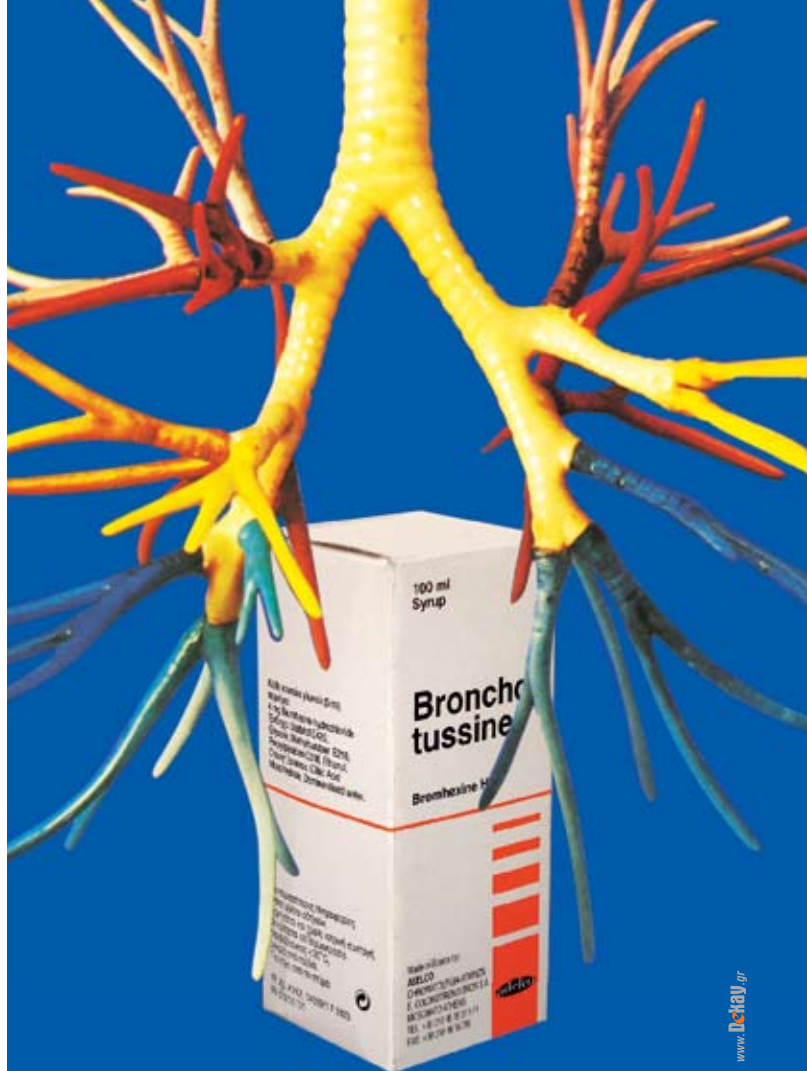
Η **Galenica** διαθέτει στην αγορά των αποχρεμπτικών - βλεννολυτικών το **Duxil®**, το οποίο διατίθεται στην πρωτοποριακή φαρμακοτεχνική μορφή του σιροπιού σε συσκευασία μιας δόσης, που εξασφαλίζει δοσολογική ακρίβεια και άριστη συμμόρφωση του ασθενούς. Η συσκευασία του αποτελείται από 6 προγεμισμένους περιέκτες των 10 ml Carbocysteine Lysine Monohydrate, που αντιστοιχεί σε Carbocysteine Lysine 2.7 gr. Προτείνεται έτσι το πλέον απλό και εύκολο δοσολογικό σχήμα, καθώς λαμβάνεται μία φορά την ημέρα ένας προγεμισμένος περιέκτης (κουταλάκι) μιας δόσης. Ο ασθενής έχει τη δυνατότητα οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας να πάρει τη δόση του, καθώς μπορεί να την έχει μαζί του όταν εργάζεται ή στις λοιπές καθημερινές του δραστηριότητες.

Το Duxil αποκαθιστά το ιξώδες και την ελαστικότητα όλων των βλεννωδών εκκρίσεων κατά τρόπο δοσοεξαρτώμενο και χάρη στον ειδικό μηχανισμό δράσης επί των εκκριτικών κυττάρων της βλέννης, αυξάνει τη σύνθεση της σιελοβλεννίνης, που αποτελεί κύριο συστατικό όλων των εκκρίσεων των αεροφόρων οδών.

Συνχορηγείται με τα αντιβιοτικά με κλινικά αποδεδειγμένη θεραπευτική συνέργεια, είναι

κατάλληλο για διαβητικούς και χορηγείται με ιατρική συνταγή.

Από την **Adelco** και το βλεννολυτικό - αποχρεμπτικό **BRONCHOTUSSINE®** (bromexine HCL) σε σιρόπι 100ml. Βοηθάει στη μεγαλύτερη και



**Για την απελευθέρωση των βρόγχων
από τις εκκρίσεις
και την διευκόλυνση της αναπνοής
στις οξείες και χρόνιες
βρογχοπνευμονικές παθήσεις.**

Bronchotussine

(Υδροχλωρική Βρωμεξίνη)

Βλεννολυτικό-Αποχρεμπτικό

ΑΘΗΝΑ: ΠΕΙΡΑΙΩΣ 37, ΜΟΣΧΑΤΟ, ΤΗΛ. 210 48 19 311
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΠΑΤΡ. ΙΩΑΚΕΙΜ 5, ΤΗΛ. 2310 239 270

ευκολότερη απόχρεμψη των βλεννώδων εκκρίσεων και στη διευκόλυνση της αναπνοής. Ενδείκνυται για οξείες και χρόνιες βρογχίτιδες, βροχοπνευμονίες, αποφρακτικές πνευμονοπάθειες. Είναι εύληπτο με γεύση τσέρι. Για το προϊόν αυτό, η εταιρεία εκτός από την ιατρική επίσκεψη στους γιατρούς, δίνει μεγάλη έμφαση και στην ενημέρωση των φαρμακοποιών.

Από την **Sanofi Aventis** το βλεννολυτικό σιρόπι **MUCOTHIOL®** (καρβοκυστεΐνη), που ρευστοποιεί τις

βρογχικές εκκρίσεις, διευκολύνοντας κατ' αυτό τον τρόπο την απόχρεμψη. Κυκλοφορεί σε δύο μορφές σε συσκευασία 200 ml και χωρίς ζάχαρη: Σιρόπι ενήλικων 250mg/5ml, και Σιρόπι για παιδιά 100mg/5ml με γεύση κεράσι.

Στη κατηγορία των αντιβηχικών, το **Sinecod®** της **Novartis**, είναι το No 1 αντιβηχικό

στην καταπολέμηση του ξηρού μη παραγωγικού βήχα. Καταστέλλει άμεσα το βήχα και διευκολύνει την αναπνευστική λειτουργία. Χάρη στην αποτελεσματικότητα του συστατικού κιτρική βουταμράτη που περιέχει, μπορεί και δρα στο κέντρο του βήχα, προσφέροντας άμεση ανακούφιση.

Το Sinecod® είναι καλά ανεκτό ακόμα και σε υψηλές δόσεις και εμφανίζει σπάνια ανεπιθύμητες ενέργειες. Το Sinecod® αποτελεί διαχρονική αξία στην καταστολή του ξηρού μη παραγωγικού βήχα.

Από την **Arriani** και το αντιβηχικό σιρόπι **LevoTuss®** με δραστική ουσία τη λεβοδροπροπιζίνη, το οποίο ενδείκνυται για ανακούφιση από τον ξηρό, μη παραγωγικό βήχα. Είναι το μοναδικό αντιβηχικό με περιφερική δράση και ταυτόχρονη αντιαλλεργική και αντιβρογχοσπαστική δραστηριότητα. Επιπλέον δεν καταστέλλει την κάθαρση της βλέννης, ούτε την αναπνευστική λειτουργία και δεν αλληλεπιδρά με άλλα φάρμακα. Είναι συνταγογραφούμενο φάρμακο και κατάλληλο για παιδιά και διαβητικούς.



Από την ίδια εταιρεία και το **SOLU-KET®** αντιφλεγμονώδες και αναλγητικό διάλυμα για στοματικές πλύσεις, με δραστική ουσία το μετά λυσίνης άλας της κετοπροφαίνης. Ενδείκνυται για την ανακούφιση των ερεθιστικών και φλεγμονωδών καταστάσεων της στοματικής κοιλότητας.

Δεν αλληλεπιδρά με άλλα φάρμακα και δεν έχει ανεπιθύμητες ενέργειες, λόγω της τοπικής του δράσης.

Είναι συνταγογραφούμενο φάρμακο και κατάλληλο για διαβητικούς.



Στην κατηγορία των στοματοφαρυγγικών διαλυμάτων, η **Johnson & Johnson Ελλάς** προτείνει το **Hexalen®**, το μεγαλύτερο σε πωλήσεις στο φαρμακείο και πολύ καταξιωμένο. Περιέχει τη δραστική ουσία Εξετιδίνη, ένα ισχυρό αντισηπτικό κατάλληλο για την αντιμετώπιση φλεγμονών και λοιμώξεων της στοματοφαρυγγικής κοιλότητας με πολύ καλό προφίλ ασφαλείας. Βασικό της πλεονέκτημα είναι ότι έχει μεγάλο αντιμικροβιακό φάσμα και μεγάλο εύρος ενδείξεων.

Το Hexalen διατίθεται στις εξής μορφές:

- **Hexalen solution**, 0,1% Hexetidine, στοματοφαρυγγικό διάλυμα για πλύσεις και γαργάρες 200 ή 400ml, για την τοπική θεραπεία των λοιμώξεων του στόματος, του φάρυγγα και των συνεπειών τους (φλεγμονές). Κυκλοφορεί σαν ΜΗΣΥΦΑ.

- **Hexalen spray**, 0,2% Hexetidine, στοματοφαρυγγικό εκνέφωμα για την αντισηψία εντοπισμένων περιοχών της στοματικής κοιλότητας, 40ml. Κυκλοφορεί σαν Συνταγογραφούμενο Φάρμακο.

Οι ενέργειες επικοινωνίας για το Hexalen® κυρίως εστιάζονται στην ενημέρωση των επιστημόνων υγείας, φαρμακοποιών και γιατρών, για να τους υποστηρίξουν στη σύσταση του προϊόντος.



ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΦΥΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ

Η **Power Health** συνδύασε την παράδοση και τη γνώση, με την εμπειρία 27 χρόνων στα εναλλακτικά προϊόντα υγείας και δημιούργησε το **Salepimel**, το οποίο βασίζεται σε μία παραδοσιακή φυσική συνταγή με σαλέπι, γνωστό ως το αντιβηχικό του Ιπποκράτη, με εξαιρετικές μαλακτικές και αντισηπτικές ιδιότητες για την ανακούφιση από το σπαστικό βήχα. Το **Salepimel** αποτελεί ένα μοναδικό συνδυασμό από εκχύλισμα σαλεπιού, μέλι και ατσέρόλα, δηλαδή βιταμίνη C. Δρα καταπραυντικά και ανακουφίζει αμέσως με απόλυτα φυσικό τρόπο. Έχει υπέροχη γεύση και είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια.



Από την ίδια εταιρεία και η «**Οικογένεια Alpenkraft**» για φυσική αντιμετώπιση στα χειμωνιάτικα συμπτώματα. Η σειρά περιλαμβάνει:

- **Alpenkraft Syrup**, 100% φυσικό σιρόπι με παραδοσιακά φυτά, ανακουφίζει από το κρυολόγημα, τον ερεθισμένο λαιμό και τον ενοχλητικό βήχα.
- **Καραμέλες Alpenkraft**, με θυμάρι, ευκάλυπτο, πεύκο, αιθέρια έλαια και μέλι που μαλακώνουν το λαιμό, ανακουφίζουν από το βήχα και τη βραχνάδα, και κρατούν την αναπνοή δροσερή.
- **Alpenkraft τσάι**, ρόφημα με θεραπευτικό φυτά που ανακουφίζει από το βήχα και το κρυολόγημα.

Η **APIVITA** προτείνει και αυτή φυσικά προϊόντα φυτοθεραπείας, με τις σειρές προϊόντων **PROPOLIS** και **EUCALYPTUS** για την τόνωση του οργανισμού και την ενίσχυση της άμυνάς του κατά τη διάρκεια του κοινού κρυολογήματος.

Η **APIVITA** είναι η πρώτη ελληνική εταιρεία που αξιοποίησε την πρόπολη, γνωστή για τις αντιμικροβιακές, αντιμυκητιασικές, αντιβιοτικές, αντισηπτικές, επουλωτικές, αντιικές και αντιοξειδωτικές της ιδιότητες. Η πολύχρονη εμπειρία της στα μελισσοκομικά προϊόντα, αλλά και τα δικά της μελίσσια, της δίνουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε υψηλής βιολογικής αξίας και καθαρότητας πρόπολη και μέλι, εξασφαλίζοντας έτσι την αποτελεσματικότητα των προϊόντων της. Στα προϊόντα **PROPOLIS**, παστίλιες και σιρόπι, συνδυάζονται με ιδανικό τρόπο η πρόπολη και το μέλι, με ειδικά επιλεγμένα εκχυλίσματα βοτάνων της ελληνικής φύσης (θυμάρι, αλθέα, φασκόμηλο), καθώς και αιθέρια έλαια Tea Tree και Cajeput, που παραδοσιακά χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση του κοινού κρυολογήματος.

Παράλληλα, η σειρά **EUCALYPTUS** αξιοποιεί τα φαρμακευτικά βότανα (Ευκάλυπτος, Δενδρολίβανο, Πεύκο και Εχινάκεα). Ιδιαίτερα τονίζονται οι θεραπευτικές ιδιότητες του ευκαλύπτου, που παραδοσιακά χρησιμοποιείται για να αντιμετωπιστούν τα συμπτώματα του κρυολογήματος, όπως βήχας, μυϊκοί πόνοι, πυρετός, ρινική συμφόρηση και άλλα.



Το μέλλον της αγοράς και ο ρόλος του φαρμακοποιού

Μέσα από την κρίση της φαρμακευτικής αγοράς και τα τελευταία δεδομένα στις τιμές και στις λίστες φαρμάκων, υπάρχουν κίνδυνοι αλλά και ευκαιρίες. Εδώ η κυρία Αθηνά Αντύρα, Marketing Manager του Consumer Health Care της Boehringer Ingelheim Ελλάς, επισημαίνει: «Υπάρχει κίνδυνος να ατονήσει από πλευράς εταιριών η υποστήριξη της κατηγορίας αυτής (βήχας, πονόλαιμος) στα αντίστοιχα κοινά στόχους, αλλά και για τους φαρμακοποιούς υπάρχει η ευκαιρία διατήρησης μιας υγιούς και ασφαλούς κατηγορίας με την ενεργή υποστήριξη όλων των μερών. Η προβολή τέτοιων προϊόντων, ειδικά για τα ΜΗΣΥΦΑ, στην περίοδο της εποχικότητάς τους (Οκτώβριος - Φεβρουάριος) πάνω στον πάγκο, η ειδική προβολή τους στο ράφι, καθώς και η συγχροήγηση τους εάν υπάρχει συνταγή για αντιβίωση με πάθηση του αναπνευστικού, είναι απλές ενέργειες που θα αυξήσουν τον τζίρο και θα αναδείξουν το συμβουλευτικό τους ρόλο».

Παράλληλα το Marketing Health Care της J&J δηλώνει: «Η απελευθέρωση της αγοράς, τα νέα προϊόντα και η υποστήριξή τους από τις εταιρίες, είναι παράγοντες που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη της αγοράς. Κρίσιμο είναι να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο ο ρόλος του φαρμακοποιού, με ενεργή σύσταση / πώληση στην κατηγορία, εμπιστευόμενοι τα αποτελεσματικά προϊόντα αυτής της κατηγορίας».

Αλλά και το Marketing Health Care της Reckitt Benckiser συμβουλεύει:

«Οι φαρμακοποιοί θα πρέπει να προσπαθήσουν να πιο ανοικτοί σε καινοτομίες και σε νέες ιδέες. Ο χώρος του φαρμακείου είναι ένας χώρος που μπορεί να αναπτυχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό και έχει μεγάλη σημασία για αυτούς να ξεχωρίσουν ποια είναι τα προϊόντα που φέρνουν αξία στο φαρμακείο τους. Πρέπει λοιπόν να δραστηριοποιηθούν και στην προβολή και το merchandising των προϊόντων υγείας και όχι μόνο των καλλυντικών, όπως η δημιουργία ραφίου, κατάλληλης σήμανσης και stands και γιατί όχι και βιτρίνας, γιατί αυτά τα εργαλεία θα προσδώσουν ακόμα μεγαλύτερη αξία στις πωλήσεις τους. Τέλος, δεν πρέπει να ξεχάσουν το ρόλο τους, που είναι αυτός του γιατρού της γειτονιάς. Άρα είναι επιφορτισμένοι με το έργο του να επιμορφώσουν τους ασθενείς τους για τα προϊόντα που χρειάζονται σε κάθε περίπτωση, έχοντας σαν εγγύηση πάνω από όλα, εκτός της αποτελεσματικότητας των προϊόντων, τον υψηλό δείκτη ασφάλειάς τους».

Τέλος, ιδιαίτερα για την αγορά των ΜΗΣΥΦΑ, το marketing της Adelco καταθέτει τη γνώμη του: «Η εξέλιξη της αγοράς των ΜΗΣΥΦΑ πιστεύουμε ότι δε θα είναι άμεσα θετική, λόγω της οικονομικής δυσπραγίας, με εξαίρεση τα φθηνά προϊόντα που θα τύχουν καλύτερης αντιμετώπισης από το καταναλωτικό κοινό. Οι κινήσεις που πρέπει να γίνουν είναι εκτός από τη διαφήμιση στα ΜΜΕ και οι προσφορές των εταιρειών προς τα φαρμακεία, για καλύτερα περιθώρια κέρδους. Το μέλλον της κατηγορίας φυσικά διαγράφεται μάλλον αίσιο, αρκεί και ο φαρμακοποιός να προσεγγίζει σωστά τον πελάτη του, να ακούει το πρόβλημά του και να του προτείνει μια ολοκληρωμένη λύση υγείας».

Πόπη Χαραμή

ΚΟΨΤΕ ΤΟΥΣ ΤΟ ΒΗΧΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΝΑΧΙ, Οχι Τις Πωλήσεις!

Ο χειμώνας έχει μπει για τα καλά και μαζί με το κρύο και τις βροχές κάνουν την εμφάνισή τους και οι συχνές παθήσεις του χειμώνα, όπως η γρίπη, το κρυολόγημα, ο βήχας, το συνάχι και ο πονόλαιμος.

Ποιο θα είναι όλο το “σκηνικό” της επικοινωνίας μας, οπτικής και λεκτικής, για να ανταποκριθούμε καλύτερα σαν επαγγελματίες υγείας;

Ανακαλύψτε το σε αυτό το άρθρο.



Είναι γεγονός ότι έχει μειωθεί αισθητά ο όγκος συνταγογράφησης, αλλά και ο τζίρος των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, ενώ πολλοί είναι οι πελάτες που προτιμούν τη συμβουλή του φαρμακοποιού, από την επίσκεψη στον γιατρό. Παραπονιούνται για λαιμό που γδέρνει, μπουκωμα και καταρροή. Εμείς μπορούμε να τους βοηθήσουμε και να απαλύνουμε αυτά τα συμπτώματα, ενώ ταυτόχρονα θα αυξήσουμε την κερδοφορία μας, καθώς και τις πωλήσεις των OTC προϊόντων. Πρώτα απ' όλα θα πρέπει να προετοιμάσουμε το έδαφος κατάλληλα για να υποδεχτούμε αυτή τη μεγάλη κατηγορία πελατών.

ΒΗΜΑΤΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ

1. Αλλάζουμε την εικόνα του φαρμακείου

Μιας και μπήκε ο χειμώνας θα πρέπει να προσαρμόσουμε και την εικόνα του φαρμακείου μας, "ντύνοντάς το με πιο χειμωνιάτικα ρούχα". Αποσύρουμε από τα ράφια, τις βιτρίνες και τις γόνδολες, αν δεν το έχουμε ήδη κάνει, οτιδήποτε θυμίζει καλοκαίρι, όπως αντιηλιακά, εντομοαπωθητικά, αλλά και τυχόν διακοσμητικά, ήλιους, ομπρελίτσες, βαρκούλες, αστερίες κ.λπ. Χρησιμοποιούμε πιο γήινα χρώματα, όπως το καφέ και το σκούρο πράσινο, για να ντύσουμε τις βιτρίνες και τα υλικά προβολής που χρησιμοποιούμε.

Μπορούμε να επιλέξουμε ένα χειμωνιάτικο θέμα και να δημιουργήσουμε μια βιτρίνα γύρω από αυτό, όπως π.χ. να δημιουργήσουμε ένα χειμωνιάτικο τοπίο με ψεύτικο χιόνι, έλατα και ένα χιονάνθρωπο και να τοποθετήσουμε τα προϊόντα που θέλουμε να προβάλλουμε πάνω σε έλκηθρα ή ανάμεσα σε κασκόλ, γάντια και σκούφους.

2. Δημιουργούμε την κατάλληλη ατμόσφαιρα

Μέσα στο φαρμακείο επιλέγουμε μουσική που να θυμίζει χειμώνα, ενώ δεν παραλείπουμε τις ημέρες των γιορτών να παίξουμε και τα παραδοσιακά Χριστουγεννιάτικα τραγούδια. Βάζουμε αιθέρια έλαια πορτοκάλι, κανέλα και περγαμόντο για γλυκιά ατμόσφαιρα ή ένα μίγμα από ευκάλυπτο και tea tree για να βοηθάμε την αναπνοή και να σκοτώνουμε τα μικρόβια. Πολλοί θα μας ρωτήσουν τι μυρίζει τόσο όμορφα ή τι είναι αυτό που τους βοήθησε να πάρουν ανάσα.

Φροντίζουμε να έχουμε πάντα έτοιμα μπουκαλάκια με το μίγμα αιθέριων ελαίων που χρησιμοποιήσαμε προς πώληση.

3. Ξεστοκάρουμε τα περσινά προϊόντα

Ελέγχουμε προσεκτικά τις ημερομηνίες λήξεως στα περσινά εμπορεύματα που μπορεί να μας έχουν μείνει και δεν μπορέσαμε να επιστρέψουμε στις εταιρίες

και αφού βεβαιωθούμε ότι είναι ασφαλή προς πώληση, τα βάζουμε στην πρώτη σειρά στα ράφια ώστε να φύγουν πρώτα.

4. Μελετάμε προσεκτικά τις αγορές μας

Οργανώνουμε νωρίς τις προμήθειές μας με προπαραγγελίες, καθώς και την αποθήκη μας, ελέγχοντας τα αποτελέσματα των προηγούμενων χρόνων σε πωλήσεις, ώστε να βάλουμε τις σωστές ποσότητες που θα χρειαστούμε και ούτε να υπερφορτωθούμε προϊόντα, αλλά και να είμαστε καλυμμένοι για ολόκληρο το χειμώνα, πετυχαίνοντας τις καλύτερες εκπτώσεις.

