PHARMACY
management
www.PharmaManage.gr
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΙΟΥΝΙΟΣ 2009 • ΤΕΥΧΟΣ 02
ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΑΓΟΡΑ
Φροντίδα κηλίδων

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Το φαρμακείο των διακοπών

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
Περιθώρια κέρδους

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Κερδίστε χρήματα χρησιμοποιώντας έξυπνα το λογισμικό σας

ΕΛΤΑ Hellenic Post
PRESS POST
ΠΛΗΡΩΜΕΝΟ ΤΕΛΟΣ
Κ.Ε.Μ.Π. Κρωνερίου
Αριθμός Αδείας 196/09

ISSN 1791-860X
02
9 771791 860005

SUNWARDS

Απόλυτη προστασία - Αντιοξειδωτική δράση - Πλούσια Ενυδάτωση

ΤΡΙΠΛΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ UV ΑΚΤΙΝΟΒΟΛΙΑΣ

- **Synchroblock Technology®** — Κατοχυρωμένη τεχνολογία με την οποία αναστέλλεται η απορρόφηση των οργανικών φίλτρων από τον επιδερμικό φραγμό, αποφεύγοντας έτσι τις αλλεργικές αντιδράσεις.
- **Φίλτρα, Tinosorb®** — Υβριδικό φίλτρο ευρέως φάσματος κατά της UV ακτινοβολίας με συνδυασμένη δράση οργανικών και ορυκτών φίλτρων.
- **MSM (Dimethyl Sulfone)** — Υδατοδιαλυτό συστατικό με σημαντική φωτοπροστατευτική δράση, αυξάνει την κυτταρική βιωσιμότητα και αναστέλλει το ερύθημα που προκαλεί το υπόλοιπο της ακτινοβολίας.

ΧΩΡΙΣ PARABENS

ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

DERMOCOSMETICS
SYNCHROLINE

Αποκλειστική Αντιπροσωπεία / Διανομή:
ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.Β.Ε.

Τηλ: **210-6626201 - 7** • info@costaspapaellinas.gr • www.costaspapaellinas.gr

PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΕΥΧΟΣ 2 • ΙΟΥΝΙΟΣ 2009

Επικαιρότητα

03 **EDITORIAL**
04 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**
04 Pharma PLUS. Υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης το 2009
04 Ημερίδα Αγωγής Υγείας για τη διατροφή και τη σωματική δραστηριότητα
04 Ο ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. στην Έκθεση Hellas Pharm 2009
06 Επείγουσα ενημέρωση από τη Pfizer
06 Οδηγός Αδυνατίσματος και Αντηλιακής προστασίας από την Advance
06 Η Boehringer-Ingelheim στην Έκθεση Hellas Pharm 2009
06 Αποκλειστική διανομή των δερμοκαλλυντικών SYNCHROLINE® από την Κώστας Α. Παπαέλληνας
08 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**
12 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**
18 **ΤΑ ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ**

Αναλύσεις

24 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΟΝ κ. **ΚΩΣΤΑ