5. Φροντίζουμε το merchandising

Δημιουργούμε χώρους όπου θα προβάλλουμε συγκεντρωμένα τα προϊόντα του χειμώνα ανά κατηγορία και με την κατάλληλη σήμανση: γρίπη, συνάχι, βήχας, πονόλαιμος. Αναμιγνύουμε προϊόντα αναγνωρίσιμα με άλλα πιο δύσκολα να πουληθούν, ώστε να αυξήσουμε τις αυθόρμητες πωλήσεις. Πίσω από τον πάγκο, εκεί όπου δεν έχει άμεση πρόσβαση ο πελάτης, αλλά μπορεί να τα δει και να ρωτήσει, βάζουμε στα ράφια τα φαρμακευτικά σκευάσματα: σιρόπια, γαργάρες, παστίλιες για το λαιμό και διαλύματα, καθώς και μια πανκάρτα που ενημερώνει για το αντιγριππικό εμβόλιο. Πάνω στον πάγκο και κυρίως στο χώρο του φαρμακοπωλείου, σε μέρος όπου έχει πρόσβαση ο ίδιος ο πελάτης, θα βάλουμε OTC προϊόντα, όπως φυτικά σιρόπια, καραμέλες για το λαιμό, βιταμίνες, προϊόντα Echinacea, κ.λπ. Μπορούμε να κάνουμε ένα θεματικό merchandising με όλα τα ανωτέρω συγκεντρωμένα πάνω σε μια γόνδολα προβολής, βάζοντας και μια καρτολίνα με το μήνυμα: "Φροντίστε την υγεία σας το χειμώνα". Μπορούμε μάλιστα να δημιουργήσουμε καρτελάκια που εξηγούν με λίγα λόγια τι κάνει το κάθε προϊόν, ώστε να μπορεί ο πελάτης από μόνος του να ρίξει μια πρώτη ματιά και να διαλέξει.

6. Φροντίζουμε την εκπαίδευση της ομάδας

του φαρμακείου, όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, τις ενδείξεις και αντενδείξεις και τον τρόπο χρήσης κάθε προϊόντος, καθώς και για τους συνδυασμούς που μπορούμε να προτείνουμε για καλύτερα αποτελέσματα. Δημιουργούμε μαζί τους σεσάκια πωλήσεων (όπως τα παραδείγματα που δίνονται παρακάτω), τα οποία να μπορούν να χρησιμοποιήσουν ώστε να προτείνουν το κατάλληλο προϊόν, αλλά και να κάνουν μια έξυπνη συμπληρωματική πώληση ανάλογα με την πάθηση του κάθε πελάτη.

7. Θέτουμε στόχους της σεζόν μαζί με την ομάδα

του φαρμακείου, καθώς και το πλάνο εργασίας του καθενός ξεχωριστά, ενώ φροντίζουμε όλοι μαζί ώστε να τους πετύχουμε!

5 Περιπτώσεις επικοινωνίας με τον πελάτη

Παρακάτω θα δούμε 5 διαφορετικές περιπτώσεις ασθενών, καθώς και τα προϊόντα που μπορούμε να τους προτείνουμε.

1. Με “γδέρνει” ο λαιμός μου! Έχει αρχίσει να με πονάει και τον νιώθω “ζερό”!

Κάνω ήδη τα γνωστά: Πίνω ζεστά ροφήματα και χρησιμοποιώ καραμέλες που “μαλακώνουν” το λαιμό. Αρκούν όμως τα παραπάνω; Μήπως πρέπει να πάρω αντιβίωση;

Η απάντησή σας μπορεί να είναι

“Πράγματι ο πονόλαιμος μπορεί να γίνει πολύ ενοχλητικός, μπορούμε να ανακουφίσουμε όμως τα συμπτώματά του με ένα ήπιο αναλγητικό, όπως αυτό εδώ που θα σας περιορίσει τον πόνο, ενώ αντί για απλές καραμέλες θα σας πρότεινα αυτές που έχουν στη σύνθεσή τους δραστικούς αντιμικροβιακούς παράγοντες που καταπολεμούν ένα ευρύ φάσμα μικροοργανισμών, οι οποίοι προκαλούν τις στοματικές λοιμώξεις και το αίσθημα πόνου στο λαιμό. Έτσι, σαν αποτέλεσμα της αντισηπτικής προστασίας προσφέρουν και καταπραυντική δράση. Επίσης, για να ενισχύσετε την άμυνα του οργανισμού σας θα σας πρότεινα να ξεκινήσετε μια αγωγή με βιταμίνη C, με την οποία δε θα δείτε άμεσα αποτέλεσμα, αλλά θα βοηθήσει την άμυνα του οργανισμού σας και τη γρηγορότερη ανάρρωσή σας. Τέλος, θα σας πρότεινα να συνεχίσετε να πίνετε ζεστά-όχι καυτά- ροφήματα, όπως το τσάι, στο οποίο να προσθέσετε λίγο λεμόνι και μια κουταλιά μέλι, ενώ να προσέχετε να τνύνεστε καλά και να μην έχετε εκτεθειμένους στο κρύο το θώρακα και το λαιμό σας. Εάν και εφόσον τα συμπτώματα είναι ιδιαίτερα έντονα και επίμονα, ή κάνετε υψηλό πυρετό, ο μόνος αρμόδιος να αποφασίσει ποια αντιβίωση θα πάρετε και για πόσο διάστημα, είναι ο γιατρός σας!”

2. Εδώ και λίγες μέρες έχω πολύ έντονο βήχα, ειδικά το βράδυ που πάω να ξαπλώσω, που δε με αφήνει να κοιμηθώ. Επίσης, με πονάει και ο λαιμός μου, αλλά δεν έχω φλέγματα ή καταρροή. Τι να κάνω;

Η απάντησή σας μπορεί να είναι

“Από τα λεγόμενά σας βλέπω ότι ο βήχας σας είναι ξηρός και για να τον αντιμετωπίσετε σας συμβουλεύω να πάρετε ένα αντιβηχικό και αντιερεθιστικό

Ο ΕΙΔΙΚΟΣ ΜΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΙ

Κρυολόγημα και εποχιακές ιώσεις: Οι «απειλές» της υγείας το χειμώνα

Ευστάθιος Σκληρός

Πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Έρευνας & Εκπαίδευσης στην Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας - Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Κρήτης

Το καλοκαίρι πέρασε και ο χειμώνας είναι ήδη εδώ, φέρνοντας μαζί του τη γρίπη, το κρυολόγημα και τις εποχιακές ιώσεις που αφορούν κυρίως στο αναπνευστικό σύστημα και ταλαιπωρούν μικρούς και μεγάλους.

Οι ιώσεις προκαλούνται από ιούς που μεταδίδονται από άνθρωπο σε άνθρωπο, κυρίως μέσω του βήχα και του φταρνίσματος. Οι ιοί αυτοί γίνονται επιβλαβείς εάν εισχωρήσουν στον οργανισμό. Προσκολλώνται στο εσωτερικό της μύτης ή του λάρυγγα/λάρυγγα (γι’ αυτό νιώθουμε τις ενοχλήσεις στη μύτη ή το γνωστό γρατσούνισμα στο λαιμό) και εξαπλώνονται στο αναπνευστικό σύστημα και πιο σπάνια στους πνεύμονες. Ως απάντηση, το ανοσοποιητικό σύστημα κατακλύζει αυτές τις περιοχές με τα λευκά αιμοσφαίρια, τα οποία και λειτουργούν ως αντιμολυσματικοί παράγοντες.

Οι συνεχείς εναλλαγές της θερμοκρασίας είναι η κύρια αιτία εμφάνισης μιας ίωσης, ενώ η κακή διατροφή, η κούραση και η αυξημένη υγρασία, αποτελούν επιπλέον παράγοντες για κρούσματα ρινοφαρυγγίτιδας, αμυγδαλίτιδας κ.ά.

Το κοινό κρυολόγημα είναι το συχνότερο μεταδοτικό νόσημα της εποχής, το οποίο συνήθως συνοδεύεται από βήχα, καταρροή και πυρετό. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής, που χαρακτηρίζεται από την έλλειψη σωματικής άσκησης, από την κακή διατροφή και το κάπνισμα, παράγοντες που εξασθενούν τις άμυνες του οργανισμού, «συμβάλλει» στην αύξηση των ιώσεων, αλλά και των ασθενών.

Σύμφωνα, μάλιστα, με τα αποτελέσματα των ερευνών από επιστήμονες γιατρούς, ένας ενήλικας πέφτει δύο με τέσσερις φορές το χρόνο στο κρεβάτι με κρυολόγημα, ενώ στα παιδιά η συχνότητα εμφάνισης μιας ίωσης είναι διπλάσια.

Οι γιατροί συνιστούν προσοχή σε κλειστούς χώρους, συχνή πλύση των χεριών και καλό καθαρισμό των επιφανειών και αντικειμένων, με τα οποία υπάρχει καθημερινή επαφή. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δείξουν οι γονείς, καθώς οι παιδικοί σταθμοί και τα νηπιαγωγεία μετατρέπονται σε εστίες ιώσεων.

Ένα μεγάλο ποσοστό ασθενών με γρίπη ή κρυολόγημα ή κάποια εποχιακή ίωση, έχει την τάση να προχωρά σε αλόγιστη χρήση φαρμάκων, χωρίς μάλιστα τη συμβουλή ενός γιατρού ή φαρμακοποιού, κάτι το οποίο αντί να βοηθά, επιβαρύνει τον οργανισμό. Οι ειδικοί τονίζουν πως ότι χειρότερο για την αντιμετώπιση των ιώσεων είναι η λήψη αντιβιοτικών. Άλλωστε, οι ιοί εξελίσσονται συνεχώς και έτσι τα φάρμακα δεν μπορούν να τους καταπολεμήσουν.

**Όλα όσα
πρέπει να ξέρουν
οι πελάτες σας
για την
αντιμετώπιση
του βήχα**

Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι βήχα;

Βασικά, υπάρχουν 2 τύποι βήχα: ο παραγωγικός και ο μη-παραγωγικός.

Μη-παραγωγικός βήχας (Ξηρός βήχας).

Ο μη-παραγωγικός βήχας είναι ξηρός, γαργαλάει και ενοχλεί. Μπορεί να οφείλεται σε αλλεργία ή σε νεύρωση ή σε άλλες σοβαρότερες ασθένειες. Γι' αυτό εάν η διάρκεια του ξεπερνάει τις 8-10 ημέρες, θα πρέπει να συμβουλευτείτε τον Ιατρό σας.

Παραγωγικός βήχας.

Ο παραγωγικός βήχας οφείλεται συνήθως σε ιογενή ή βακτηριακή λοίμωξη. Αυτός ο τύπος του βήχα απομακρύνει τα φλέγματα που έχουν σχηματιστεί στις διόδους του αναπνευστικού μας συστήματος, ώστε να εξαφανισθούν η παθολογική βλέννα και τα μικρόβια από την αναπνευστική οδό και να διευκολυνθεί η αναπνοή.

Στον παραγωγικό βήχα βοηθάει το Bisolvon.

Το Bisolvon® δρα άμεσα στο αναπνευστικό σύστημα, ρευστοποιεί τις βλεννώδεις εκκρίσεις και διευκολύνει την απόχρεμψή τους, προκειμένου να επανέλθει η ομαλή λειτουργία του.



1. Συσσωρευμένη βλέννα στους πνεύμονες.



2. Το Bisolvon® υποστηρίζει τους φυσικούς μηχανικούς άμυνας του σώματος, ρευστοποιώντας και απομακρύνοντας τις βλεννώδεις εκκρίσεις.



3. Ομαλή λειτουργία του αναπνευστικού συστήματος

Πιο συγκεκριμένα, αυξάνει την παραγωγή ορώδους βλέννας στο αναπνευστικό και καθιστά το φλέγμα λεπτότερο και λιγότερο κολλώδες. Αυτό συμβάλλει στην αύξηση των εκκρίσεων και βοηθά τους κροσσούς να μεταφέρουν το φλέγμα έξω από τους πνεύμονες.

Γι' αυτό και ενδείκνυται σε περιπτώσεις οξέων και χρόνιων βροχο-πνευμονικών παθήσεων όπως βρογχίτιδα, εμφύσημα, χρόνια ασθματική βρογχίτιδα, κ.λ.π.

Το Bisolvon® είναι ένα από τα πλέον ασφαλή βλεννολυτικά-αποχρεμπτικά και είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια. Με το Bisolvon® θα είστε πάντα σίγουροι ότι παρέχετε στην οικογένειά σας την καλύτερη λύση.

Δοσολογία:

	Σιρόπι*	Διαλυτά δισκία
Ενήλικες και παιδιά άνω των 12 ετών:	1-2 κουταλάκια του γλυκού 3 φορές τη μέρα	1-2 δισκία (8-16mg) 3 φορές τη μέρα
Παιδιά 5-12 ετών:	1/2 κουταλάκι του γλυκού 3 φορές τη μέρα	_____
Παιδιά κάτω από 5 ετών:	1/4 κουταλάκι του γλυκού 3 φορές τη μέρα	_____

* Ένα κουταλάκι του γλυκού = 5ml

Γενικό δοσολογικό σχήμα για παιδιά: 0,5mg ανά kg Βάρους σώματος ημερησίως.
Η διάρκεια της θεραπείας δεν θα πρέπει να υπερβαίνει τις 8-10 ημέρες
χωρίς ιατρική συμβουλή.

σιρόπι



διαλυτά δισκία

Οι απαραίτητες συμβουλές υγείας

- Ενισχύστε το ανοσοποιητικό σας
- Πίνετε πολλά υγρά
- Κρατήστε μακριά τα παθογόνα μικρόβια
- Διατηρείστε ένα υγιές περιβάλλον





Πάει, πέρασε!

Η καλύτερη λύση για όλη την οικογένεια.

Το Bisolvon δρα άμεσα στο αναπνευστικό σύστημα, ρευστοποιεί τις βλεννώδεις εκκρίσεις διευκολύνοντας την απόχρεμψή τους και ανακουφίζει από το βήχα που οφείλεται σε αυτές. Ενδείκνυται σε περιπτώσεις οξείων και χρόνιων βροχοπνευμονικών παθήσεων, όπως βρογχίτιδα, εμφύσημα, χρόνια ασθματική βρογχίτιδα, κ.λπ.

Το Bisolvon είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια.
Κυκλοφορεί σε σιρόπι των 250ml, δισκία και διαλυτά δισκία με γεύση λεμόνι.

Boehringer Ingelheim Ελλάς Α.Ε., Ελληνικού 2, 167 77 Ελληνικό ΑΘΗΝΑ,
Τηλ. Κέντρο: 210-8906300, bisolvon@ath.boehringer-ingelheim.com



Όπως λέμε λύση.



www.bisolvon.gr

Το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων συνιστούν:

**ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΤΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΓΙΑΤΡΟ Ή ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ**

Θα πρέπει στο σημείο αυτό να επισημάνω και πάλι ότι δεν είναι αναγκαία η χορήγηση αντιβίωσης, παρά μόνο τότε που ο βήχας συνεχίζει για πάνω από 7-10 ημέρες, εμφανισθεί πυρετός, οι εξετάσεις (αντισώματα, γενική αίματος, CRP κ.λπ.), είναι θετικές ή βρεθούν ευρήματα μικροβιακής εστίας στο ανώτερο αναπνευστικό (π.χ. ρινοφαρυγγίτιδα). Τα παιδιά είναι πιο ευπαθή στο συχνό βήχα, στις ιώσεις και τη γρίπη σε σχέση με τους ενήλικες, καθώς το ανοσοποιητικό τους σύστημα δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί πλήρως. Επομένως, εκτιμάται ότι θα αρρωστήσουν από οκτώ έως δώδεκα φορές κατά τη διάρκεια του έτους, συνήθως επειδή θα κολλήσουν κάτι από τους φίλους τους στο σχολείο.

Συμβουλές για τους ασθενείς και οδηγίες για γρήγορη ανάρρωση

- Χρησιμοποιείτε αφυγραντήρα στα υπνοδωμάτια, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της νύχτας.
- Αφήστε να τρέξει ζεστό νερό στο ντους ή στο νιπτήρα και αναπνεύστε τον ατμό, αυτό βοηθά στον καθαρισμό του αναπνευστικού συστήματος.
- Βεβαιωθείτε ότι όλοι πλένουν τα χέρια τους πριν και μετά από κάθε γεύμα και αποφεύγετε να μοιράζεστε ποτά ή φαγητό με άλλα άτομα, εφόσον αυτό είναι δυνατό.
- Χρησιμοποιείτε αντιπυρετικά – αναλγητικά για την αντιμετώπιση του πυρετού και των μυαλών.
- Για το πολύ ενοχλητικό σύμπτωμα της καταρροής, θα βρείτε ανακούφιση από κάποιο ρινικό σπρέι ή σταγόνες φυσιολογικού ορού που θα σας προτείνει ο φαρμακοποιός σας.
- Για την αντιμετώπιση του βήχα, αποτελεσματική είναι η χρήση ενός βλεννολυτικού.

Επωφεληθείτε από τα συμπληρώματα διατροφής!

Δυναμωτικά -μαγειρεμένα στο σπίτι- γεύματα είναι ό,τι χρειάζεται για να πάρετε δυνάμεις. Εάν δεν τρέφεστε σωστά κάθε μέρα (π.χ. 5 μερίδες φρούτων και λαχανικών την ημέρα), μπορείτε να πάρετε και εσείς, αλλά να δώσετε και στο παιδί σας πολυβιταμινούχα συμπληρώματα διατροφής, τα οποία θα αγοράσετε μόνο από το φαρμακείο. Με τη λήψη συμπληρωμάτων μπορεί να μην νιώσετε αμέσως καλά, αλλά σίγουρα η ανάρρωση θα είναι πολύ πιο σύντομη. Μάλιστα, εάν από τα πρώτα συμπτώματα προβείτε στη χρήση του κατάλληλου συμπληρώματος, τότε είναι πολύ πιθανό να καταφέρετε να αποτρέψετε το κρυολόγημα ή τη γρίπη από το να αναπτυχθούν πλήρως.

Τα κατάλληλα πολυβιταμινούχα είναι αυτά που περιέχουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία, βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία και επιπλέον υψηλής περιεκτικότητας εκχύλισμα Ginseng G115, στη σωστή ποσότητα και αναλογία.

σιρόπι, μία κουταλιά της σούπας 3 φορές τη μέρα. Αποφύγετε την παράλληλη χρήση αλκοόλ κατά τη διάρκεια της αγωγής σας. Παράλληλα, για τον ερεθισμό του λαιμού μπορείτε να πιπιλάτε 6-8 φορές τη μέρα μια αντισηπτική και τοπικά μαλακτική παστίλια για το λαιμό. Τέλος, για την τόνωση του οργανισμού σας, επειδή ο βήχας σας κουράζει όπως μου είπατε, να παίρνετε το πρωί ένα δισκίο Βιταμίνης C ή ένα κατάλληλο συμπλήρωμα διατροφής με ψευδάργυρο και Βιταμίνη C. Εάν δε δείτε καμία βελτίωση σε 5- 6 μέρες από σήμερα, επισκεφθείτε το γιατρό σας. Επίσης, θα σας συμβούλευα να αποφύγετε να καπνίζετε αυτό το χρονικό διάστημα, ενώ να φροντίζετε να υπάρχει λίγη υγρασία στο χώρο που κοιμάστε, βάζοντας μια βρεγμένη πετσέτα πάνω στο καλοριφέρ”.

3. Έχω ένα έντονο μπούκωμα στη μύτη, ενώ από σήμερα άρχισα να έχω και έντονο βήχα με φλέγματα. Όταν ξαπλώνω δεν μπορώ να αναπνεύσω και πνίγομαι. Με ενοχλεί πάρα πολύ, ενώ μου προκαλεί και πολύ έντονο πονοκέφαλο.

Η απάντησή σας μπορεί να είναι

“Ο βήχας σας είναι παραγωγικός και είναι φυσιολογικό φαινόμενο της άμυνας της αναπνευστικής οδού για να αποβάλλει τα φλέγματα. Για να διευκολύνουμε αυτή τη διαδικασία θα σας δώσω ένα αποχρεμπτικό σιρόπι που θα παίρνετε σε μια κουταλιά της σούπας τρεις φορές τη μέρα μετά τα γεύματα. Θα σας διευκολύνει στην απόχρεμψη και απελευθέρωση της αναπνευστικής οδού, χωρίς να μπλοκάρει το βήχα. Επίσης, ο συχνός καθαρισμός της μύτης με τη χρήση φυσιολογικού ορού ή αποστειρωμένου θαλασσινού νερού είναι απαραίτητος, ενώ μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και αυτό το φυτικό spray που βοηθάει στην ελευθέρωση της αναπνοής.

Τέλος, για να διευκολύνετε το βραδινό σας ύπνο θα σας πρότεινα σταγόνες με αιθέριο έλαιο ευκαλύπτου, που μπορείτε να βάλετε σε μια συσκευή αρωματισμού χώρου ή σε μια κατσαρόλα με βραστό νερό, το οποίο έχει αντισηπτικές ιδιότητες και βοηθάει στην αναπνοή, ενώ το να κοιμάστε με λίγο ανασπκωμένο κεφάλι σε ένα υψηλό μαξιλάρι, θα σας ανακουφίσει”.

4. Η γυναίκα μου που θηλάζει δείχνει συμπτώματα κρυολογήματος. Δεν έχει κάνει πυρετό, αλλά έχει συνάχι, φτερνίζεται και βήχει έντονα. Φοβόμαστε μην κολλήσει το μωρό. Τι να κάνουμε;

Η πρότασή σας

“Όσον αφορά το μωρό σας δεν υπάρχει λόγος να ανησυχείτε, ούτε να κυκλοφορεί με μάσκα μέσα στο σπίτι. Μέσα από το θηλασμό το μωρό σας θα πάρει έτοιμα τα αντισώματα που θα χρειαστεί σε περίπτωση που κολλήσει.

Όσον αφορά τη γυναίκα σας, μιας και δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει μια συμβατική φαρμακευτική αγωγή, θα έλεγα ότι τα αντιβηχικά φυτοθεραπείας, με τη σύνθεσή τους από φυτικά συστατικά, διασφαλίζουν την έλλειψη παρενεργειών για το θηλασμό, ενώ είναι η ασφαλέστερη αντιμετώπιση στα περιστατικά του πονεμένου λαιμού και του βήχα.

Επίσης, μπορεί να κάνει πολλές φορές την ημέρα ρινοπλύσεις με φυσιολογικό ορό, να πιπιλάει φυτικές καραμέλες με μέλι και ευκάλυπτο, καθώς και αν χρειάζεται να πάρει κάποιο ελαφρύ αναλγητικό συμβατό με το θηλασμό. Τέλος, μιας και διανύει μια ιδιαίτερα απαιτητική περίοδο της ζωής της, θα σας πρότεινα και μια πολυβιταμίνη, συμβατή και αυτή με το θηλασμό, η οποία θα της δώσει ενέργεια και θα βοηθήσει την άμυνα του οργανισμού της”.

5. Το μωρό μου μάλλον κόλλησε ίωση.

Δυσκολεύεται να πιει από το μημιπερό, γιατί είναι βουλωμένη η μύτη του, ενώ έχει βήχα και λίγο πυρετό.

Επίσης, έκανε εμετό μια φορά.

Ο παιδίατρος μου λέει σε ταξίδι, τι να κάνω;

Η απάντησή σας μπορεί να είναι

“Δεν υπάρχει κάποιος ιδιαίτερος λόγος ανησυχίας, ώστε να χρειάζεται να πάτε επειγόντως στον παιδίατρο. Λίγο αυξημένη θερμοκρασία είναι συχνή στα βρέφη σε περιπτώσεις ρινοφαρυγγίτιδας και είναι σημάδι της άμυνας του οργανισμού.

Σε πρώτη φάση σας συνιστώ να κάνετε ρινικές πλύσεις 3-4 φορές τη μέρα, κυρίως πριν από τα γεύματα, αφού χρησιμοποιήσετε μία ειδική συσκευή καθαρισμού μύτης, για να του καθαρίζετε τη ρινική κοιλότητα. Έτσι θα του διευκολύνουμε την αναπνοή, ώστε να μπορεί να πιει πιο εύκολα γάλα και θα βελτιωθεί και ο βήχας. Για τον πυρετό μπορείτε να του δώσετε υπόθετα ή σιρόπι παρακεταμόλης και αυτό μόνο αν ο πυρετός ξεπεράσει τους 38,5οC. Ο εμετός είναι ένας φυσικός τρόπος για να βγάζουν τα μωρά τα φλέγματα, μιας και δεν μπορούν να φτύσουν.

Παράλληλα, ορισμένες πρακτικές θα βοηθήσουν στο να μειώσουμε τη θερμοκρασία του σώματός του, όπως να κατεβάσετε τη θερμοκρασία του χώρου

στους 18οC, να του φοράτε ελαφρά ρούχα και να μην το σκεπάζετε με χοντρά σκεπάσματα. Επίσης, να του δίνετε πολύ νερό και να του κάνετε χλιαρά μπάνια. Εάν σε 48 ώρες δε δείτε βελτίωση ή ο πυρετός παραμένει υψηλός, εάν παρουσιάσει πολλούς εμετούς και διάρροια ή ενόχληση στα αυτιά και γκρίνια, τότε θα πρέπει να πάτε στον παιδίατρο”.

Ο χειμώνας είναι συνήθως η περίοδος για όλες τις παραπάνω πολύ συχνές περιπτώσεις υγείας που αντιμετωπίζουμε στο φαρμακείο. Με τη σωστή συμβουλή, προτείνοντας τα οφέλη μαζί με τα κατάλληλα προϊόντα, ο φαρμακοποιός έρχεται πιο κοντά στον πελάτη - ασθενή του και αποκτά μια σχέση εμπιστοσύνης και αλληλεξάρτησης.

Η σωστή προετοιμασία του προσωπικού του φαρμακείου και η ολοκληρωμένη ενημέρωση του πελάτη είναι το “κλειδί” για μια επιτυχημένη χειμωνιάτικη σεζόν. ■



Για τους πόνους των αρθρώσεων...



Osteoflex[®] της HealthAid[®]

...και κινηθείτε ελεύθερα.

Οι πόνοι, οι δυσκαμψίες και τα προβλήματα των άκρων, που προκαλούνται από τις αρθρίτιδες, ανήκουν στο παρελθόν. Η πλήρης σειρά **Osteoflex** της **Health Aid** για τις αρθρώσεις και τους συνδέσμους, είναι εδώ για να προφυλάξει και να ανακουφίσει όσους καταπονούν τη μέση, τον αυχένα, τα γόνατα και τα άκρα τους.

Osteoflex: Ιδανικός συνδυασμός με βάση τη γλυκοζαμίνη & τη χονδροϊτίνη που βοηθά στην επανόρθωση της φθοράς των αρθρώσεων και των χόνδρων. 30 tabs / Λ.Τ. 24,75 € - 90 tabs / Λ.Τ. 49,50 €

Osteoflex Plus: Ενισχυμένη σύνθεση με MSM – κολλαγόνο – γλυκοζαμίνη & χονδροϊτίνη για ευλυγισία των άκρων και προστασία των συνδέσμων από τη φθορά του χρόνου. 60 tabs / Λ.Τ. 35, 60 €

Osteoflex Fizzy: Η αναβράζουσα μορφή του Osteoflex για ευκολία στη λήψη, με υπέροχη γεύση λεμονιού. 20 tabs / Λ.Τ. 12,00 €

Osteoflex Cream: Κρέμα με γλυκοζαμίνη- χονδροϊτίνη και αιθέρια έλαια για τοπική χρήση, ανακουφίζει από τους πόνους, έχει άμεσο αποτέλεσμα και ενισχύει τη δράση της ταμπλέτας Osteoflex. 100ml / Λ.Τ. 13,00 €

HEALTH AID LTD-HARROW, LONDON, ENGLAND / ΕΟΦ: 13186-22136-48951

Νέα ολοκληρωμένη σειρά.



PHARMA CENTER
Προϊόντα Φαρμακείου

Τηλ.: 210 9604511
www.pharmacenter.gr

HealthAid[®]
ΦΥΣΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ

Το **ΒΡΕΦΙΚΟ ΔΕΡΜΑ** και τα προβλήματά του



Οι νέοι γονείς συχνά είναι αγχωμένοι σε ότι αφορά τη φροντίδα του νεογέννητου παιδιού τους. Ιδιαίτερα σε ορισμένα συχνά δερματικά προβλήματα του βρέφους, μάθετε - με τον κατάλληλο τρόπο επικοινωνίας - να προβάλλετε τον εαυτό σας σαν «το άτομο που μπορούν με εμπιστοσύνη να συμβουλευτούν!».

4

συχνές
περιπτώσεις
του πάγκου

1η περίπτωση: Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

«Δεν ξέρω τι να επιλέξω για το
δερματάκι του μωρού μου»

«Δεν ξέρω τι πρέπει να επιλέξω για το δερματάκι του μωρού μου από την πληθώρα των προϊόντων που υπάρχουν! Χρειάζομαι και το αφρόλουτρο για το σώμα και το παιδικό σαμπουάν; Μα το μωράκι μου δεν έχει σχεδόν καθόλου μαλλιά!»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Είναι πολύ σημαντικό να επιλέξετε προϊόντα υγιεινής και φροντίδας ειδικά σχεδιασμένα για το βρεφικό δέρμα, με εξειδικευμένα συστατικά που σέβονται το ευαίσθητο και εύθραυστο δέρμα του μωρού σας. Όσο για το παιδικό σαμπουάν, ο σκοπός του δεν είναι μόνο να καθαρίσει τα μαλλιά, που στην περίπτωση του μωρού σας δεν υπάρχουν, αλλά κυρίως το τριχωτό της κεφαλής, δηλαδή το δέρμα στο κεφάλι, που έχει αρκετό σμήγμα σε αυτή την ηλικία».

Το βρεφικό δέρμα: Ένα δέρμα ανώριμο, λεπτό και ευαίσθητο

Παρόλο που το δέρμα του βρέφους έχει μία δομή ανάλογη με αυτή του ενήλικα, διαφοροποιείται σημαντικά λόγω της ανωριμότητάς του.

Η επιδερμίδα, το κυρίως δέρμα και το υπόδερμα είναι πιο λεπτά. Ο προστατευτικός φραγμός είναι ατελής μέχρι την ηλικία των 8 ετών, ενώ το σύνολο του δέρματος παρουσιάζει πολλές ιδιαιτερότητες που εξηγούν την αυξημένη του ευαισθησία.

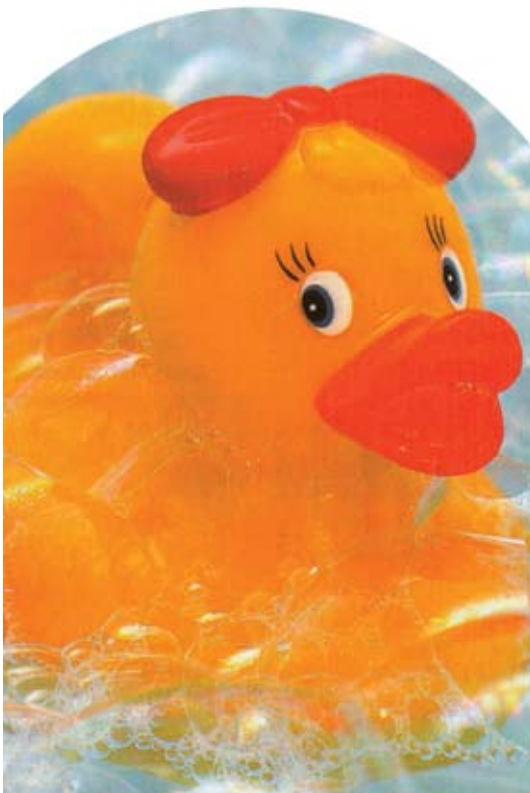
Η δομή του δέρματος του βρέφους

Το ανώτερο στρώμα της επιδερμίδας, η κεράτινη στιβάδα, παίζει σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της ενυδάτωσης του δέρματος. Στα νεογέννητα, εμφανίζονται μεγάλα κενά μεταξύ των κυττάρων αυτής της στιβάδας και αυτός είναι ο λόγος που το 65% των νεογέννητων παρουσιάζουν μια φυσιολογική απολέπιση και μια ξηρότητα. Γι' αυτό και η χρήση μαλακτικών και ενυδατικών δερμοκαλλυντικών προϊόντων είναι απαραίτητη.

Το σύνολο του δέρματος είναι πιο λεπτό και λιγότερο πλούσιο σε κολλαγόνο. Έτσι η προστατευτική του ικανότητα είναι μειωμένη, η όψη των αγγείων είναι εμφανής, η ικανότητα θερμορύθμισης μειωμένη και η ευαισθησία στις μηχανικές και κλιματολογικές επιθέσεις αυξημένη.

Το υδρολιπιδικό φιλμ

Το προστατευτικό υδρολιπιδικό φιλμ της επιδερμίδας, που σχηματίζεται από τον ιδρώτα και το σμήγμα, είναι ανεπαρκές στα βρέφη εξαιτίας της υπολειτουργίας των



ιδρωτοποιών και σμηγματογόνων αδένων.

Οι ιδρωτοποιοί αδένες είναι ανώριμοι, καθώς και το νευρικό σύστημα που ρυθμίζει τη λειτουργία τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μια τάση για ξηρότητα και μία ανεπαρκής ικανότητα θερμορύθμισης.

Η έκκριση σμήγματος σταματά, μετά από μία σημαντική δραστηριότητα καθ' όλη τη διάρκεια της εγκυμοσύνης και μέχρι τον 3ο μήνα της ζωής του βρέφους, λόγω της επίδρασης των ορμονών της μητέρας. Αυτή η παύση που διαρκεί από τον 3ο μήνα μέχρι την εφηβεία, εξηγεί την τάση του δέρματος για αφυδάτωση και ερεθισμούς.

Εύθραυστο και ανεπαρκές στα βρέφη λοιπόν, το υδρολιπιδικό φιλμ δεν προσφέρει επαρκή προστασία. Ουσίες του περιβάλλοντος μπορούν πιο εύκολα να διαπεράσουν το δέρμα, ενώ ο κίνδυνος πρόκλησης τοξικότητας από την τοπική εφαρμογή προϊόντων και την απώλεια νερού αυξάνεται.

Το pH

Το pH του υδρολιπιδικού φιλμ είναι σχεδόν ουδέτερο (pH 7), ενώ στους ενήλικες είναι πιο όξινο (pH 5). Αυτό έχει ως συνέπεια τη μειωμένη προστασία της επιδερμίδας από τις εξωτερικές επιθέσεις.

Η μικροβιακή χλωρίδα

Η προστατευτική μικροβιακή χλωρίδα είναι ελλιπής και το ανοσοποιητικό του σύστημα δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς. Άλλος ένας λόγος που το δέρμα του βρέφους είναι πιο ευαίσθητο στις επιμολύνσεις από τους μικροοργανισμούς.

Ο λόγος επιφάνειας της επιδερμίδας / σωματικού βάρους

Ο λόγος της επιφάνειας της επιδερμίδας προς το σωματικό βάρος είναι μεγαλύτερος από του ενήλικα. Η επιφάνεια της επιδερμίδας για ένα μωρό είναι μέχρι 13% του βάρους του, ενώ για έναν ενήλικα μόνο το 3%. Ο μεταβολισμός των ουσιών που απορροφούνται είναι μειωμένος και ο κίνδυνος τοξικότητας από την απορρόφησή τους από το δέρμα υψηλός.

Η αγγείωση του δέρματος

Μία άλλη ιδιαιτερότητα του δέρματος του βρέφους έχει να κάνει με την αγγείωσή του, που είναι μειωμένη. Λόγω ανωριμότητας αγγειοδιαστολής και αγγειοσυστολής, το βρέφος είναι πολύ ευαίσθητο στις κλιματολογικές συνθήκες.

Τα μελανοκύτταρα

Τα μελανοκύτταρα, ανώριμα ακόμα, έχουν μικρή συγκέντρωση σε μελανίνη. Επιπλέον η κερατινοποίηση της επιδερμίδας είναι ασθενής (λεπτή επιδερμίδα) και το υδρολιπιδικό φιλμ δεν προστατεύει επαρκώς.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες έχουν σαν συνέπεια το δέρμα του βρέφους να είναι αρκετά εύαλωτο απέναντι στην ηλιακή ακτινοβολία, κάτι που ενισχύει την ανάγκη ειδικής αντιηλιακής προστασίας.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούμε απαλά προϊόντα υγιεινής και φροντίδας, ειδικά προσαρμοσμένα στο δέρμα των μωρών. Εξηγείστε λοιπόν στους νέους γονείς, πόσο διαφορετικό και εύθραυστο είναι το δέρμα του παιδιού τους και πόσο σημαντικό είναι να χρησιμοποιούν προϊόντα ειδικά σχεδιασμένα γι' αυτό.

Ας δούμε τα βήματα της καθημερινής υγιεινής και φροντίδας του βρέφους.

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΜΠΑΝΙΟ ΤΟΥ ΜΩΡΟΥ

Το μπάνιο πρέπει να γίνεται τουλάχιστον μισή ώρα μετά το γεύμα.

1. Για την καθημερινή υγιεινή στο σώμα επιλέγουμε:

- Απαλά συνθετικά σαπούνια χωρίς σάπωνα, ειδικά για το βρεφικό δέρμα, όχι έντονα αφρίζοντα, τα οποία συνήθως είναι εμπλουτισμένα με μαλακτικά και απαλυντικά συστατικά για την αποφυγή ερεθισμών. Τα υγρά καθαριστικά συνήθως είναι πιο πρακτικά από τις στερεές πλάκες.

- Αν το βρέφος έχει πολύ ξηρό δέρμα, επιλέγουμε καθαριστικά έλαια μπάνιου που συνήθως δε ξεβγάζονται.

- Τα έντονα αφρίζοντα καθαριστικά δε συνιστώνται για τα βρέφη, γιατί ο αφρός είναι ερεθιστικός στα μάτια.

2. Για το λούσιμο στο κεφάλι

- Ακόμη και αν το νεογέννητο δεν έχει πολλά μαλλιά, ένα ειδικό σαμπουάν συνιστάται γιατί τα βρέφη εκκρίνουν πολύ σμήγμα στο τριχωτό της κεφαλής.
- Τα βρεφικά σαμπουάν έχουν μια απαλή σύνθεση προσαρμοσμένη στην τρίχα, που είναι φτωχή σε κερατίνη και ένα pH προσαρμοσμένο στο pH των δακρύων, για να μην τσούζουν στα μάτια.
- Υπάρχουν και τα προϊόντα 2 σε 1, πρακτικά και οικονομικά, που είναι κατάλληλα και για το σώμα και το λούσιμο στα μαλλιά.

3. Η καθαριότητα στην αλλαγή πάνας

- Τα ειδικά γαλακτώματα καθαρισμού περιέχουν απαλά καθαριστικά και είναι κατάλληλα και για τον καθαρισμό του προσώπου. Απλά χρειάζονται ξέβγαλμα.
- Πιο πρακτικά είναι τα ειδικά καθαριστικά χωρίς απαραίτητο ξέβγαλμα με νερό, αλλά και τα ειδικά μωρομάντηλα.

Οι συμβουλές μας

- Μην αμελείτε τον καθαρισμό των πτυχών πίσω από τα αυτιά, με μια ειδική μπατονέτα εμποτισμένη με γαλάκτωμα καθαρισμού ή κολόνια.
- Το πτερύγιο των αυτιών καθαρίζεται με ένα κομμάτι βαμβάκι εμποτισμένο με φυσιολογικό ορό. Μην χρησιμοποιείτε μπατονέτες για τα αυτιά μέσα στον ακουστικό πόρο.
- Για τα μάτια, αν κρίνετε απαραίτητο, να τα πλύνετε με ένα δίσκο από βαμβάκι εμποτισμένο σε φυσιολογικό ορό.
- Η θερμοκρασία του νερού του μπάνιου να μην ξεπερνά τους 35° C.
- Μην παρατείνετε το μπάνιο πάνω από 10 λεπτά, γιατί η επιδερμίδα ξηραίνεται περισσότερο.
- Στεγνώστε καλά το δέρμα του μωρού με μια πετσέτα αλλά χωρίς να τρίβετε και φροντίστε ιδιαίτερα τις πτυχές, για αποφυγή διαβρώσεων και μυκητιάσεων.

A-DERMA

Β Ρ Ω Μ Η Ρ Η Ε Α Λ Β Α ®



Ανακούφιση
και απαλότητα
για το ατοπικό
και πολύ ξηρό
δέρμα

EXOMEGA

ΜΕ ΝΕΑΡΟΥΣ ΒΛΑΣΤΟΥΣ ΒΡΩΜΗΣ RHEALBA®

“ Είναι σε αυτό το στάδιο του βλαστού, όπου η Βρώμη Rhealba® αποδίδει όλο της τον πλούτο σε δραστικά συστατικά, αποτελεσματικά, ασφαλή και σε μέγιστη συγκέντρωση. ”



Δερματολογική υπεροχή με τη σοφία της Φύσης


Pierre Fabre

Πληροφορίες «κλειδιά»

- Το δέρμα στο νεογέννητο έχει την τάση να ξηραίνεται και να ερεθίζεται εύκολα.
- Αποφύγετε τα σφουγγάρια μπάνιου (κίνδυνος ανάπτυξης βακτηριδίων). Χρησιμοποιείτε το χέρι σας με απαλές κινήσεις.
- Σε περιπτώσεις νινίδας (φυσιολογική απολέπιση στο τριχωτό ή στο πρόσωπο, λόγω συσσώρευσης σμήγματος και κερατινοκυττάρων), χρησιμοποιήστε μαλακτικές και κερατολυτικές κρέμες τοπικά.
- Η καθημερινή χρήση μιας κρέμας φροντίδας, ενυδατώνει και ενισχύει την προστασία του δέρματος.

Η ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Με στόχο την ενίσχυση της προστασίας της επιδερμίδας, απαιτείται τοπικά μια καθημερινή ενυδατική προστασία.

Για **το πρόσωπο** συνιστάται μια κρέμα προστασίας του τύπου Ε/Υ, με φιλομογενή συστατικά (κηρός μελισσών, βαζελίνη...), ενώ σε πολύ ξηρό δέρμα ή το χειμώνα προτιμήστε μια cold cream ή μια μαλακτική κρέμα του τύπου Υ/Ε.

Για **το σώμα** συνιστάται μετά το μπάνιο ένα μαλακτικό απαλυντικό γαλάκτωμα.

2η περίπτωση: ΕΡΥΘΗΜΑ ΕΚ ΣΠΑΡΓΑΝΩΝ

«Ο ποπός του μωρού μου είναι κόκκινος»

«Ο ποπός του μωρού μου είναι κόκκινος και ίσως γι' αυτό γκρινιάζει και είναι ανήσυχος. Τι αλοιφή να χρησιμοποιήσω για να φύγει γρήγορα αυτός ο ερεθισμός;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Χρησιμοποιείτε αυτή την προστατευτική και επουλωτική αλοιφή σε κάθε αλλαγή πάνας και αφού έχετε καθαρίσει τη μηρογεννητική περιοχή με ένα παιδικό γαλάκτωμα καθαρισμού, ξεβγάλετε και στεγνώστε καλά. Φροντίστε τη συχνή αλλαγή πάνας, τουλάχιστον 6 φορές τη μέρα και καλό θα είναι να αφήνετε το μωρό σας για λίγο χρόνο γυμνό χωρίς πάνα ή τουλάχιστον με ένα βαμβακερό βρακάκι, γιατί οι συνθετικές πάνες επιδεινώνουν το πρόβλημα.»

Το **ερύθημα εκ σπαργάνων** είναι από τις πλέον συχνές ερεθιστικές δερματοπάθειες στα βρέφη. Η παρατεταμένη επαφή της εύθραυστης επιδερμίδας του βρέφους με κόπρανα που περιέχουν ένζυμα (τρυψίνη, λιπάσες, πρωτεάσες...) προκαλεί ερεθισμό όπως και η ουρίνη από τα ούρα. Οι ερεθιστικές βλάβες εντοπίζονται γύρω από την έδρα και συχνά στα κορίτσια και στις πτυχές του αιδοίου και προκαλούν πόνο και έντονη ενόχληση, ιδιαίτερα όταν παρουσιάζουν διαβρώσεις στο δέρμα.

Ποιοι παράγοντες ενοχοποιούνται

- Όταν το βρέφος βγάζει δόντια και οι κενώσεις είναι πιο συχνές
- Οι γαστρεντερτίτιδες αυξάνουν τον κίνδυνο ερεθισμού
- Οι αργοπορημένες αλλαγές πάνας ευνοούν την επίδραση στο δέρμα των ερεθιστικών ενζύμων
- Ακατάλληλα προϊόντα καθαρισμού που περιέχουν οινόπνευμα ή αρώματα
- Το μη καλό στέγνωμα μετά το μπάνιο
- Οι πολύ στενές πάνες
- Η ατοπική προδιάθεση στο βρέφος.

Η αντιμετώπιση

Η ανακούφιση και η επούλωση ενός ερυθήματος εκ σπαργάνων επιτυγχάνεται μέσα σε 2-4 μέρες με τις κατάλληλες κινήσεις υγιεινής και με τις κατάλληλες κρέμες.

Για τον καθαρισμό στην αλλαγή της πάνας αποφύγετε τη χρήση μωρομάντηλου, γιατί εντείνει τον ερεθισμό λόγω των συστατικών του και λόγω της τριβής. Το γαλάκτωμα καθαρισμού, το ξεβγάλμα με νερό και το επιμελημένο στέγνωμα είναι η καλύτερη κίνηση.

Η φροντίδα στη συνέχεια συνίσταται σε επάλειψη με μια πάστα νερού που περιέχει σαν βάση, νερό, γλυκερίνη και συστατικά επουλωτικά και αντισηπτικά (οξειδίο του ψευδαργύρου, θειικό ψευδάργυρο ή θειικό χαλκό). Αν υπάρχει ορροφό φροντίζουμε την περιοχή πριν την εφαρμογή της κρέμας, με ένα βαμβάκι εμποτισμένο με υδατικό διάλυμα εωσίνης ή με ένα υδατικό διάλυμα πυριτικών αλάτων μαγνησίου με ξηραντική δράση. Αποφεύγουμε τις πολύ λιπαρές και καλυπτικές κρέμες, καθώς και τη χρήση ταλκ, το οποίο συσσωρεύεται στις



Νοvalίου

baby care

Κάθε μέρα, η πιο απαλή φροντίδα...

... με τη σειρά παιδικών δερμοκαλλυντικών Νοvalου, μια σειρά προϊόντων καθημερινής περιποίησης, ειδικά σχεδιασμένη και μελετημένη για το ευαίσθητο δερματάκι του μωρού και του παιδιού σας.

Κάθε μέρα, η πιο ασφαλής φροντίδα...

... με τα προϊόντα Νοvalου, που σέβονται απόλυτα την φυσιολογική χλωρίδα του δέρματος. Όχι μόνο καθαρίζουν απαλά, χωρίς να προκαλούν ξηρότητα και ερεθισμούς, αλλά και προφυλάσσουν το μωράκι σας από μικροβιακές και μυκητιασικές λοιμώξεις, με τους φυσικούς αντιμικροβιακούς παράγοντες που περιέχουν.

Χαρίστε του κάθε μέρα την πιο ασφαλή φροντίδα μαζί με το χάδι σας!

Γνωρίστε τη σειρά Νοvalου Baby Care



Νοvalου Baby shampoo

Απαλό σαμπουάν για το καθημερινό λούσιμο βρεφών και παιδιών.



Νοvalου Baby bath

Απαλό αφρόλουτρο για το καθημερινό μπάνιο βρεφών και παιδιών και τον τοπικό καθαρισμό της μηρογεννητικής περιοχής.



Νοvalου Baby body milk

Απαλό υδρογαλάκτωμα, για την περιποίηση και την ενυδάτωση του δέρματος βρεφών και παιδιών, μετά το καθημερινό μπάνιο.



Κυκλοφορεί
στα φαρμακεία

Όλα τα προϊόντα της σειράς Νοvalου είναι:

- υποαλλεργικά
- δερματολογικά ελεγμένα
- με αντιμικροβιακή δράση



Νοvalου Baby protective cream

Απαλή, προστατευτική και αδιάβροχη κρέμα, για την καθημερινή περιποίηση της μηρογεννητικής περιοχής, με κάθε αλλαγή πάνας.

Rontis
Distributors by International
Switzerland
www.novalou.com

Υπεύθυνος κυκλοφορίας
MEDISPES

ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.

Σωραύ 38, 151 25 Μαρούσι, Αθήνα,

T: 210 6109090

U: www.medispes.gr

E: novalou@medispes.gr

e 200ml

e 250ml

e 200ml

e 100ml

πτυχές, το δέρμα δεν αναπνέει και το πρόβλημα επιδεινώνεται.

Τέλος, συνιστάται η συχνή αλλαγή πάνας τουλάχιστον 6 φορές τη μέρα, η χρήση πάνας με επικάλυψη από βαμβάκι, και επίσης όσο γίνεται να παραμένει η περιοχή γυμνή χωρίς πάνα, για να αερίζεται το δέρμα.

Αν το πρόβλημα επιμένει και δε βελτιώνεται μετά από 5 μέρες ή αν υπάρχουν κύστες, φλύκταινες και έντονες διαβρώσεις, συνιστάται η επίσκεψη σε έναν παιδίατρο ή παιδοδερματολόγο, γιατί κατά πάσα πιθανότητα η βλάβη έχει επιμολυνθεί με μύκητες ή βακτήρια και απαιτείται αντιμυκητιασική ή αντιβιοτική αγωγή.

3η περίπτωση:

Η ΑΤΟΠΙΚΗ ΔΕΡΜΑΤΙΤΙΔΑ

«Το μωρό μου έχει πλάκες σαν έκζεμα»

«Το μωρό μου έχει κάτι κόκκινες πλάκες στο πρόσωπο σαν έκζεμα. Υπάρχει κάποια κρέμα για να φύγουν;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Σας συνιστώ να επισκεφθείτε έναν παιδίατρο ή ειδικό δερματολόγο, που θα σας γράψει μια κρέμα με κορτιζόνη, που αποτελεί μια αποτελεσματική θεραπεία σε περιόδους έξαρσης του εκζέματος. Αλλά προσοχή, γιατί αυτές οι καταστάσεις έχουν εξάρσεις και υφέσεις. Σας συνιστώ λοιπόν, επειδή το έκζεμα μπορεί να επανέλθει, αλλά και ενδιάμεσα από τη φαρμακευτική κρέμα καθημερινά, να χρησιμοποιείτε μια δερμοκαλλυντική μαλακτική και αντιφλογιστική φροντίδα, ειδική για τέτοιες καταστάσεις».

Η **ατοπική δερματίτιδα** ή ατοπικό έκζεμα, είναι μια χρόνια δερματοπάθεια με ερυθρημάδες και ορώδες πλάκες στο πρόσωπο, τα γόνατα, τους αγκώνες ...

Η ατοπική δερματίτιδα είναι η δερματική εκδήλωση του συνδρόμου της ατοπίας, μίας παθολογίας που εκδηλώνεται επιπλέον και σαν άσθμα, αλλεργική ρινίτιδα, αλλεργική επιπεφυκίτιδα και τροφική αλλεργία.

Η κλινική της εικόνα ποικίλει ανάλογα με την ηλικία:

- Κατά τους πρώτους μήνες: οι βλάβες εκδηλώνονται στα κυρτά μέρη του προσώπου (μάγουλα...)

και των άκρων (γάμπες, γόνατα...). Η ξηρότητα και ο έντονος κνησμός συνοδεύεται από διαταραχές ύπνου.

- Μετά τα 2 χρόνια: οι βλάβες εντοπίζονται στις πτυχές (λαιμός, αγκώνες, γόνατα) και στα άκρα.

Ποιοι παράγοντες ενοχοποιούνται

Γενετικοί: πάνω από το μισό των παιδιών με ατοπική δερματίτιδα έχουν γονείς με ατοπία.

Επιδερμικοί: υπάρχει στα άτομα αυτά μια διαταραχή της δομής της επιδερμίδας, που οφείλεται σε έλλειψη λιπιδίων στις μεσοκυττάρειες λιπιδικές ζώνες, η οποία ευνοεί την απώλεια νερού και τη μειωμένη προστασία του φράγματος της κεράτινης στοιβάδας και κατ'επέκταση τη διείσδυση αλλεργιογόνων.

Ανοσολογικοί: Στο πλαίσιο της ατοπικής δερματίτιδας, το έκζεμα αντιπροσωπεύει μία μορφή καθυστερημένης αντίδρασης υπερευαισθησίας, εμπλεκόντας λεμφοκύτταρα και αντιγονοπαρουσιαστικά κύτταρα

Ψυχικοί: το στρες επιδεινώνει την κατάσταση.

Η εξέλιξη

Η πάθηση εξελίσσεται με εξάρσεις και υφέσεις, καταλήγοντας - σε μια από τις δύο περιπτώσεις - σε ίαση στα δύο χρόνια του βρέφους. Στο 80% των περιπτώσεων, η ατοπική δερματίτιδα εξαφανίζεται με την εφηβεία. Εάν δε γίνει σωστά η θεραπεία, οι βλάβες συχνά επιμολύνονται (με τον χρυσίζοντα σταφυλόκοκκο συνήθως) και εμφανίζονται φλυκταινώδεις βλάβες. Επίσης, τα ατοπικά παιδιά είναι εκτεθειμένα σε έκζεμα εξ' επαφής (αρώματα, λανολίνη, αντισηπτικά...).

Η θεραπεία στην έξαρση

Τα τοπικά κορτικοειδή

Η θεραπεία εκλογής είναι τα τοπικά κορτικοειδή της τάξης II (μέτριας δράσης) που εφαρμόζονται στις πτυχές και στις γεννητικές περιοχές.

Η συμβουλή σας στο φαρμακείο

- Εφαρμόστε την κρέμα κορτιζόνης σε λεπτό φιλμ πάνω στη πάσχουσα περιοχή μια φορά τη μέρα, κατά προτίμηση το βράδυ (η χρήση 2 φορές τη μέρα δεν έδειξε κανένα επιπλέον όφελος).
- Διακόψτε τη χρήση της μόλις οι βλάβες είναι σε ύφεση και συνεχίστε με ένα μαλακτικό δερμοκαλλυντικό.
- Εάν δεν υπάρχει βελτίωση, μην αυξήσετε τη δοσολογία, αλλά επισκεφθείτε το γιατρό.

Το tacrolimus

Σε παιδιά πάνω από 2 ετών, οι αναστολείς της καλινευρίνης (Tacrolimus Protopic), χρησιμοποιούνται σε περιπτώσεις αποτυχίας των κορτικοειδών.



Ιδιαίτερη φροντίδα για την παιδική επιδερμίδα

Η ασχημάτιστη ακόμα παιδική επιδερμίδα χρειάζεται ιδιαίτερη φροντίδα, μιας και είναι πιο ευαίσθητη και πιο επιρρεπής σε ερεθισμούς και αφυδάτωση, κινδυνεύει περισσότερο από την ηλιακή ακτινοβολία και απορροφά πιο γρήγορα τα συστατικά των καλλυντικών προϊόντων.

APIVITA KIDS, η νέα φυσική παιδική φροντίδα από μια πολύχρωμη παρέα!

Μια χαρούμενη παρέα παιδιών γεμάτα χρώματα, φρούτα και λουλούδια, με ονόματα εμπνευσμένα από τα συστατικά των προϊόντων, μας καλούν να γνωρίσουμε τα προϊόντα της σειράς περιποίησης μαλλιών και σώματος με βιολογικά εκχυλίσματα και αιθέρια έλαια, για παιδιά από 3-11 ετών.

Προϊόντα που έχουν όχι μόνο πολύ υψηλή φυσική σύνθεση από 90 έως 96%, αλλά και μια πρωτότυπη συσκευασία διακοσμημένη με αυθεντικά σχέδια της Ισπανίδας ζωγράφου Carmen Bartolome, οικολογική συσκευασία από 100% ανακυκλωμένο PET.



Η συμβουλή σας στο φαρμακείο

Προτείνετε φυσικά προϊόντα φροντίδας της σειράς APIVITA KIDS για την ευαίσθητη παιδική επιδερμίδα, χωρίς SLES, σαπούνι, χρωστικές και γλουτένη, χωρίς pthalates, pcms, nms για τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια με απλές φόρμουλες. Τα προϊόντα είναι υποαλλεργικά, δερματολογικά και οφθαλμολογικά ελεγμένα (σαμπουάν).

Προτείνετε μια Ολιστική παιδική φροντίδα με συστατικά ειδικά επιλεγμένα για τις ευεργετικές τους ιδιότητες, όπως τα βιολογικά αιθέρια έλαια από γεράνι, πορτοκάλι, χαμομήλι και περγαμόντο. Η χρήση των αιθερίων ελαίων σε παιδιά, στη σωστή αναλογία και εφαρμογή, βοηθά στο χτίσιμο ισχυρού ανοσοποιητικού συστήματος.

Η σειρά περιλαμβάνει προϊόντα με τους αντίστοιχους ήρωες:



Kids σαμπουάν με χαμομήλι & μέλι
94% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Milis ο χαμομήλης



Kids κρέμα μαλλιών με τριαντάφυλλο & μέλι
91% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Rosa από τα ροζ τριαντάφυλλα



Kids αφρόλουτρο με φρούτα του δάσους
96% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Berry από τα berries



Kids σαμπουάν & conditioner με ρόδι & μέλι
90% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Rody από το ρόδι



Kids σαμπουάν & αφρόλουτρο με μανταρίνι & μέλι
96% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Rinis ο μανταρίνης



Kids αφρόλουτρο με βερίκοκο & μέλι
96% ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ
Rikos ο βερίκοκος

Η συμβουλή σας στο φαρμακείο

- Εφαρμόστε δύο φορές τη μέρα σε λεπτό φιλμ πάνω στην πάσχουσα περιοχή και αποφύγετε την έκθεση της επιδερμίδας στον ήλιο.
- Σταματήστε τη θεραπεία σε περίπτωση που δεν έχετε αποτέλεσμα μέσα σε 2 εβδομάδες.

Σε περίπτωση ηπίων εξάρσεων

Εδώ δε χρειάζεται η χρήση κορτικοειδών. Μια κρέμα με βάση το χαλκό και τον ψευδάργυρο ή μια εξειδικευμένη κρέμα για την ατοπική δερματίτιδα που αναδομεί τον επιδερμικό φραγμό και ανακουφίζει τους ερεθισμούς, αρκεί για να διατηρηθεί υπό έλεγχο μια ήπια ατοπική δερματίτιδα. Επιπλέον ο ψεκασμός με ιαματικό νερό βοηθά στην ανακούφιση του κνησμού.

Πώς να περιορίσετε τη συχνότητα των εξάρσεων της ατοπικής δερματίτιδας

- **Προσοχή στα καλλυντικά!**
Προτείνετε προϊόντα χωρίς άρωμα, χωρίς parabens, χωρίς λανολίνη και παράγωγα σιλικόνης, με στόχο τον περιορισμό των αλλεργικών αντιδράσεων. Προτείνετε προϊόντα καθαρισμού χωρίς σάπωνα...
- **Το μπάνιο να είναι χλιαρό, όχι πάνω από 35ο C.** Η προσθήκη αμύλου ή ελαίων μπάνιου μειώνει την ξηρότητα του δέρματος. Σκουπίστε το δέρμα απαλά χωρίς τρίψιμο.
- **Τα ρούχα και κυρίως τα εσώρουχα να είναι βαμβακερά ή και από μετάξι.** Αποφύγετε τα μάλλινα και κυρίως αυτά που «τσιμπάνε». Η χρήση ενός μαλακτικού ρούχων ενδείκνυται, αρκεί όλα τα προϊόντα της πλύσης να μην είναι πολύ αρωματισμένα.
- **Απομακρύνετε κάθε επίφοβο παράγοντα:** το στρες, τα ακάρεα και τη σκόνη (συχνός αερισμός και τίναγμα των κλινοσκεπασμάτων, των στρωμάτων και των χαλιών), καθώς και τα κατοικίδια ζώα.
- **Φροντίστε για ένα υγιές και καθαρό περιβάλλον στο σπίτι:** αποφυγή καπνίσματος, σχολαστική καθαριότητα, όχι αρωματικά sprays.

Η ενυδάτωση της επιδερμίδας

Η καθημερινή χρήση μαλακτικών τοπικών καλλυντικών μετά την περίοδο έξαρσης είναι βασική, με στόχο τη διατήρηση και την ενίσχυση του φράγματος προστασίας της επιδερμίδας και την αποφυγή της έντονης απώλειας νερού, προσφέροντας τα απαραίτητα λιπίδια για την αποκατάσταση της δομής της κεράτινης στοιβάδας. Προσοχή, τα προϊόντα να είναι υποαλλεργικά, χωρίς άρωμα, parabens και phenoxyethanol.

Τα κυριότερα συστατικά που χρησιμοποιούνται σε τέτοιου είδους προϊόντα είναι:

Ενυδατικά: μανιτόλη, γλυκερίνη, έλαιο παραφίνης, γαλακτικό οξύ...

Φιλμογενή ενυδατικά: κολλαγόνο, υαλουρονικό οξύ...

Δομικά λιπίδια: κεραμίδια, φωσφολιπίδια, βούτυρο Karite, ωμέγα-6...

Απαλυντικά, καταπραϋντικά: εκχύλισμα βρώμης, ιαματικό νερό, γλυκόκολλα...

Η συμβουλή σας στο φαρμακείο

- Χρησιμοποιήστε τακτικά το μαλακτικό καλλυντικό, 1-2 φορές τη μέρα πάνω στις βλάβες ή και σε όλο το σώμα, μετά το τέλος της φαρμακευτικής αγωγής.
- Μην το χρησιμοποιείτε κατά τη διάρκεια της έξαρσης, γιατί υπάρχει πιθανότητα να προκαλέσει αίσθημα καύσου κατά την επαφή με τις ατοπικές βλάβες.



Τώρα, ακόμα πιο αποτελεσματική
αντιμετώπιση των κολικών και
της δυσκοιλιότητας



Με ΠΡΟβιοτικό $L_{reuteri}$ που υπάρχει
φυσικά στο μητρικό γάλα.

- Μειώνει σημαντικά τους κολικούς στο 95% των βρεφών
- Τα οφέλη φαίνονται από την 1η εβδομάδα
- Ρυθμίζει τη συχνότητα των κενώσεων
- Ανακουφίζει από τους κοιλιακούς πόνους



ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΣΤΗ ΒΡΕΦΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

www.nestlenutrition-institute.org



4η περίπτωση:

ΟΙ ΗΠΙΕΣ

ΕΡΕΘΙΣΤΙΚΕΣ

ΔΕΡΜΑΤΙΤΙΔΕΣ

**«Τώρα το χειμώνα
εμφανίστηκαν
κοκκινίλες»**

**«Το μωράκι μου έχει εδώ και μερικές
μέρες κάτι κοκκινίλες γύρω από το
στόμα και αυτό επιδεινώνεται. Βέβαια
βγάζει δόντια και έχει πολλά σάλια,
αλλά ίσως είναι και από το κρύο. Τι να
του βάλω;»**

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

**«Πρόκειται για έναν απλό λειχήνα λόγω της
επαφής του δέρματος με τα σάλια ή και την
πιπίλα πολλές φορές, που φυσικά επιδεινώνεται
με το κρύο. Μείνετε ήσυχη όμως, δεν είναι κάτι
σοβαρό. Σας προτείνω να χρησιμοποιήσετε
μια καταπραϋντική και αντισηπτική κρέμα και
φροντίστε να σκουπίζετε συνεχώς τα σάλια και
την πιπίλα, που εμποδίζουν την επούλωση».**

Η Περιστοματική δερματίτιδα είναι ένας απλός λειχήνας που εκδηλώνεται με κοκκινίλες και απολέπιση γύρω από το στόμα και στα μάγουλα, που μπορεί να είναι και λίγο επώδυνες, κυρίως γύρω από τα χείλη. Αυτές οι βλάβες επιδεινώνονται με το κρύο και τον αέρα, που οπωσδήποτε ξηραίνουν το δέρμα. Η υπεραιερόρροια και η πιπίλες ερεθίζουν την περιοχή.

Η χρήση μια μαλακτικής και αντισηπτικής κρέμας με βάση άλατα ψευδαργύρου και χαλκού, βοηθά και στην προστασία της περιοχής από τους ερεθιστικούς παράγοντες, αλλά και στην επούλωση.

Για την πρόληψη συστήστε στη μητέρα την καθημερινή χρήση μια παιδικής κρέμας φροντίδας στο πρόσωπο ή μιας Cold cream ιδιαίτερα το χειμώνα και συμβουλευστε την να σκουπίζει όσο γίνεται συχνότερα τα σάλια του παιδιού και να αποφεύγει όσο γίνεται τις πιπίλες.

Η Βρεφική ακμή

Η ακμή του νεογνού εμφανίζεται μόλις μετά τη γέννα ή μέσα στις πρώτες εβδομάδες. Έχει την ίδια εκδήλωση με αυτή του εφήβου, με ερυθματώδεις βλατίδες και φλύκταινες στα μάγουλα, το μέτωπο, τα αυτιά και το τριχωτό της κεφαλής, που διαρκούν το πολύ 2 έως 3 μήνες και αντιμετωπίζονται απλά με ένα αντισηπτικό διάλυμα χλωρεξιδίνης. Οφείλονται στη διέγερση των σμηματογόνων αδένων από τα οιστρογόνα της μητέρας.

Η Ιδρώα ή ιδρωτίλες είναι μικρά κόκκινα σπυράκια που εμφανίζονται κυρίως στις πτυχές του δέρματος. Οφείλονται στη συγκράτηση του ιδρώτα λόγω κάποιας παρεμπόδισης σε επίπεδο ιδρωτοποιών αδένων, όταν η θερμοκρασία είναι υψηλή ή όταν σκεπάζουμε πολύ ζεστά το μωρό. Δε χρειάζεται η χρήση κανενός προϊόντος. Ελευθερώστε το παιδί από τα χονδρά ρούχα και κλινοσκεπάσματα, κάντε του ένα πολύ χλιαρό μπάνιο και σε λίγες ώρες οι ιδρωτίλες θα έχουν εξαφανιστεί. Τέλος, να αναφέρουμε σύντομα και ορισμένες **μολυσματικές δερματικές παθήσεις**, όπως η ανεμοβλογιά και το μολυσματικό κηρίο, που χρήζουν επίσκεψης στον ειδικό γιατρό:

Η Ανεμοβλογιά οφείλεται σε έναν ιό της ομάδας του έρπητα και είναι μια ιδιαίτερα μεταδοτική ασθένεια. Αναπτύσσεται μέσα σε λίγες ημέρες ένα εξάνθημα που αποτελείται από βλατίδες, φλύκταινες και εφελκιδώδεις βλάβες στον κορμό, το πρόσωπο και το τριχωτό της κεφαλής και στη συνέχεια στα κάτω άκρα και τα πέλματα. Προσβάλλεται συχνά και το στόμα και οι βλεννογόνοι. Παρουσιάζει συχνά και μέτριο πυρετό.

Η θεραπεία είναι συμπτωματική. Πρέπει να ξηραίνονται καλά οι βλάβες και να εμποδίζονται οι επιμολύνσεις που οφείλονται στον κνησμό. Προσοχή να κόβονται τα νύχια του παιδιού κοντά, να καθαρίζονται συχνά τα χέρια του και φυσικά μπορείτε να συστήσετε ένα τοπικό αντιισταμινικό, εάν ο παιδίατρος δεν το έχει κάνει.

Το Μολυσματικό κηρίο είναι μια μικροβιακή επιδερμιδίτιδα πολύ συχνή στα παιδιά λόγω του σχολείου (Staphylococcus A ή Staphylococcus Dore). Χαρακτηρίζεται από φλύκταινες που εξελίσσονται σε κρούστα στο πρόσωπο, περιστοματικά, στο τριχωτό της κεφαλής και σε ακραίες περιπτώσεις συνοδεύεται από αδενοπάθεια και πυρετό. ■

Πόπη Χαραμή

ΚΡΕΜΑ ΧΕΡΙΩΝ

CERA di CUPRA®

“...η φροντίδα
που χρειάζονται
τα χέρια σας!”



ΣΤΑ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ



ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ
ΕΛΕΓΜΕΝΗ

Health Plus S.A.
PHARMACEUTICALS - COSMETICS

ΑΘΗΝΑ: ΛΕΩΦ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 2, ΓΛΥΦΑΔΑ 166 75, ΤΗΛ. 210.9641.162
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ 31, ΤΗΛ. 2310-540.575

Το ώριμο δέρμα και η ιδιαίτερη επικοινωνία του

Η γήρανση του δέρματος είναι ένα αισθητικό πρόβλημα που απασχολεί τις γυναίκες σε όλο τον κόσμο, σε οποιαδήποτε φυλή ή κοινωνική τάξη κι αν ανήκουν. Ακόμα και αν το δέρμα υπόκειται φυσιολογικά στη γήρανση όπως όλα τα όργανα, οι εμφανείς αλλαγές που τονίζουν το πέρασμα του χρόνου, ιδιαίτερα κατά την εμμηνόπαυση, αποτελούν πηγή άγχους και ωθούν τις γυναίκες στην αναζήτηση κοσμητολογικών, φαρμακευτικών αλλά και επεμβατικών λύσεων, με σημαντικές διαβαθμίσεις όσον αφορά την ασφάλεια, την αποτελεσματικότητα και το κόστος τους.



♦ Από την **PANIA ΛΕΧΟΥ**, Φαρμακοποιό, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς Α.Ε.



ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Αν παρατηρείτε ότι το δέρμα σας έχει βαθιές γραμμές και ρυτίδες, του λείπει η ζωντάνια και η σφριγηλότητα, ενώ έχει χάσει τη λάμψη του, τότε μάλλον ανήκετε σ' αυτήν την κατηγορία δέρματος.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Ο αριθμός των ινοβλαστών μειώνεται. Οι ίνες κολλαγόνου και ελαστίνης γίνονται ολοένα πιο άκαμπτες, με υποβαθμισμένη ποιότητα. Συνέπεια είναι η αποδυνάμωση του δέρματος, η απώλεια της ελαστικότητας και η εμφάνιση ρυτίδων.

Τα χαρακτηριστικά αυτού του δέρματος είναι:

- Πιο έντονες γραμμές και ρυτίδες.
- Το δέρμα χάνει τη δύναμη του.
- Το δέρμα στερείται σφριγηλότητας και λάμψης.

ΛΥΣΗ

Το δέρμα σας χρειάζεται άμεση αναζωογόνηση και εξισορρόπηση για να ενεργοποιηθεί ο υποτονικός φυσικός μηχανισμός. Παράλληλα, χρειάζεται ενίσχυση της άμυνας του ενάντια στην αύξηση του βάθους των ρυτίδων καθώς και προστασία από τις εξωτερικές επιθέσεις του περιβάλλοντος.

ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Η κατάλληλη σειρά περιποίησης Darphin γι' αυτό τον τύπο δέρματος είναι η Predermine. Τα προϊόντα της σειράς απαλύνουν, λειαίνουν και βοηθούν το δέρμα να επανακτήσει τη νεανική του εμφάνιση.

Αποτέλεσμα: Το δέρμα είναι απαλό, λείο και ελαστικό, με εντυπωσιακή λάμψη.

PRÉDERMINE

ΕΠΑΝΑΣΤΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗ

Με έμπνευση από την φύση και με μοναδική τεχνολογία, η Darphin επαναστατεί στην αντι-γήρανση.

Το νέο **Prédermine Firming wrinkle repair Serum** σβήνει τις ρυτίδες επαναφέρει τη νεανικότητα και τη σφριγηλότητα του δέρματος, αφυπνίζοντας τη φυσική παραγωγή των πρωτεϊνών νεότητας.

Οι κρέμες Prédermine λειαίνουν, ενισχύουν και προσφέρουν απαλότητα στο δέρμα για μια πιο νεανική εμφάνιση.

Densifying anti-wrinkle Cream – για κανονικό δέρμα.

➤ μια ελαφριά, βελούδινη κρέμα για ένα λαμπερό τελείωμα.

Densifying anti-wrinkle Cream – για ξηρό δέρμα.

➤ μια πλούσια κρέμα για ένα άνετο τελείωμα.

Densifying anti-wrinkle Fluid – για μεικτό δέρμα.

➤ μια άκρως ελαφριάς υφής κρέμα σε μορφή λοσιόν για ένα μεταξένιο ματ τελείωμα.



Densifying anti-wrinkle Cream
για κανονικό δέρμα



Densifying anti-wrinkle Cream
για ξηρό δέρμα



Firming wrinkle repair Serum



Densifying anti-wrinkle Fluid





ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Αν παρατηρείτε χαλάρωση στο περίγραμμα του προσώπου, βαθιές γραμμές, ξηρό δέρμα και πανάδες στην επιδερμίδα λόγω ηλικίας και θαμπή χροιά, τότε μάλλον ανήκετε σ' αυτήν την κατηγορία δέρματος.

Το δέρμα τραβάει, η επιδερμίδα σας δεν είναι σωστά ενυδατωμένη ενώ της λείπουν θρεπτικά συστατικά.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Μειώνεται η αναγέννηση των κυττάρων, το δέρμα γίνεται πιο ξηρό και ευαίσθητο. Η επιδερμίδα γίνεται πιο παχιά και η χροιά του δέρματος πιο θαμπή. Τα μελανοκύτταρα είναι λιγότερο ενεργά χωρίς σωστή λειτουργία, με αποτέλεσμα την εμφάνιση καφέ κηλίδων.

Τα χαρακτηριστικά αυτού του δέρματος είναι:

- Βαθιές πτυχές και ρυτίδες
- Χαλάρωση του περιγράμματος του προσώπου
- Έλλειψη σφριγηλότητας
- Έλλειψη λάμψης, θαμπή χροιά
- Πανάδες

ΛΥΣΗ

Το δέρμα σας χρειάζεται άμεση αναζωογόνηση και εξισορρόπηση για να ενεργοποιηθεί ο φυσικός μεταβολισμός των κυττάρων που έχει πέσει σε «χειμέρια νάρκη». Χρειάζεται εντατική προστασία της άμυνας του ενάντια στην αύξηση του βάθους των ρυτίδων καθώς και ενισχυμένη προστασία από τις εξωτερικές επιθέσεις του περιβάλλοντος. Παράλληλα, το δέρμα έχει ανάγκη φυσικής ανόρθωσης και επαναφορά της λάμψης και του ομοιόμορφου χρωματικού τόνου.

ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Η κατάλληλη σειρά περιποίησης Darphin γι' αυτό τον τύπο δέρματος είναι η Stimulskin Plus. Τα προϊόντα της σειράς ενισχύουν τη φυσική παραγωγή κολλαγόνου, συσφίγγουν και ανανεώνουν την ανθεκτικότητα του δέρματος.

Αποτέλεσμα: Δέρμα ανορθωμένο, πιο απαλό, με αναδομημένο περίγραμμα, ανανεωμένη λάμψη και ελαστικότητα.

STIMULSKIN PLUS

ΓΙΑ ΔΕΡΜΑ ΜΕ ΠΡΩΤΟΦΑΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Rejuvenating lifting serum

- Ενισχυμένος καθημερινός αντιγηραντικός ορός με πολλαπλή δράση για σύσφιξη κι ανόρθωση του δέρματος, καταπολέμηση των ρυτίδων και των καφέ κηλίδων.

Lift renewal series

- Πολύτιμη, πρωτοποριακή θεραπεία που προάγει την ανανέωση των κυττάρων, ενώ παράλληλα ενισχύει τη δομή των ιστών για αναζωογόνηση και ανανέωση του δέρματος.

Stimulskin smoothing cream - Κανονικό ή ξηρό δέρμα

- Πολυτελής αντιρυτιδική και ενυδατική κρέμα που βοηθά στη βελτίωση της υφής και της ελαστικότητας του δέρματος για πιο νεανική εμφάνιση.

Divine lifting cream

- Μοναδική αντιγηραντική κρέμα που συσφίγγει, λειαίνει, ενυδατώνει και θρέφει το δέρμα δίνοντας ολικά βελτιωμένη όψη, λάμψη και μεταξένια χροιά.



Rejuvenating lifting serum



Stimulskin smoothing cream
για κανονικό ή ξηρό δέρμα



Divine lifting cream



Lift renewal series



«Μάλιστα, είχε ακόμα αυτή τη δανεισμένη λάμψη με την οποία φρόντιζε να χρωματίζει και να στολίζει το πρόσωπό της, για να διορθώσει των χρόνων την ανεπανόρθωτη ύβρη... »

Ρακίνας

Πώς δέχονται οι γυναίκες τη γήρανση του δέρματος; Η κάθε γυναίκα είναι μοναδική και αντιδρά διαφορετικά σε αυτή την αναπόφευκτη διαδικασία της δερματικής γήρανσης.

- Υπάρχουν εκείνες που περιποιούνται από πολύ νωρίς το δέρμα τους, οι οποίες μπορεί να ανατρέξουν ακόμη και σε επεμβατικές τεχνικές προκειμένου να φαίνονται όσο το δυνατό νεότερες. Φοβούνται έντονα το πέρασμα του χρόνου και τα σημάδια που αυτός αφήνει πάνω τους.

«Τρελαίνομαι στην ιδέα ότι το δέρμα μου χάνει τη λάμψη και τη φρεσκάδα της νιότης του. Θα έκανα τα πάντα για να μη συμβεί κάτι τέτοιο!»

- Υπάρχουν βέβαια και γυναίκες που δεν τους απασχολούσε ιδιαίτερα η φροντίδα του δέρματός τους, χρησιμοποιούσαν περιστασιακά προϊόντα φροντίδας και αντιγήρανσης, οι οποίες όμως αντιλαμβάνονται ξαφνικά ότι το δέρμα τους αλλάζει, αντιλαμβάνονται ότι γερνούν και αναζητούν «σωτηρία».

«Με είδα ξαφνικά στον καθρέφτη και τρόμαξα, τότε αντιλήφθηκα ότι έχω κάπως γηρασμένο δέρμα, χρειάζομαι τη συμβουλή σας».

- Υπάρχουν τέλος και εκείνες που δεν ασχολήθηκαν και δεν ασχολούνται με το δέρμα τους. Θεωρούν ότι η γήρανση του δέρματος είναι εμπειρία ζωής και νιώθουν υπερήφανες που φτάνουν σε αυτό το στάδιο.

«Τι να βάλω στο δέρμα μου, δεν είμαι εγώ για τέτοια, έχω αποκτήσει εγγόνια!»

Όποια και να' ναι η αντιμετώπιση που έχει μια γυναίκα στο πέρασμα του χρόνου, αξίζει να την ενημερώσουμε, να τη συμβουλευούμε, να την καθησυχάζουμε και να ικανοποιούμε το αίτημά της.

Για να γίνει αυτό, θα πρέπει να γνωρίσουμε λίγο καλύτερα το ώριμο δέρμα, τις ανάγκες του, καθώς και τους μηχανισμούς γήρανσης.

Ποιοι είναι οι μηχανισμοί γήρανσης του δέρματος;

Το νεανικό δέρμα οφείλει στο κολλαγόνο, την αντοχή και τη σφριγηλότητά του, στην ελαστίνη την ελαστικότητά του, ενώ η αυξημένη περιεκτικότητά του σε υαλουρονικό οξύ οδηγεί σε αύξηση της υγροσκοπικής ικανότητάς του. Όλα αυτά είναι τα συστατικά νεότητας του δέρματος, ελλείψει των οποίων το δέρμα εμφανίζει το πιο χαρακτηριστικό σημάδι γήρανσης, τις ρυτίδες. Άλλα κλινικά σημάδια γήρανσης αποτελούν: η λέπτυνση του δέρματος, η ατροφία αλλά και



η υπερπλασία της επιδερμίδας (ατυπίες), η απώλεια ελαστικότητας, η ξηρότητα, η χαλάρωση και η μειωμένη ικανότητα επούλωσης (ανάγκη αισθητικής βελτίωσης των χειρουργικών ουλών).

Όπως συμβαίνει και με τα άλλα όργανα του ανθρώπινου οργανισμού, η γήρανση του δέρματος καθορίζεται από το γενετικό υλικό (ενδογενής γήρανση) και από το περιβάλλον (εξωγενής γήρανση). Τα δυο αυτά είδη δεν είναι ανεξάρτητα, καθώς η εξωγενής επιδιδιώνει και επιταχύνει την ενδογενή γήρανση.

Η ενδογενής γήρανση καθορίζεται κυρίως από τα γονίδια που ελέγχουν τους μηχανισμούς αποσύνθεσης, επιδιόρθωσης και ανανέωσης κυττάρων και διαφόρων ουσιών, όπως για παράδειγμα του κολλαγόνου. Ο άλλος σημαντικός παράγοντας ενδογενούς γήρανσης είναι οι ορμόνες. Ως αποτέλεσμα της έλλειψης οιστρογόνων και προγεστερόνης κατά την προ-εμμηνοπαυσιακή περίοδο, πολλές γυναίκες παρατηρούν αλλαγές στο δέρμα τους: λέπτυνση, ξηρότητα και τάση προς αφυδάτωση, βάθυνση των ρυτίδων, μειωμένη ελαστικότητα, ωχρότητα.

Πώς όμως οι ορμόνες καταφέρνουν να ασκήσουν μια τέτοια εκφυλιστική δράση;

Στην επιδερμίδα, τους σμηγματογόνους αδένες και τους τριχοθύλακες, συναντώνται τόσο υποδοχείς ανδρογόνων, όσο και υποδοχείς οιστρογόνων. Έτσι, σε αυτά τα επίπεδα, η πτώση των οιστρογόνων προκαλεί επιβράδυνση της ανανέωσης των κερατινοκυττάρων, μείωση της παραγωγής μελανίνης, ενώ η σχετική αύξηση των ανδρογόνων που παρατηρείται σε κάποιες περιπτώσεις, προκαλεί διέγερση των σμηγματογόνων αδένων, με αποτέλεσμα την αύξηση της έκκρισης

σμήγματος, την αύξηση της τριχοφυΐας σε ορισμένες ζώνες του προσώπου και την αραίωση των μαλλιών.

Στο επίπεδο του κυρίως δέρματος, στους ινοβλάστες, που είναι τα κύτταρα που συνθέτουν κολλαγόνο, ελαστίνη, υαλουρονικό οξύ και άλλα συστατικά της μεσοκυττάριας ουσίας του κυρίως δέρματος, ο κύριος υποδοχέας είναι ο υποδοχέας οιστρογόνων β (ER- β). Συνεπώς η πτώση των οιστρογόνων προκαλεί μείωση της δράσης των ινοβλαστών και άρα της σύνθεσης όλων αυτών των συστατικών νεότητας του δέρματος. Ελλείψει αυτών, το δέρμα αποκτά ρυτίδες, παρουσιάζει απώλεια ελαστικότητας και χαλάρωση.

Μελέτες έχουν δείξει ότι περίπου 30% του κολλαγόνου του δέρματος, και συγκεκριμένα οι τύποι I (προσφέρει στο δέρμα αντοχή) και III (συνεισφέρει στην ελαστικότητα του δέρματος), χάνεται μέσα στα πρώτα 5 χρόνια μετά την εμμηνόπαυση και ενώ κάθε χρόνο το συνολικό κολλαγόνο μειώνεται κατά 2% κατά μέσο όρο. Επίσης έχει αποδειχτεί ότι οι μετεμμηνοπαυσιακές γυναίκες που ξεκινούν να λαμβάνουν ΘΟΥ (Θεραπεία Ορμονικής Υποκατάστασης) με οιστρογόνα, παρουσιάζουν αύξηση στο κολλαγόνο που περιέχεται στο δέρμα μέσα σε 6 μήνες. Από άλλες μελέτες έχει παρατηρηθεί ότι γυναίκες που λαμβάνουν ΘΟΥ παρουσιάζουν λιγότερη «ανεπαίσθητη απώλεια νερού» από την επιδερμίδα τους σε σχέση με εκείνες που δε λαμβάνουν θεραπεία. Άρα τα οιστρογόνα συνεισφέρουν και στην καταπολέμηση της αφυδάτωσης.

Το δέρμα όμως είναι ένα πολύ εκτεθειμένο όργανο και πολλοί παράγοντες επιδρούν σε αυτό, προκαλώντας εξωγενή γήρανση. Η ηλιακή ακτινοβολία, η διατροφή, το κάπνισμα, το άγχος, διάφορες παθήσεις (όπως οι ενδοκρινολογικές), η λήψη φαρμάκων (όπως των χημειοθεραπευτικών), είναι οι κυριότεροι από αυτούς τους παράγοντες.

Η εξωγενής γήρανση εκδηλώνεται σε επίπεδο επιδερμίδας με καφέ κηλίδες, λόγω μη ομαλούς κατανομής της μελανίνης στα κερατινοκύτταρα, τραχύτητα της επιδερμίδας (δυσπλασίες, υπερπλασίες), ρυτίδες και μειωμένη άμυνα του δέρματος, λόγω της μείωσης των κυττάρων του Langerhans. Σε επίπεδο του κυρίως δέρματος, εκδηλώνεται με αλλοίωση της ελαστίνης (ελάστωση), διάσπαση των ινών κολλαγόνου και εναπόθεση φλεγμονωδών κυττάρων. Ο μηχανισμός γήρανσης σε μοριακό επίπεδο είναι ο ίδιος, είτε πρόκειται για εξωγενή είτε πρόκειται για ενδογενή γήρανση. Οι ελεύθερες ρίζες (E.P.) είναι χημικές ενώσεις που παράγονται φυσιολογικά από τον οργανισμό ως υπολείμματα του κυτταρικού μεταβολισμού, αλλά αυξάνονται αισθητά λόγω κάποιων περιβαλλοντικών συνθηκών. Οι E.P. δρουν

στα φωσφολιπίδια των κυτταρικών μεμβρανών, στο DNA και στα δομικά συστατικά της μεσοκυττάριας ουσίας του κυρίως δέρματος (κολλαγόνο, ελαστίνη, υαλουρονικό οξύ).

Ο οργανισμός μας βέβαια διαθέτει ενζυματικούς (κατάλυση, δισμουτάση του υπεροξειδίου, υπεροξειδάση της γλουταθειόνης) και μη ενζυματικούς (βιταμίνη C, βιταμίνη E, β -καροτένιο, σελήνιο) μηχανισμούς προστασίας από τις E.P., οι οποίοι όμως καθώς μεγαλώνουμε καθίστανται ανεπαρκείς.

Πώς προσεγγίζουμε τις πελάτισσες με ώριμο δέρμα;

Μέσα λοιπόν από τη γνώση της φυσιοπαθολογίας της γήρανσης του δέρματος μπορούμε εύκολα να αντιληφθούμε τη στάση ζωής που πρέπει να υιοθετήσουμε ώστε να δημιουργήσουμε ασπίδα προστασίας ενάντια στο χρόνο, καθώς επίσης και τι ερωτήσεις θα πρέπει να κάνουμε στην πελάτισσα στο φαρμακείο, έτσι ώστε να πάρουμε τις απαραίτητες πληροφορίες και να προτείνουμε την καλύτερη δυνατή φροντίδα για το δικό της δέρμα.

Η ολοκληρωμένη πρόταση φροντίδας για ένα ώριμο δέρμα περνά μέσα από τη διάγνωση (τύπος δέρματος, κατάσταση δέρματος, σημάδια γήρανσης).

Η εμπειρία μας ως φαρμακοποιοί και σύμβουλοι ομορφιάς, η παρατήρηση καθώς και ορισμένες ερωτήσεις προς την πελάτισσα, βοηθούν σε μια σωστή διάγνωση των αναγκών του ώριμου δέρματος της πελάτισσάς μας.

Ερωτήσεις προς την πελάτισσα, με σκοπό τη διάγνωση και την ανακάλυψη των αναγκών της:

- «Πώς νιώθετε αυτή την εποχή το δέρμα σας;»
- «Τι αλλαγές βλέπετε στο δέρμα σας με το πέρασμα του χρόνου;»
- «Καπνίζετε;»
- «Ακολουθείται κάποια φαρμακευτική αγωγή;»

Πρόκειται για «ανοιχτές» ερωτήσεις που κάνουν την πελάτισσα να εκφραστεί ελεύθερα, αλλά και «κλειστές» ερωτήσεις για να πάρουμε πολύ συγκεκριμένες απαντήσεις.

Σε μια δεύτερη φάση, για να μπορέσουμε να κάνουμε μια ολοκληρωμένη πρόταση στην πελάτισσα, θα πρέπει να γνωρίσουμε τις κοσμητολογικές της συνήθειες.

Sérénage

Σειρά φροντίδας για
θρέψη και πυκνότητα



Δαμάστε το χρόνο

Τα δραστικά συστατικά της σειράς Sérénage επιλέχθηκαν προσεκτικά για να απαντήσουν στις ανάγκες του ώριμου δέρματος:

- Η **Γλυκολεόλη**, χάρη στη «δράση αποθήκης», εγγυάται εντατική και συνεχή θρέψη του δέρματος,
- Τα **Κλάσματα Υαλουρονικού Οξέος μεσαίου μοριακού βάρους (H.A.F.)** επιταχύνουν τη φυσιολογική σύνθεση του υαλουρονικού οξέος, προσφέροντας πυκνότητα στο δέρμα,
- Το **ιαματικό Νερό της Ανένη** καταπραΰνει το δέρμα χαρίζοντάς του απαλότητα

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗ
ΩΡΙΜΟ ΔΕΡΜΑ

EAU THERMALE
Avène



Ανένη, οι ιαματικές Εγκαταστάσεις
του ευαίσθητου δέρματος

Ερωτήσεις με σκοπό την ανακάλυψη των συνηθειών της ως προς τη φροντίδα του δέρματος:

- «Πώς καθαρίζετε το δέρμα σας;»
- «Τι προϊόντα αντιγήρανσης έχετε χρησιμοποιήσει ως τώρα;»
- «Πώς φροντίζετε ιδιαίτερα την περιοχή γύρω από τα μάτια;»
- «Πώς προστατεύετε από τον ήλιο;»

Έτσι, έχοντας μια ολοκληρωμένη εικόνα των αναγκών του δέρματος, αλλά και των συνηθειών της πελάτισσας, μπορούμε να χτίσουμε και να προτείνουμε το δικό της πρόγραμμα φροντίδας αντιγήρανσης.

Το μυστικό της αξίας της έγκαιρης πρόληψης έχει αποκαλυφθεί. Γνωρίζουμε ότι η πρόληψη όσο πιο γρήγορα γίνεται, τόσο καλύτερα αποτελέσματα φέρνει.

Ο ήλιος, το κάπνισμα, το αλκοόλ, το άγχος, η ρύπανση, είναι παράγοντες που όπως είδαμε παραπάνω, επιταχύνουν τη φυσιολογική διαδικασία γήρανσης και η αποφυγή τους ή η προστασία από αυτούς μπορεί να αναστείλει αυτή την αρνητική επίδραση. Καθώς όμως είναι αδύνατο να αποφευχθούν κατά τρόπο απόλυτο οι εξωγενείς επιθέσεις, πρέπει να λαμβάνουμε ιδιαίτερη μέριμνα ώστε να τις αντιμετωπίζουμε αποτελεσματικά μέσω της καθημερινής φροντίδας του δέρματός μας.

Ας μην ξεχάσουμε να τονίσουμε στην πελάτισσα ότι η πρόληψη της γήρανσης περνάει οπωσδήποτε από:

- Την αντηλιακή προστασία.
- Την αντιοξειδωτική προστασία. Ισχυρά αντιοξειδωτικά είναι η βιταμίνη Α (ρετινόλη) και το πρόδρομο μόριο της (β-καροτένιο), η βιταμίνη Ε και το πρόδρομο μόριο της (προ-τοκοφερόλιο), η βιταμίνη C (L-ασκορβικό οξύ) και οι πολυφαινόλες (φλαβονοειδή, ανθοκυάνες).
- Την ενυδάτωση ή τη θρέψη, απαραίτητη φροντίδα των ώριμων δερμάτων που τείνουν να αφυδατώνονται ευκολότερα και να γίνονται όλο και πιο ξηρά.

Η πρόληψη γίνεται κυρίως το πρωί, όταν όλες οι περιβαλλοντικές επιθέσεις απειλούν την ακεραιότητα του δέρματος.

Το βράδυ διευκολύνονται οι ανταλλαγές με το περιβάλλον, έχουμε καλύτερη απορρόφηση και αποτελεσματικότητα των προϊόντων διόρθωσης της γήρανσης.

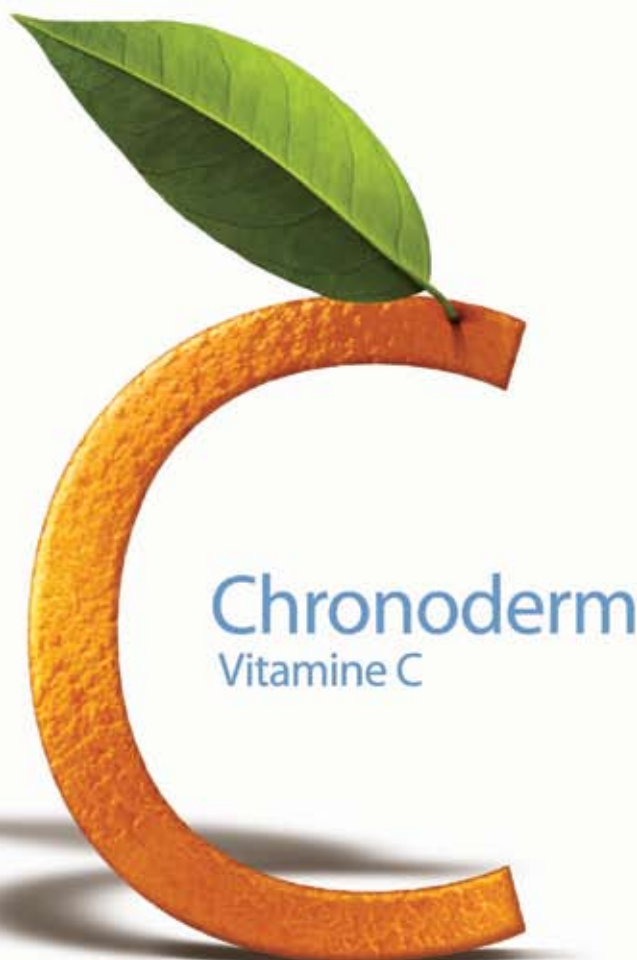
Ποια είναι τα μόρια που διαθέτει η αισθητική δερματολογία για τη διόρθωση των σημείων γήρανσης;

Τα πιο ισχυρά, αποτελεσματικά και δοκιμασμένα μόρια είναι τα **ρετινοειδή** και συγκεκριμένα η **ρετινόλη**, η **ρετιναλδεΐδη** και το **ρετινοϊκό οξύ**.

Το **ρετινοϊκό οξύ** (όξινη βιταμίνη Α, **τρετινοΐνη**) δρα τόσο σε επίπεδο επιδερμίδας, προκαλώντας αύξηση της κυτταρικής ανανέωσης και διευκόλυνση της απολέπισης των νεκρών κερατινοκυττάρων, όσο και σε επίπεδο κυρίως δέρματος, προκαλώντας διέγερση της δραστηριότητας των ινοβλαστών και αγγειογένεση. Ως αποτέλεσμα αυτών, το δέρμα λειαίνεται και επανακτά λάμψη και σφριγηλότητα. Όμως είναι ένα ερεθιστικό μόριο, που μπορεί να προκαλέσει ερυθρότητα (γι' αυτό αποφεύγεται σε ευαίσθητα δέρματα) και φωτοευαισθητοποίηση (γι' αυτό είναι απαραίτητη η χρήση αντηλιακού με υψηλό δείκτη προστασίας).

Η **ρετιναλδεΐδη** είναι ένα μόριο κλειδί ανάμεσα στη ρετινόλη και το ρετινοϊκό οξύ, που είναι η ενεργός μορφή. Η διατροφή μας παρέχει ρετινόλη στα επιδερμικά κύτταρα, τα οποία τη μετατρέπουν πρώτα σε ρετιναλδεΐδη και στη συνέχεια σε ρετινοϊκό οξύ, ανάλογα με τις ανάγκες του οργανισμού. Με την πάροδο του χρόνου, η μετατροπή αυτή επιβραδύνεται, οπότε η απευθείας παροχή ρετιναλδεΐδης στα κύτταρα αντισταθμίζει την έλλειψη αυτή.

Τα οξέα φρούτων δρουν στην επιδερμίδα και το είδος της δράσης τους εξαρτάται από το pH (αποτέλεσμα συγκέντρωσης και είδους οξέων). Σε pH 4,5-5,2 εμφανίζουν κερατολυτική δράση, ενισχύοντας την κυτταρική ανανέωση. Σε pH λιγότερο όξινα, ασκούν ενυδατική δράση, ενώ σε pH περισσότερο όξινα, η κερατολυτική τους δράση είναι πιο ισχυρή και αφαιρούν τις ανώτερες στοιβάδες της επιδερμίδας. Ως αποτέλεσμα αυτών, το δέρμα λειαίνεται και επανακτά λάμψη και ομοιομορφία στο χρώμα. Τα οξέα φρούτων χρησιμοποιούνται με προσοχή στα ευαίσθητα και αντιδραστικά δέρματα.



Η CASTALIA πρωτοπορεί και η επιδερμίδα σας απολαμβάνει όλη τη φρεσκάδα της βιταμίνης C.

Η καινοτομία που απελευθερώνει τις ευεργετικές ιδιότητες της βιταμίνης C τη στιγμή που τις χρειάζεστε!

Η Chronoderm Vitamine C είναι η μόνη που συγκεντρώνει 5% και 10% καθαρή – σταθερή βιταμίνη C σε ένα φιαλίδιο. Έχει άμεσα αποτελέσματα γιατί την ετοιμάζεται εύκολα και απλά, λίγο πριν την εφαρμογή της. Χωρίς άρωμα και parabens.

Ανακαλύψτε τα μοναδικά πλεονεκτήματα της Chronoderm Vitamine C...

Ισχυρή αντιοξειδωτική δράση που συμβάλλει στη **μείωση των κηλίδων -2%***
Ενεργοποίηση του κολλαγόνου που συμβάλλει στην **αύξηση ελαστικότητας +9,6%***
και **ενυδάτωσης της επιδερμίδας +39,9%***

* Συγκριτική κλινική μελέτη αξιολόγησης του Chronoderm Vitamine C, 10% και 5% - Νοσοκομείο Συγγρός, Σεπτέμβριος 2009

...και αποκτήστε λαμπερή και απαλή επιδερμίδα!

Εσείς απλά: **1** Περιστρέψτε **2** Ανακινήστε **3** Εφαρμόστε



Συσκευασία 14 φιαλιδίων x 5ml για θεραπεία 1 μήνα!

Συνιστάται από δερματολόγους. Πωλείται αποκλειστικά στα φαρμακεία.



HEALTHY IS BEAUTIFUL

Άλλα μόρια είναι:

• **Το υαλουρονικό οξύ.** Το υαλουρονικό οξύ είναι ένας πολυσακχαρίτης υψηλής σημασίας στην κοσμετολογία. Λόγω της υγροσκοπικής του ιδιότητας, είναι ένας φυσικός μηχανισμός ενυδάτωσης. Επίσης, είναι δομικό στοιχείο της μεσοκυττάριας ουσίας και γι' αυτό αποτελεί συστατικό πολλών αντιγηραντικών προϊόντων. Όμως, λόγω της μακρομοριακής δομής του, δεν μπορεί να διαπεράσει την κεράτινη στοιβάδα αυτούσιο, γι' αυτό σε τέτοια προϊόντα μπαίνει ως κλάσματα μικρού μοριακού βάρους.

• **Η φιμπριλλίνη** είναι μια γλυκοπρωτεΐνη απαραίτητη για το σχηματισμό των ινών ελαστίνης. Εκκρίνεται στη μεσοκυττάρια ουσία από τους ινοβλάστες και ενσωματώνεται στα αδιάλυτα μικροϊνίδια, πάνω στα οποία εναποτίθεται η άμορφη ελαστίνη. Η φιμπριλλίνη βοηθά στην αναδόμηση των ινών ελαστίνης, άρα ενισχύει την ελαστικότητα και την πυκνότητα του δέρματος. Εκτός όμως από την αισθητική δερματολογία, οι επεμβατικές θεραπείες κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος. Ο ρόλος μας ως φαρμακοποιοί σε τέτοιες επεμβάσεις είναι η διατήρηση του αποτελέσματος μέσα από τη συστηματική φροντίδα του δέρματος, αλλά και η ενημέρωση για πιθανές αντενδείξεις ή παρενέργειες τέτοιων διαδικασιών.

**Και μια τελευταία συμβουλή.**

Οι γυναίκες με ώριμο δέρμα θέλουν να τις αξιολογούμε όχι για το πώς, ούτε για το πόσο είναι, αλλά για το ποιες είναι και πώς εκείνες αισθάνονται ότι είναι! ■

Ποιες είναι οι επεμβατικές θεραπείες που χρησιμοποιούνται στην αντιγήρανση;

Ενέσιμα για γέμισμα ρυτίδων	• Υαλουρονικό οξύ • Κολλαγόνο • Πολύ-α-γαλακτικό οξύ • Βοτουλική τοξίνη
Μειώνουν ή σβήνουν τις ρυτίδες και αναπλάθουν ορισμένα τμήματα του προσώπου	
Peelings	• Επιφανειακά • Μεσαία
Πρόκειται για χημικές τεχνικές απολέπισης του δέρματος, με διαφορετικό επίπεδο δράσης	
Lasers	• Αγγειακά laser (ερυθροευρυαγγείες) • Laser Q Switch (καφέ κηλίδες) • Έντονο παλμικό φως (ερυθροευρυαγγείες, καφέ κηλίδες) • Laser ανάπλασης (διέγερση των ινοβλαστών) • Laser λείανσης
Χρησιμοποιούνται κυρίως για τα σημεία της φωτογήρανσης	

ΠΡΟΦΙΛ ΠΕΛΑΤΙΣΣΩΝ & ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ

«Τρελαίνομαι στην ιδέα ότι το δέρμα μου χάνει τη λάμψη και τη φρεσκάδα της νιότης του. Θα έκανα τα πάντα για να μη συμβεί κάτι τέτοιο»

- Καθυσυχασμός
- Έμφαση στο τι έχει χρησιμοποιήσει ως τώρα
- Δημιουργία ολοκληρωμένου προγράμματος καθαρισμού, πρόληψης και επανόρθωσης
- Ενημέρωση σχετικά με τις δυνατότητες και τα όρια των επεμβατικών θεραπειών

«Με είδα ξαφνικά στον καθρέφτη και τρόμαξα, τότε αντιλήφθηκα ότι έχω γεράσει, χρειάζομαι τη βοήθειά σας»

- Καθυσυχασμός
- Έμφαση στις ερωτήσεις ως προς τη διάγνωση των αναγκών
- Δημιουργία προγράμματος εντατικής θεραπείας
- Τακτική επιβεβαίωση της συμμόρφωσης στο σχήμα φροντίδας

«Τι να βάλω στο δέρμα μου, δεν είμαι εγώ για τέτοια, έχω αποκτήσει εγγόνια»

- Έμφαση στα θετικά αποτελέσματα μιας τακτικής αντιγηραντικής φροντίδας
- Πρόταση μιας κρέμας νυκτός (απλό σχήμα)
- Δείγματα για συμπληρωματική φροντίδα (θρέψη, ενυδάτωση)

Ο χαμένος κρίκος της αντιγήρανσης

Milena για
το Perfectil
Platinum



Οι δερμο-θρεπτικές ταμπλέτες του Perfectil® Platinum, δημιουργήθηκαν για να ολοκληρώσουν την αντιγηραντική φροντίδα του δέρματος. Η μοναδική του σύνθεση με βιοθαλάσσιο κολλαγόνο, εκχύλισμα πεύκου, λυκοπένιο, ω3 & ω6 λιπαρά οξέα και συνένζυμο Q10 βοηθούν στην ανάπλαση και την προστασία του δέρματος, λειαίνοντας τις ρυτίδες και βοηθώντας στη διατήρηση της νεανικής όψης και της φυσικής απόχρωσης της επιδερμίδας.

Perfectil® Platinum - καινοτομία στην αντιγήρανση

Perfectil® PLATINUM

Δερμο-θρεπτικές ταμπλέτες

Διατίθεται στα φαρμακεία. Συμπλήρωμα διατροφής γνωστοποιημένο στον Ε.Ο.Φ.


VITABIOTICS



Douni
health products

Επικοινωνία – Ενημέρωση – Συμβουλή:
210 9941451, info@douni.gr, www.douni.gr

Η ΚΡΙΣΗ ΩΣ ΑΓΙΑΡΧΗ ΜΙΑΣ ΝΕΑΣ ΑΡΧΗΣ

♦ Από τον **ΑΝΔΡΕΑ ΚΑΛΛΙΒΩΚΑ**, φαρμακοποιό



Η κρίση που σήμερα πλήττει το ελληνικό φαρμακείο, ως απαρχή μιας πιο γενικής αναδιάρθρωσης καταστάσεων, συμπεριφορών και αντιλήψεων, δίνει τη μοναδική ευκαιρία στον κλάδο να διαχειριστεί «τα του οίκου του», με κινήσεις που υπό την καθοδήγηση σώφρονος και υγιούς ηγεσίας, θα μπορέσει να βγάλει τον κλάδο από το έρεβος της κρίσης, πλήρως αναμορφωμένο, δυναμικό αλλά και διαχρονικά ζωντανό και παραγωγικό, διαφυλάσσοντας τις αξίες του και προστατεύοντας τους υπερασπιστές αυτών.

Είναι γεγονός ότι η πλέον φορεμένη λέξη τους τελευταίους μήνες στην καθημερινότητά μας δεν είναι άλλη από την «κρίση». Είναι γεγονός - πέρα από κάθε αμφισβήτηση - ότι η δυσμενής θέση που το ελληνικό φαρμακείο σήμερα έχει βρεθεί, αλλά και η ακόμη δυσμενέστερη που θα βρεθεί, είναι κατάληξη όχι μόνο της γενικότερης οικονομικής κρίσης που έπληξε τη χώρα μας, αλλά οφείλεται και εν πολλής σε ίδιες ανεύθυνες εγωκεντρικές, έως εγωπαθτικές συμπεριφορές, στα πλαίσια όχι της ευγενούς φιλοδοξίας και άμιλλας, αλλά στα σκοτεινά μονοπάτια της μισαλλοδοξίας, ματαιοδοξίας και φαύλης συμπεριφοράς των ολίγων έναντι των πολλών, των εκόντων έναντι των μη εκόντων, των ισχυρών έναντι των αδυνάτων, αλλά το πλέον σημαντικό, της λανθάνουσας μορφής ανταγωνιστικότητας και της πελατειακής σχέσης κράτους - πολίτη.

Είναι σίγουρο ότι η αναδιάρθρωση των μέχρι σήμερα «σταθερών», αλλά και εν γένει η ανακατανομή δυνάμεων στον εργασιακό μας χώρο, θα πρέπει να διαχειριστεί τρεις παραμέτρους:

α) Την προστασία και συνετή διαχείριση του κρατικού πλούτου.

β) Την αξιοπρεπή διαβίωση των εν ενεργεία συναδέλφων, με παράλληλη εξασφάλιση αυτής μέχρι λήξεως του εργασιακού τους βίου.

γ) Και το πλέον σημαντικό, τη διαχείριση και αξιοποίηση του νέου επιστημονικού δυναμικού με σοβαρότητα και τρόπο ώστε να υπάρχει η υγιής διάδοχος κατάσταση και η ασφάλεια που ο νέος πρέπει να νιώθει, στην εύρεση αλλά και διαχείριση του εργασιακού του χώρου.

Θα ήταν όμως ίσως ημιτελής μια σπουδή πάνω σε σκέψεις διαφυγής από τη «δική μας κρίση», εάν δεν κοιτούσαμε με περισσή ειλικρίνεια το μέγεθος του προβλήματος, τις αιτίες (σε όσο βάθος αυτό μπορεί να γίνει), την ευθύνη εαυτών και αλλήλων.

Η εθελουφλία στην παρούσα φάση αλλά και ο στρουθοκαμηλισμός, θα έφερνε καταστρεπτικά αποτελέσματα σε απίστευτα λίγους χρόνους. Αντίθετα, η καταγραφή των προβλημάτων και η πλήρη ανάλυσή τους, δίνει την ευκαιρία της σωστής διαχρονικής και ασφαλούς λύσης, σε ένα περιβάλλον που προς το παρόν φαίνεται ασταθές, αβέβαιο και πλήρως αδιευκρίνιστο.

Το υπάρχον μοντέλο λειτουργίας του φαρμακείου είναι πέραν πάσης αμφιβολίας θνησιγενές στο υπό διαμόρφωση νέο οικονομικό περιβάλλον, τόσο το βραχυπρόθεσμο όσο και το μεσο-μακροπρόθεσμο. Είναι απόλυτα βέβαιο, ότι η επερχόμενη ύφεση την επόμενη τριετία, θα μειώσει ακόμη περισσότερο την αγοραστική δύναμη του καταναλωτικού κοινού και θα είναι εντελώς αρνητική σε μεμονωμένες προσπάθειες επιβίωσης, πόσο δε μάλλον ανάπτυξης ορισμένων μικρών επιχειρήσεων.

Η δική μας κρίση

Η ατυχία του κλάδου ήταν να βρεθεί σε δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, αλλά και να διαχειρίζεται το σημαντικότερο μέρος των κεφαλαίων του σε συνεργασία με το κράτος, μιας και ο κύριος όγκος των συναλλαγών του αφορούν το κράτος. Ήταν αναμενόμενο λοιπόν ότι ο έλεγχος των δημοσιονομικών, θα επέφερε σημαντικές αλλαγές στα οικονομικά μεγέθη του ελληνικού φαρμακείου, μιας και ο τομέας φαρμακείο είναι ουσιαστικά ο αδύναμος κρίκος, όχι βέβαια λόγω οικονομικών μεγεθών, αλλά λόγω ανεπάρκειας και διορατικότητας διαχρονικά των ηγετών του να διαγνώσουν τον επερχόμενο κίνδυνο και να το διαχειριστούν πριν αυτό ξεφύγει από κάθε έλεγχο.

Ο λόγος ή πιο σωστά οι αιτίες είναι εμφανείς. Η κρίση στα δημοσιονομικά, αλλά και η στρεβλή οικονομική κατάσταση τα τελευταία χρόνια της ελληνικής οικογένειας, που έστησε γύρω της μια κατάσταση Beverly Hills, χωρίς να υπάρχουν οι σταθερές βάσεις, αλλά βασισμένη με τον ένα ή άλλο τρόπο, πάνω σε μη πραγματικά οικονομικά μεγέθη, σε δανεισμό, αλλά περισσότερο στη διαχείριση μαύρου χρήματος. Άρα θα ήταν προβλέψιμο από ένα σώφρονα διαχειριστή οικονομικών και όχι κάποιον «γκουρού», ότι κάποτε θα έσκαγε η «φούσκα»! Αυτό φυσικά δεν έγινε από τη μια ημέρα στην άλλη, αλλά αργά και σταθερά, υπνωτίζοντας όλους και όλα, έφτανε αργά και αναδυόταν σιγά. Παράλληλα, η στρεβλή και χωρίς όρια υπερπαραγωγή φαρμακοποιών τα τελευταία χρόνια, είτε ως «η εύκολη λύση της γρήγορης αποκατάστασης», είτε ως δεδομένο

θεωρητικά «κανάλι εύκολου πλουτισμού», έφερε τη διαχείριση μιας συγκεκριμένης οικονομικής πίτας, δυσανάλογης ως προς τον αριθμό των φαρμακείων. Όπως έχουν παραδεχτεί οι ειδικοί σε αναλύσεις του φαινομένου «υπερκατανάλωση», ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των φαρμακείων είναι «σύμματος» της αύξησης της φαρμακευτικής δαπάνης, όχι φυσικά και η απόλυτη αιτία. Εδώ είναι βαρύτατη η ευθύνη διαχρονικά των ηγετών, που δεν μπόρεσαν να δουν το αυτονόητο. Η υπερκατανάλωση και η υπερπαραγωγή φέρει τη βαθειά ύφεση, λόγω μη απορρόφησης σε σωστά μεγέθη και αναλογίες του παραγόμενου έργου.

Αυτό που κάνει ένα χώρο διαχρονικά αναπτυσσόμενο, σίγουρα δεν είναι ο μιμητισμός, αλλά η διαφορετικότητα και η καινοτομία. Τα δύο αυτά χαρακτηριστικά λείπουν από τον κλάδο μας, που σίγουρα δε θα πρέπει να χειροκροτεί τον εαυτό του ότι καινοτομεί σαν κλάδος. Μια απλή ματιά στα τελευταία χρόνια και θα φανεί η αλήθεια.

Η πρόσφατη και άμεση κρατική παρέμβαση στον έλεγχο των ταμείων, για να μαζέψει τα οικονομικά τους, άσχετα εάν διαφωνώ προσωπικά με τέτοιες πολιτικές που μακροπρόθεσμα θα έχουν λάθος αποτελέσματα, έδωσε το «ξαφνικό» χτύπημα στο ελληνικό φαρμακείο! Η μείωση του τζίρου του στον τομέα φάρμακο, αλλά και αυτή που θα έρθει, παράλληλα με τη μείωση της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτικού κοινού, μπορεί να αγγίξει μέχρι και το 50% και αναδεικνύει το πραγματικό πρόβλημα του ελληνικού φαρμακείου και του Έλληνα συναδέλφου, που ακροβατεί σε ένα εντελώς αβέβαιο και ανασφαλές περιβάλλον.

Υπάρχει όμως λύση;

Είναι όμως τα πράγματα τόσο άσχημα; Υπάρχει λύση; Μήπως αυτή η κρίση είναι η μεγάλη ευκαιρία αναδιάρθρωσης του κοινωνικού δικτύου στο χώρο του φαρμακείου; Μήπως η αναδιάρθρωση σκέψεων, πράξεων, νοοτροπιών και εν γένει τρόπου λειτουργίας του δικού μας κοινωνικού δικτύου, είναι η απαρχή μιας μεγαλύτερης και πλέον ισχυρής ύπαρξης κοινωνικού ιστού στην ίδια την κοινωνία; Τέλος, μήπως θα έπρεπε να αναφέρω ότι μέσα από τέτοιου μεγέθους κρίσεις, είναι η ευκαιρία ανάδειξης πραγματικών ηγετών - managers που μπορούν να κάνουν τη διαφορά;

Ας χωρίσουμε την ενότητα ΥΠΑΡΧΕΙ ΛΥΣΗ σε ενέργειες 2 ταχυτήτων με βραχυπρόθεσμες και μεσο-μακροπρόθεσμες λύσεις και με χαρακτηριστικά: τα επείγοντα, τα σημαντικά και τα ανατρεπτικά.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΛΥΣΗ! Βραχυπρόθεσμα

Οι απαραίτητες «πυροσβεστικές» ενέργειες:

1 Άμεση στήριξη και ανάταση της ψυχολογίας του ανθρώπινου δυναμικού. μιας και η ανασφάλεια και η σκέψη της πιθανής απώλειας θέσης είναι ο πλέον αρνητικός παράγοντας. Χωρίς αυτή την ενέργεια, κάθε προσπάθεια είναι καταδικασμένη σε αποτυχία. Μην διστάζουμε να μιλάμε με τους ανθρώπους μας για όλα. Τα οικονομικά μεγέθη της επιχείρησης, τα κέρδη της, τα έξοδα, τα προβλήματά της, τα αδύνατα και τα δυνατά της σημεία και για καθετί που μπορεί να κάνει γνωστή κάθε πτυχή της επιχείρησης. Με την τεχνική αυτή, ο εργαζόμενος μπορεί να καταλάβει ότι στο παιχνίδι διάσωσης του δίνεται ενεργός ρόλος, τον εμπιστεύεστε, του ζητάτε τη γνώμη του. Ίσως κάποια στιγμή, όταν τα πράγματα θα είναι πιο δύσκολα, θα πρέπει να σταθεί πλάι σας και να ξέρει τι και πώς θα το διαχειριστεί. Η παρατήρηση αυτή έρχεται σε σαφή αντίθεση με τη θεωρία «δραστικές λύσεις», που ουσιαστικά σημαίνει δημιουργία ανέργων, πρόσκαιρη και πιθανή βελτίωση των οικονομικών μιας επιχείρησης, αλλά σύντομα ακόμη μεγαλύτερη βύθιση σε ύφεση, λόγω ακόμη μεγαλύτερης ανεπάρκειας δυνατού και εύρωστου καταναλωτικού κοινού.

2 Έλεγχος των ελαστικών εξόδων, των λεγομένων περιττών, κόβοντας καθετί που δε δίνει αξία και ικανότητα στην επιχείρηση, όπως π.χ. κάποια φώτα που ξεχνάμε όταν βγαίνουμε από το χώρο ή υλικά που δε χρησιμοποιούμε. Ο καθένας τις ημέρες της ευημερίας, έβαζε ή ξόδευε το κάτι παραπάνω. Δεν μπορείτε να φανταστείτε τι ποσό μπορεί να είναι αυτό!

3 Έλεγχος του βυθισμένου στοκ και άμεση πώληση και ρευστοποίησή του, έστω και με μηδενικό κέρδος. Καλύτερα να μαζέψει κάποιος 1.000 ευρώ βάζοντας σε ένα τραπεζάκι μια υπερηρησφορά, παρά να έχει στα ράφια προϊόντα που δεν πωλούνται και ούτε επιστρέφονται.

4 Ορθολογιστική διαχείριση παραγγελιών, ανάλογα με την τροφοδοσία, ώστε να πετύχουμε αποδοτικότερες ταχύτητες sell-in, sell-out και κατ' επέκταση καλύτερη ρευστότητα. Είναι περιττό να έχουμε 10 κουτιά LOSEC στο ράφι, όταν δίνουμε 3 την εβδομάδα και έχουμε 2 φορές την ημέρα τροφοδοσία. Με 5 κουτιά κάνουμε εξίσου καλά τη δουλειά μας και δεν έχουμε τον κίνδυνο να έχουμε στο γύρισμα της πληρωμής το σωστό στοκ. Αν κάποιος κάνει έναν υπολογισμό πόσα κουτάκια μπορεί να μειώσει χωρίς να χάσει το φαρμακείο του την πληρότητά του και τα μεταφράσει σε χρήμα, πραγματικά θα εκπλαγεί!

5 Επαναδιαπραγμάτευση των οικονομικών σχέσεων με τις εταιρείες προμηθευτές, αφού φροντίσουμε να μάθουμε τους δείκτες ανάπτυξής τους. Αυτή την εποχή είναι σίγουρα αρνητικοί, αλλά με λίγη διαπραγματευτική ικανότητα, βασισμένη πάνω στη θεωρία «κερδίζω - κερδίζεις», μπορούμε να πετύχουμε καλύτερους όρους αποπληρωμής ή να μας βοηθήσουν να στήσουμε ειδικές προωθητικές ενέργειες ανά κατηγορία, ώστε να αυξήσουμε το Sell out των προϊόντων τους και κατά συνέπεια τη δική μας ρευστότητα.

6 Μοίρασμα ενός μέρους του κέρδους μας στους πελάτες μας. Όλοι έχουμε κατά καιρούς πετύχει κάποιες ειδικές προσφορές από τις εταιρείες, όπως πχ 3-5% ή και πολλές φορές 10-15% επί της χονδρικής τιμής, φυσικά ομιλώ για τον τομέα παραφάρμακο - καλλυντικό. Ίσως είναι η ευκαιρία να το περάσουμε στον τελικό καταναλωτή με ένα εύστοχο επικοινωνιακό μήνυμα, δείχνοντάς του ότι συμμετέχουμε στην κρίση και στηρίζουμε με τον τρόπο μας τη δυσμενή οικονομική του κατάσταση.



7 Επιλεκτικές συνεργασίες με προμηθευτές που έχουν απόλυτη κατανόηση της κατάστασης του χώρου και δεν προσπαθούν να φέρουν κέρδη στους ίδιους, σε βάρος του Έλληνα φαρμακοποιού. Προσωπικά θεωρώ απαράδεκτη την πολιτική διαφόρων εταιρειών και καταστροφική για το ελληνικό φαρμακείο στην παρούσα φάση, την τακτική της τοποθέτησης νέων κωδικών σε συγκεκριμένη ποσότητα, όπως π.χ. ένα καινούργιο προϊόν για το χειμώνα να πρέπει να γίνει τοποθέτηση 12 τεμαχίων! Με την τακτική αυτή, η κάθε εταιρία μεταφέρει το stock των προϊόντων της στο φαρμακείο και αδειάζει τις αποθήκες της, άρα ελαχιστοποιεί το κόστος των δικών της logistics, άσχετα εάν στο μέλλον είναι μπουμέρανγκ για την ίδια εταιρία.

8 Στατιστική ανάλυση πωλήσεων και οικονομικών δεδομένων. Θα πρέπει να γίνει μια πλήρη χαρτογράφηση του χώρου μας, όπως τι ποσοστό κατέχει στον τζίρο μας το παραφάρμακο σε σχέση με το φάρμακο, τι μερίδια έχουν στις πωλήσεις μας οι διάφορες υποκατηγορίες προϊόντων, ποια εταιρεία μου δίνει το μεγαλύτερο καθαρό κέρδος, ποιοι κωδικοί και υποκατηγορίες «φεύγουν» με μεγαλύτερη κυκλοφοριακή ταχύτητα, κ.λπ. Η πλήρης και απόλυτη κατανόηση των οικονομικών μεγεθών της επιχείρησής μας, είναι το πρώτο βήμα στη σωστή διαχείριση των οικονομικών μας στοιχείων, σε ένα τόσο αβέβαιο και ανασφαλές περιβάλλον.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΛΥΣΗ!

Μεσο-μακροπρόθεσμα

Εδώ τα πράγματα θέλουν πολύ καλύτερο σχεδιασμό, σαφή στρατηγική, μελέτη των ισχυρών και αδύνατων σημείων της κάθε κίνησης, κατάλληλο συνδυασμό ενεργειών, κ.λπ. Η επιχείρηση θα πρέπει να δει από την αρχή, όλη τη στρατηγική της σε τομείς όπως: οι πωλήσεις, οι εκπτώσεις και οι προσφορές, οι αγορές, τα αποθέματά της...

Θα μπορούσαμε με έναν απλό τρόπο να δούμε ένα μικρό παράδειγμα.

Ας υποθέσουμε ότι υπολογίζουμε σε πώση του τζίρου στο τμήμα καλλυντικών σε 10%. Θα πρέπει άμεσα να χαράξουμε στρατηγική ανάπτυξης του τμήματος σε συνεργασία με τις εταιρείες. Οι εταιρείες στην παρούσα φάση είναι πρόθυμες να επαναπροσδιορίσουν τις σχέσεις συνεργασίας, αναζητούν «στρατηγικούς συνεργάτες» που από κοινού θα βάλουν ίσα μερίδια στην προσπάθεια ανάπτυξης και φυσικά πάνω στη θεωρία του «κερδίζω - κερδίζεις». Παράλληλα θα πρέπει να ενεργοποιηθούν μέσα από έμμεσες τεχνικές πωλήσεων και ορισμένοι «νεκροί» μέχρι τώρα κωδικοί.

Επίσης η ανάπτυξη καινοτόμων παροχών σε επίπεδο υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, όπως η εγκάρδια

υποδοχή και εξυπηρέτηση βασισμένη απόλυτα στις έννοιες της εν-συναίσθησης με τον πελάτη και κυρίως η συμβουλή υγείας, ενέργειες που έχουν μηδενικό κόστος, ανεβάζουν κατακόρυφα τη διαφορετικότητα του ενός φαρμακείου από το άλλο και χτίζουν πιστό πελατολόγιο. Η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και επιστημονικών συμβουλών, ενώ έχει μηδενικό κόστος για την επιχείρηση, απαιτεί όμως γνώσεις και την πρακτική μιας ιδιαίτερης επικοινωνίας και τεχνικής που ίσως μερικοί πρέπει να διδαχθούν, καθώς και μια ανεπτυγμένη σχέση μεταξύ πελάτη και φαρμακοποιού, που θέλει μια ιδιαίτερη προσπάθεια, ώστε να έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Η επιμέρους ενέργειες – στρατηγικές, όσες αναφέραμε, αλλά και άλλες τόσες, έχουν μια μεσο-μακροπρόθεσμη απόδοση, αλλά σταθερή και αναμφισβήτητη επιτυχημένη, ανάλογα φυσικά με το μέγεθος της επιχείρησης, αλλά και την ορθότητα των υπολογισμών μέσα σε ένα οικονομικό περιβάλλον λίγο ως πολύ γνωστό και διαχειρίσιμο.

Τέλος, ας αναφερθεί ότι κάτω από συνθήκες ιδιαίτερα ανταγωνιστικές ή με άκρα επιθετική πολιτική από μεριάς ανταγωνισμού, τότε θα πρέπει να δημιουργηθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις των στρατηγικών συνεργασιών μεταξύ των μεμονωμένων μονάδων, με ένα νέο πλαίσιο νομικό, που θα επιτρέπει την αναδιάρθρωση σε εθελοντική βάση των μεμονωμένων μονάδων, σε μεγάλες και πιο εύρωστες οικονομικά. Η θεωρία της Συνεργασίας αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για καινοτόμες λύσεις, όπου έχουμε πλήρη μετάλλαξη του «εγώ» σε «εμείς», διότι βασικά είναι απόλυτα κατανοητό ότι «η επιδίωξη του προσωπικού συμφέροντος του καθενός, οδηγεί σε ένα πενιχρό αποτέλεσμα για όλους!».

Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης τέτοιων δημιουργικών και καινοτόμων συνεργασιών, είναι έξω από τη νοοτροπία της ελληνικής κοινωνίας, λόγω πλήρους ανυπαρξίας κοινωνικών δικτύων. Απαιτούν ηγετικές φυσιογνωμίες που θα έχουν τις ικανότητες με τη συμβολή της κεντρικής πολιτικής εξουσίας, να αναδιαρθρώσουν το συνολικό εργασιακό περιβάλλον, χωρίς την ύπαρξη κόκκινων γραμμών, με επαναπροσδιορισμό από μηδενική βάση, με από κοινού αποδεκτούς παραμέτρους και με πιθανή ή και επιβεβλημένη αλλαγή του οικονομικού status. Βασική προϋπόθεση είναι η ήπια προσαρμογή στο νέο περιβάλλον, αλλά και η εξασφάλιση της βιωσιμότητας των υπαρχουσών επιχειρήσεων, μέσα σε ένα νέο μοντέλο λειτουργίας, με απόλυτη εξασφάλιση των υπαρχουσών θέσεων εργασίας, με πιθανή ανακατανομή του ανθρώπινου δυναμικού μέσα στο νέο μοντέλο λειτουργίας, με εξασφάλιση θέσεων εργασίας των νέων φαρμακοποιών, αλλά παράλληλα και επαναπροσδιορισμό των δεδομένων για είσοδο νέων φαρμακοποιών στο κλάδο.

Η δημιουργία τέτοιων συνεργασιών θα θέσει διαχρονικά τις προϋποθέσεις, όχι μόνο για επιβίωση του κλάδου, αλλά και για ανάπτυξη.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Μέσα από την κρίση, με σωφροσύνη, συντονισμένες κινήσεις, ψυχραιμία, αλλά πάνω απ' όλα κάθε ενέργεια να βασίζεται στη δύναμη που δίνει στον άνθρωπο η ασφάλεια της εργασίας, είναι γεγονός ιστορικά αποδεδειγμένο, ότι υπάρχει ανάπτυξη, όχι μόνο στον εργασιακό κύκλο, αλλά και στις σχέσεις των ανθρώπων, με σαφή οφέλη για το ίδιο το κοινωνικό σύνολο. ■

Βιβλιογραφία

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ, Ρόμπερτ Άξελροντ

THE EVOLUTION OF RECIPROCAL ALTRUISM, Trivers Robert

Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ, Βαρβάρα Ασημακοπούλου

MANATZER ΚΑΙ ΗΓΕΤΕΣ, Abraham Zaleznik, Harvard Business Review

Η προέλευση και η σημασία της ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Όπως η παλάμη του χεριού μας έχει τη «μαγική» ικανότητα συντονισμού των δακτύλων μας, έτσι και η στρατηγική αποτελεί το καλύτερο εργαλείο που διαθέτει μια επιχείρηση για το συντονισμό και την κατεύθυνση των επιμέρους στόχων της προς ένα κοινό σκοπό, την επιβίωση και τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

♦ Από τον **ΓΙΑΝΝΗ Α. ΠΟΛΛΑΛΗ**,
Καθηγητή Επιχειρησιακής Στρατηγικής, Πανεπιστήμιο Πειραιώς



Η στρατηγική έχει τις ρίζες της στην αρχαία Ελλάδα, όπου σήμαινε την τέχνη του σχεδιασμού και της διεξαγωγής ενός πολέμου. Ετυμολογικά ορίζεται από τη σύνθεση των λέξεων «στρατός» + «άγω» (οδηγώ, ηγούμαι) και έτσι είναι άμεσα συνδεδεμένη σαν όρος με τη στρατιωτική ή πολεμική τέχνη. Για χιλιάδες χρόνια έχει αποτελέσει έναν τρόπο σκέψης άλλοτε για επιβίωση και άλλοτε για δημιουργία διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και στον πόλεμο και στην πολιτική και σε όλες τις φάσεις της ανθρώπινης ύπαρξης και δημιουργίας.

Η επιχειρησιακή στρατηγική έγινε όμως ευρύτερα γνωστή στις αρχές της δεκαετίας του '80, όταν ο καθηγητής Michael Porter του Harvard Business School, με αφορμή την έρευνά του στο τι καθορίζει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων μέσα σ' έναν κλάδο (γιατί δηλαδή οι αποδόσεις κάποιων «εξαίρετων» επιχειρήσεων είναι αρκετά μεγαλύτερες από το μέσο όρο του κλάδου), δημιούργησε τα πρώτα βασικά υποδείγματα στρατηγικής. Τα υποδείγματα - εργαλεία του Porter, και κυρίως το υπόδειγμα των «πέντε δυνάμεων» και το υπόδειγμα της «αλυσίδας αξίας», τράβηξαν την προσοχή του ακαδημαϊκού και επιχειρηματικού κόσμου, με την έμφασή τους όχι στην επιχείρηση - όπως γινόταν μέχρι τότε, αλλά στο ευρύτερο περιβάλλον του κλάδου που δραστηριοποιείται μια επιχείρηση και στον τρόπο δόμησής του.

Η στρατηγική, κατά κύριο λόγο, περιλαμβάνει έντονο και δημιουργικό, ευαισθησία στο ότι συμβαίνει στο κοινωνικό - οικονομικό περιβάλλον γύρω μας, καλή εκτίμηση των πόρων, δυνατοτήτων και αδυναμιών μας και τέλος πειραματισμό με καινοτόμες ιδέες, design και τρόπους υλοποίησής τους. Με άλλα λόγια, η επιτυχημένη στρατηγική είναι συνδυασμός στρατηγικής σκέψης, συστηματικής ανάλυσης, επιλογής των σωστών απόμων για την υλοποίησή της και φυσικά της γνώσης ότι «όλα καταλήγουν και οφείλονται στον ευχαριστημένο πελάτη»!

Οι γνωστές «στιγμές αλήθειας» που αντιπροσωπεύουν τις αμέτρητες «ευκαιρίες», όπου ένας πελάτης έρχεται σε επαφή με μια επιχείρηση, είτε μιλώντας με τους υπαλλήλους της, είτε δοκιμάζοντας τις υπηρεσίες της, αποτελούν μια από τις πιο πετυχημένες βάσεις για την επιχειρησιακή στρατηγική.

Τέλος, ο σωστός σχεδιασμός στρατηγικής σε συνδυασμό με την καλή υλοποίηση της στρατηγικής αυτής, σημαίνει ότι υπάρχει άριστη διοίκηση της επιχείρησης και αποτελεί την πιο αξιόπιστη συνταγή για την επίτευξη εξαιρετικής απόδοσης των εταιρειών. Αυτή είναι και η σημαντικότερη διαφορά των επιχειρήσεων αυτών με τις αντίστοιχες «απλά καλές» επιχειρήσεις του κλάδου τους.

“Leaders establish the vision for the future and set the strategy for getting there; they cause change.

They motivate and inspire others to go in the right direction and they, along with everyone else, sacrifice to get there.”

(John Kotter)

Η Επιχειρησιακή Στρατηγική στην Ελλάδα

Ειδικότερα στην Ελλάδα, οι αλλαγές που διαδραματίζονται στο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον και που θα συνεχίσουν –κατ' εκτίμηση– την επόμενη πενταετία, θα είναι καθοριστικές για τη μελλοντική της πορεία και το μελλοντικό της ρόλο μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και στις παγκόσμιες εξελίξεις.

Η εύρεση νέων πόρων, η σύγχρονη αναδιοργάνωση και διοίκηση των νέων και υπάρχουσών ελληνικών επιχειρήσεων, η εξέλιξη του χρηματοοικονομικού τομέα, ο εκσυγχρονισμός του Δημόσιου τομέα, η αυξανόμενη προβολή και προώθηση των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, η ανάπτυξη της παραγωγικής ικανότητας και οι συνέργειες Πανεπιστημίων και επιχειρήσεων, θα συντελέσουν εμπράκτως στην αναδιάρθρωση της ελληνικής οικονομικής πραγματικότητας.

Έτσι λοιπόν, με αφορμή τις παραπάνω αλλαγές στο διεθνές και ελληνικό χώρο, τα τελευταία χρόνια έχει τεθεί ένας έντονος προβληματισμός σχετικά με το μέλλον των μεγάλων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, δεδομένου ότι με βάση την παρούσα οικονομική ύφεση δε θα μπορέσουν να επιβιώσουν στον αδυσώπητο ανταγωνισμό.

Η επιχείρηση αποτελεί ένα δυναμικό οργανισμό που έχει την επιλογή να προσαρμόζεται ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στο εξωτερικό περιβάλλον, ή να μην προσαρμόζεται και είτε να δημιουργεί το δικό της περιβάλλον με επιτυχία, είτε να αυτο-καταστρέφεται.

Συνήθως, κατά τη διάρκεια λειτουργίας της μια επιχείρηση προσπαθεί συνεχώς να εναρμονίζεται με βάση τις αλλαγές που συμβαίνουν εκτός των τειχών της.



Η σχετική αδυναμία και ευπάθεια των ελληνικών επιχειρήσεων οφείλεται σε αρκετούς λόγους, όπως:

- Στον ελλιπή στρατηγικό σχεδιασμό και γενικότερα επιχειρησιακό σχεδιασμό, και κατά συνέπεια στη μη πλήρη και έγκαιρη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, καθώς και των ευκαιριών του περιβάλλοντος.
- Στην έλλειψη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών.
- Στις διαρθρωτικές αδυναμίες που παρουσιάζει η διοικητική τους οργάνωση και στα απρόσφορα προγράμματα στελέχωσης και κατάρτισης που εφαρμόζουν.
- Στο ολοένα και περισσότερο περίπλοκο νομικό, φορολογικό και διοικητικό περιβάλλον.
- Στις δυσκολίες τους να αποκτήσουν πρόσβαση σε ερευνητικά προγράμματα και να αξιοποιήσουν τα αποτελέσματα της έρευνας.
- Στις δυσκολίες τους να αποκτήσουν χρηματοδοτικούς πόρους με λογικό κόστος και στην έλλειψη οικονομικού προγραμματισμού και
- Στα εμπόδια που συναντούν στην προσπάθειά τους να αποκτήσουν πρόσβαση σε υπάρχουσες και νέες αγορές προϊόντων και υπηρεσιών.

κάτι το οποίο φαίνεται σαν στρατηγική, ενώ τη διαδικασία αυτής της προσαρμογής την ονομάζουμε επιχειρησιακή στρατηγική. Αν και η επιχειρησιακή στρατηγική, ως έννοια, εμπεριέχει έναν ορθολογικό σχεδιασμό, συμβαίνει πολλές φορές και οι στρατηγικές που υιοθετούνται τελικώς να μην προέρχονται από έναν ορθολογικό σχεδιασμό της εκάστοτε επιχειρησιακής ηγεσίας, αλλά μπορεί να αποτελούν επακόλουθο συγκεκριμένων συγκυριών ή επιχειρησιακών κρίσεων και κινδύνων.

Προσπαθώντας να περιγράψουμε πως θα είναι χρήσιμη η στρατηγική των επιχειρήσεων στις ελληνικές επιχειρήσεις, θα μπορούσαμε αρχικά να πούμε ότι είναι η προσπάθειά μας να μειώσουμε την αβεβαιότητα του σημερινού και μελλοντικού περιβάλλοντος, με τη χρήση τεχνικών και μεθόδων που θα μας επιτρέψουν και να «ταυριάζουμε» τις ικανότητές μας με τις συνθήκες της αγοράς και να βρούμε τρόπους να προβλέψουμε τις κινήσεις των ανταγωνιστών μας και τέλος να δημιουργήσουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εις βάρος τους.

Με άλλα λόγια, προσπαθούμε να μειώσουμε τους κινδύνους γύρω μας, για να έχουμε πιο επιτυχημένη «διαδρομή» μέσω της έξυπνης χρήσης εργαλείων ανάλυσης, σχεδιασμού και προβλέψεων.

Παράλληλα, αν και η παγκόσμια οικονομική κρίση επιφέρει δραστικές αλλαγές στο στρατηγικό προγραμματισμό των επιχειρήσεων, αναμφισβήτητα δημιουργεί νέες προκλήσεις και αναπτύσσει νέες ευκαιρίες.

Με αρωγό λοιπόν τη στρατηγική σκέψη και στους τρεις επιχειρησιακούς τομείς (ανθρώπινο δυναμικό,

“A satisfied customer is the best business strategy of all.”

(Micahel Leboeuf)

τεχνολογία, υπηρεσίες & προϊόντα), οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν ριζοσπαστικές ιδέες ανάπτυξης και συνεργιών. Την επόμενη μέρα, νικητές θα είναι οι επιχειρήσεις που απέκτησαν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, προσαρμόζοντας την παραγωγική διαδικασία και τα προϊόντα τους στα δεδομένα της αγοράς στη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης, ή αυτές που δημιούργησαν καινοτομίες και ανάγκασαν το περιβάλλον και τους υπόλοιπους ανταγωνιστές να τους ακολουθήσουν.

Οι ευκαιρίες που εμφανίζονται εν μέσω κρίσης, αφορούν στη δημιουργία μιας πιο αποτελεσματικής επιχείρησης που επικεντρώνεται:

- Στην ενθάρρυνση του προσωπικού να σκεφτεί επιχειρηματικά,
- Στη στόχευση σε νέα τμήματα αγοράς,
- Στη βελτίωση και δημιουργία προϊόντων / υπηρεσιών,
- Στη διαπραγμάτευση καλύτερων όρων με προμηθευτές και
- Στην εστίαση στους πελάτες και στο ανθρώπινο δυναμικό.

Τέλος, η στρατηγική πρέπει να θεωρείται ως κάτι το εφαρμόσιμο και όχι αφηρημένο αντικείμενο στοχασμού που απλά έχει κάποια συνάφεια με τη Διοίκηση Επιχειρήσεων. Και αυτό επιβεβαιώνεται τόσο από τη δημιουργία της μέσα από την Οικονομική Επιστήμη και τη θεωρία παιγνίων, όσο και από τις προσθήκες που έχει έκτοτε λάβει από τους τομείς του μάρκετινγκ και της οργανωσιακής συμπεριφοράς.

Και ας μην ξεχνάμε να εκτιμούμε κατά καιρούς τα αποτελέσματά της! ■

“However beautiful the strategy, you should occasionally look at the results.”

(Winston Churchill)

ΠΡΟΦΙΛ

Ο κ. Γιάννης Α. Παλλάλης είναι Καθηγητής Επιχειρησιακής Στρατηγικής, Αντιπρόεδρος του Τμήματος Οικονομικής Επιστήμης και Διευθυντής του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οικονομική & Επιχειρησιακή Στρατηγική» στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Επίσης, είναι Visiting Professor στα προγράμματα εκπαίδευσης στελεχών επιχειρήσεων του Syracuse University, Leadership Institute

(New York, USA). Στην Ελληνική αγορά έχει διατελέσει πρόεδρος επιτροπών ανάπτυξης συστημάτων πληροφορικής και ειδικός σύμβουλος στρατηγικής σε πολλούς δημόσιους οργανισμούς, καθώς και σύμβουλος ιδιωτικών επιχειρήσεων σε θέματα Στρατηγικών Μάρκετινγκ, Ηγεσίας & Ανάπτυξης Προσωπικού. Έχει δημοσιεύσει 13 βιβλία, μεγάλο αριθμό ερευνητικών εργασιών και μονογραφιών σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και πρακτικά συνεδρίων και έχει διατελέσει Συντάκτης Βορείου Αμερικής για το υψηλού κύρους επιστημονικό περιοδικό International Journal of Information Management, στο οποίο σήμερα είναι επίτιμο μέλος της διεθνούς επιτροπής σύνταξής του.

Rowa Vmax

Το **απόλυτο** σύστημα αυτοματισμού



3.000

Περισσότεροι από
3.000 φαρμακοποιοί έχουν
εμπιστευτεί την ROWA

64

Τον Μάρτιο του 2010,
η Rowa έχει εγκαταστήσει
64 Vmax μηχανές

248

Rowa Vmax έχουν πωληθεί
από την αρχή του έτους

Vmax 5m (μήκος) x 3,5m (ύψος). Εγκατάσταση στο φαρμακείο Δουζένη.



Αποκλειστικός αντιπρόσωπος & υπεύθυνος τεχνικής υποστήριξης
Αλ. Παναγούλη 51, Αθήνα, Τ.Κ. 153 43, Αγ. Παρασκευή, Τηλ.: 210 60 19 530



Διαχείριση του χρόνου

5 Συμβουλές για να μη θυσιάζετε την ιδιωτική σας ζωή

Δυστυχώς στο βωμό της έλλειψης χρόνου, αυτή που συνήθως θυσιάζεται είναι η ιδιωτική μας ζωή. Αφιερώνουμε όλο και περισσότερο χρόνο στην εργασία μας, ενώ ελαχιστοποιούμε το χρόνο που δίνουμε στους δικούς μας. Ας δούμε λοιπόν τρόπους για την καλύτερη διαχείριση του χρόνου μας.

♦ Από τον **ΘΑΝΟ ΧΑΤΖΗΓΑΛΑΝΗ**, Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή της ADVANCE PHARMACIES SA

Σίγουρα θα έχετε ακούσει τη φράση «Σωστή Διαχείριση Χρόνου», ή αγγλιστί “Time management”. Πρόκειται για ορολογία που στις μέρες μας χρησιμοποιείται ιδιαίτερα, μιας και οι απαιτήσεις (συνήθως εργασιακές) μας κάνουν να αποζητάμε περισσότερες ώρες στο 24ωρο, προκειμένου να τα βγάλουμε πέρα.

Ειδικότερα στο φαρμακείο, ο πολύπλευρος ρόλος που καλείται να «παίξει» ο φαρμακοποιός (επιχειρηματίας, επιστήμονας, λογιστής κ.λπ.), καθώς και ο ανταγωνισμός που εντείνεται ιδιαίτερα τη δύσκολη αυτή περίοδο της οικονομικής κρίσης, αυξάνουν το πρόβλημα. Έτσι ο φαρμακοποιός εγκλωβίζεται σ’ ένα συνεχή αγώνα που τον κρατάει μακριά από το σπίτι του τις περισσότερες ώρες.

Είναι γεγονός όμως, ότι η έλλειψη ισορροπημένης προσωπικής ζωής γίνεται αιτία για εντατικοποίηση του καθημερινού stress, που τις περισσότερες φορές έχει αρνητικά αποτελέσματα στην εργασία μας και στις σχέσεις μας με το προσωπικό, ή ακόμα και με τους πελάτες.

Αυτό που **δεν μπορώ** να κάνω αναμφισβήτητα, είναι να σας μειώσω τη δουλειά ή να... προσθέσω ώρες στο 24ωρο. **Μπορώ** όμως να μοιραστώ μαζί σας κάποιες ιδέες σχετικά με το πώς μπορείτε με τη σωστή οργάνωση να διαχειριστείτε το χρόνο σας, τόσο στο φαρμακείο, όσο και στο σπίτι, ώστε να εξοικονομήσετε περισσότερο χρόνο για εσάς!

“ Για κάθε λεπτό που αφιερώνεται στην οργάνωση, κερδίζετε μια ώρα. ”

(άγνωστος συγγραφέας)

1. Βάλτε ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Ξεκινήστε με κάτι απλό. Κλείστε ένα ραντεβού διάρκειας μισής ώρας με τον εαυτό σας κάθε εβδομάδα. Καταγράψτε όλες τις εργασίες που πρέπει να ολοκληρώσετε την εβδομάδα που έρχεται και κάντε μια εκτίμηση του χρόνου που χρειάζεται η καθεμία εργασία.

Κατανείμτε αυτές τις εργασίες ανά ημέρα, δημιουργώντας μία «ατζέντα». Αν μια εργασία χρειάζεται πολύ χρόνο ή έχει μεγάλο όγκο, προσπαθήστε

να την διασπάσετε σε μικρότερες μεμονωμένες εργασίες και μοιράστε την σε πολλές ημέρες.

Εβδομαδιαίο πρόγραμμα μπορείτε να βάλετε και για τις δουλειές του σπιτιού (π.χ. πλυντήριο, σιδέρωμα, ψώνια...), αφήνοντας ελεύθερο χρόνο για την οικογένεια ή για τους φίλους σας.

Προσοχή όμως. Πρέπει να γεμίζετε μόνο το 60% του ημερήσιου χρόνου εργασίας σας, αφήνοντας πάντα ένα 40% για έκτακτα γεγονότα ή «αναποδιές» που μπορεί να συμβούν.

Επίσης, μην ξεχνάτε να λαμβάνετε υπόψη ότι δε θα έχετε τις ίδιες αντοχές όλες τις ώρες της ημέρας. Δώστε περισσότερο χρόνο για την ολοκλήρωση των εργασιών που προγραμματίζετε να υλοποιήσετε το απόγευμα.

Τέλος, κάθε πρωί ρίχνετε μια ματιά στο πρόγραμμα της ημέρας, κάνοντας μια γρήγορη υπενθύμιση των εργασιών σας

2. Θέστε ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Αφού καταγράψετε τις εργασίες που πρέπει να κάνετε, το επόμενο βήμα είναι να θέσετε τη σειρά με την οποία θα τις εκτελέσετε στη διάρκεια της ημέρας.

Μπορείτε να προχωρήσετε σε «ιεράρχηση» αυτών, ανάλογα με το πόσο σημαντικές και πόσο επείγουσες είναι.

Ξεκινήστε την ημέρα σας κάνοντας πρώτα τις πιο επείγουσες και τις πιο σημαντικές, ακόμα και αν χρειάζονται περισσότερο χρόνο ή κόυραση. Αυτό θα σας κάνει να μειώσετε το καθημερινό άγχος, αφού το απόγευμα θα έχετε να κάνετε τις λιγότερο σημαντικές και λιγότερο επείγουσες. Έτσι δε θα εγκλωβίζεστε τελευταία στιγμή σε εργασίες που πρέπει να γίνουν οπωσδήποτε και οι οποίες θα σας κρατούν «όμηρους» στο φαρμακείο μέχρι αργά.

Προτεραιότητες θέστε και στις ασχολίες σας στο σπίτι. Ιεραρχήστε τις δουλειές του σπιτιού, εξασφαλίζοντας όσο το δυνατόν περισσότερο δημιουργικό χρόνο με τους οικείους σας. Για παράδειγμα, προτεραιότητα θα πρέπει να αποτελεί οποιαδήποτε εκδήλωση του παιδιού σας που απαιτεί την παρουσία σας (αγώνες, σχολικές επιδείξεις...).

3. Κάνετε ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Ας παραδεχθούμε ότι δεν μπορούμε να τα κάνουμε όλα μόνοι μας. Ακόμα και αν τα προλαβαίνουμε, κάποιες φορές δε γίνονται όλα όπως πρέπει.

Αφιερώστε χρόνο λοιπόν, στο να εκπαιδεύσετε το προσωπικό σας να εκτελεί συγκεκριμένες εργασίες (π.χ. έλεγχο συνταγών, θεωρήσεις κ.λπ.). Με αυτό τον τρόπο θα έχετε πολλαπλά θετικά αποτελέσματα:

- Θα προάγετε την ενεργό συμμετοχή τους, λαμβάνοντας από εσάς την αίσθηση του «συνεργάτη» και όχι του «απλού υπαλλήλου».
- Θα πάψετε να ασχολείστε με θέματα ρουτίνας και θα μπορείτε να αφιερώσετε χρόνο στο σχεδιασμό και την υλοποίηση νέων σχεδίων που θα σας βοηθήσουν να αναπτυχθείτε.
- Θα αποκτήσετε ισορροπία στη διαχείριση του καθημερινού σας χρόνου.
- Διατηρώντας την υψηλή επιστασία των εργασιών, θα μπορείτε να ανακαλύψετε νέες μεθόδους ολοκλήρωσής τους.

Κατανομή των εργασιών μπορεί να γίνει και στις δουλειές του σπιτιού. Αν για παράδειγμα, δείξετε στα μέλη της οικογένειάς σας πώς μπορούν να βάλουν πλυντήριο πιάτων και εξηγώντας τους ότι με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να σας βλέπουν περισσότερο, εί- ναι σίγουρο ότι θα το κάνουν με μεγάλη χαρά!

4. Μάθετε να λέτε **ΟΧΙ**

Καθημερινά έρχεστε αντιμέτωποι με απαιτήσεις προμηθευτών και πελατών που διεκδικούν, τι άλλο (:), τον πολύτιμο χρόνο σας!

Ανάλογα με την απαίτηση, εξετάστε προσεκτικά αν και πόσο χρόνο μπορείτε να αφιερώσετε. Αν δεν είναι επείγον ή σημαντικό, αρνηθείτε ευγενικά ή ενημερώστε τους ότι έχετε άλλες υποχρεώσεις που χρειάζονται άμεσα την προσοχή σας. Προγραμματίστε μαζί τους μια συγκεκριμένη στιγμή που θα μπορείτε να τους «ακούσετε» με μεγαλύτερη προσοχή.

Απαιτήσεις μπορούν να έχουν και οι δικοί σας άνθρωποι. Κυρίως τα μικρά παιδιά είναι ιδιαίτερα απαιτητικά και δε δέχονται εύκολα το «όχι». Πρέπει όμως κάποιες φορές να το πείτε. Αυτό που θα κάνει τη διαφορά είναι να αφιερώσετε λίγο χρόνο για να τους εξηγήσετε ορισμένα πράγματα για τη δουλειά σας και το διάστημα απουσίας από το σπίτι που απαιτεί. Βασικό είναι να τους δείξετε πόσο χρήσιμη είναι η δουλειά σας και ότι αγαπάτε αυτό που κάνετε. Τότε θα νιώσουν υπερήφανοι για τον γονέα τους, που κάνει κάτι τόσο σημαντικό.

5. **ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΤΕΙΤΕ**

Πολλοί φαρμακοποιοί (συνήθως η παλαιότερη γενιά), δε διαθέτουν χρόνο για να εκπαιδευθούν σε νέες τεχνολογίες, διότι πιστεύουν ότι θα τους καθυστερούν ή ότι αυτοί τα κάνουν καλύτερα με το δικό τους «παραδοσιακό τρόπο». Στην πράξη όμως, τα αποτελέσματα διαφέρουν.

Μη διστάστε λοιπόν να εντάξετε την τεχνολογία στην καθημερινότητά σας. Ίσως στην αρχή να χρειαστείτε περισσότερο χρόνο από ότι συνήθως. Όμως μακροπρόθεσμα και αφού τη συνήθισετε, θα σας εξοικονο-

μήσει πολύ χρόνο.

Η χρήση Η/Υ για εκτύπωση συνταγών και έκδοση συγκεντρωτικών καταστάσεων ταμείων, καθώς και η ύπαρξη βάσης παραφαρμάκων με barcodes, θα σας διευκολύνει σημαντικά στην καθημερινή πώληση. Επίσης, με την καταγραφή των πωλήσεων φαρμάκου και παραφαρμάκου μέσω Η/Υ, εκτός από τα στατιστικά που θα προκύψουν, χρήσιμα στη διαχείριση του stock, μπορείτε να εξοικονομήσετε χρόνο κατά τη δημιουργία παραγγελιών προς τους προμηθευτές σας. Με αυτό τον τρόπο θα γλυτώσετε εκείνα τα Σαββατοκύριακα που γράφατε τις συγκεντρωτικές καταστάσεις ή διορθώνατε με Blanco τις συνταγές.

Τέλος, κάτι που πιστεύω ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό να κάνετε, είναι να βάλετε προσωπικούς στόχους. Στόχους που δε θα αφορούν μόνο την επαγγελματική σας πορεία, αλλά θα εμπεριέχουν και την προσωπική σας ζωή. Ουσιαστικούς στόχους, όπως η δημιουργία οικογένειας, ή το να είστε δίπλα στο παιδί σας καθώς θα μεγαλώνει, δίπλα στο σύντροφό σας, αλλά και το να έχετε καλή υγεία.

Ας αποτελέσει λοιπόν η επίτευξη αυτών των στόχων κριτήριο, για το πώς θα αποφασίσετε να διαχειριστείτε το χρόνο σας.



ΠΡΟΦΙΛ

Ο Θάνος Χατζηγαλάνης έχει ολοκληρώσει τις σπουδές του στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, ενώ είναι κάτοχος Diploma in Management Studies, καθώς και MBA με κατεύθυνση το Marketing από το Kingston University. Δραστηριοποιείται στο χώρο του φαρμακείου 11 χρόνια, δουλεύοντας σε πολυεθνικές εταιρείες, ενώ τα τελευταία 7 χρόνια βρίσκεται στην ADVANCE PHARMACIES SA ως Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής.



**Mobil M,
it's the vision
that creates
the concept.**

Mobil M Commercial Architecture - Communication - Design

MOBIL M Hellas - ACAD E.E.

AVGIS 37 n.iraklio - 141 21 Athens - GREECE

Tel. 210 2820882

Fax : 210 2820882

Mobile 693 66610652

a.poulis@mobil-m.com - acad@hol.gr



M O B I L M

GROUPE COUPECHOUX

www.mobil-m.com

Τα Υπολογισμένα Ρίσκα... Αποφέρουν Κέρδη!

♦ Από το www.GreekShares.com

Συχνά ακούμε ανθρώπους που διστάζουν να επενδύσουν στο χρηματιστήριο, γιατί φοβούνται το ρίσκο. Υπάρχουν άνθρωποι μεγαλύτεροι σε ηλικία, που φοβούνται ότι μια κατάρρευση του χρηματιστηρίου μπορεί να τους αφήσει άπορους.

Υπάρχουν νέα ζευγάρια που λαχταρούν ένα σπίτι, αλλά ανησυχούν ότι μια επενδυτική απώλεια μπορεί να αφανίσει τις πιθανότητες για την απόκτησή του.

Για οποιονδήποτε επενδυτή, το ρίσκο είναι μια αλήθεια της ζωής!

Όποτε παρουσιάζεται μια ευκαιρία για σας, για να κάνετε ένα επενδυτικό κέρδος, είστε επίσης αντιμέτωποι με το φόβο της πιθανότητας μίας επενδυτικής απώλειας. Ακόμη και με «ασφαλείς» επενδύσεις, όπως οι καταθέσεις σε τράπεζες, υπάρχει το ρίσκο ότι το επιτόκιο που κερδίζετε δε θα υπερβεί το ρυθμό πληθωρισμού, ή ακόμα και τώρα τελευταία φοβόμαστε γι' αυτές τις ίδιες τις τράπεζες!

Συχνά αυτοί οι φόβοι έχουν τις ρίζες τους σε μια παρερμηνεία της έννοιας του ρίσκου. Αυτοί που καταλαβαίνουν τα ρίσκα των επενδύσεων και εκτιμούν σωστά την ικανότητά τους να τα ανεχθούν, μπορούν να «υπερφορτίσουν» τα επενδυτικά τους χαρτοφυλάκια με το να δεχτούν μια δόση αβεβαιότητας!

Στον οικονομικό κόσμο, το ρίσκο μεταφράζεται σε αβεβαιότητα και μετράται με μια τυπική απόκλιση από τον κανόνα.

Πάρα ταύτα, αυτό που προκαλεί ανησυχία είναι ότι δεν ξέρει ποτέ κανείς πότε οι επενδύσεις του θα κάνουν βουτιά. Τι γίνεται αν πέσουν ακριβώς όταν θέλετε να πουλήσετε;

Πολλά μεμονωμένα άτομα μετράνε το ρίσκο ως την πιθανότητα απώλειας, εμείς μετράμε το ρίσκο ανάλογα με τη μεταβλητότητα των κερδών!

Με άλλα λόγια, επειδή ακριβώς οι μετοχές έχουν πιο υψηλά κέρδη κατά μέσο όρο, μπορεί να υποστείτε μερικές απώλειες και να καταλήξετε μακροπρόθεσμα πολύ μπροστά.

Μόνο σε μία κατάσταση δεν είναι λογικό να προσθέτετε μετοχές στο χαρτοφυλάκιο σας: όταν δεν έχετε το χρόνο να αφήσετε το χρηματιστήριο να δουλέψει για σας.

Οποιαδήποτε χρονιά, έχετε μια πιθανότητα στις τέσσερις, να χάσετε στο χρηματιστήριο. Αν σκοπεύετε να επενδύσετε το πολύ για ένα χρόνο, τότε οι μετοχές

εξομοιώνονται με τον τζόγο.

Αν όμως ο χρονικός σας ορίζοντας είναι πέντε χρόνια ή περισσότερα, τότε υπάρχει μια πολύ καλή πιθανότητα ότι η τοποθέτηση ενός μέρους τουλάχιστον των χρημάτων σας σε μετοχές θα αυξήσει την απόδοση των επενδύσεών σας!

Μια ερώτηση που πρέπει να επιλύσετε είναι το είδος του επενδυτικού ρίσκου που μπορείτε με άνεση να αναλάβετε. Η επιλογή ποικίλλει από συντηρητική μέχρι επιθετική επένδυση, μ' ένα μεγάλο χώρο να εκτείνεται μεταξύ αυτών των δύο άκρων:

1. Συντηρητική Επένδυση:

Σημαίνει να επενδύετε όπου υπάρχει πολύ μικρό ρίσκο για το αρχικό κεφάλαιο.

2. Μέτρια Επένδυση:

Σημαίνει να ρισκάρετε τοποθετώντας χρήματα σε μετοχές και ομόλογα.

3. Επιθετική Επένδυση:

Σημαίνει να ρισκάρετε ένα μέρος της επένδυσής σας, με αντάλλαγμα την πιθανότητα ενός μεγαλύτερου κέρδους.

Ο ιδανικός εξισωτής ρίσκου είναι ότι θα πρέπει να εργαστείτε, για να υπάρχει ισορροπία ανάμεσα στις διάφορες κατηγορίες ρίσκου.

Θα πρέπει επίσης να σας ανησυχεί το γεγονός ότι αν επενδύσετε πολύ συντηρητικά, στην πορεία δε θα έχετε πολλά χρήματα για να αντεπεξέλθετε στους στόχους σας, ακόμη και αν δουλέψετε σκληρά στο πλάνο σας.

Μια άλλη ανησυχία είναι ότι αν ρισκάρετε ιδιαίτερα, μπορεί να χάσετε πολύ από το κεφάλαιό σας. ■



www.GreekShares.com

Marfin Pharmacy

Προνομιακές λύσεις αποκλειστικά για τις επαγγελματικές ανάγκες του φαρμακοποιού



Η Marfin Egnatia Bank ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες σας με το Marfin Pharmacy που σας προσφέρει:

- Ενίσχυση ρευστότητας για να μη σας απασχολεί η καθυστέρηση των εισπράξεων από τα ταμεία ή τους πελάτες σας
- Χρηματοδότηση για την ανακαίνιση του φαρμακείου σας με απλές διαδικασίες
- Χρηματοδότηση για την απόκτηση του δικού σας χώρου για το φαρμακείο σας
- Χρηματοδότηση για την αγορά αδείας του φαρμακείου σας αλλά και ενίσχυση της διαπραγματευτικής ικανότητας με τους προμηθευτές σας
- Διευκόλυνση των εισπράξεών σας από τα ταμεία, σε συνδυασμό με την υψηλή απόδοση των διαθεσίμων του φαρμακείου σας και τη δυνατότητα διεκπεραίωσης των τραπεζικών σας συναλλαγών από το χώρο σας



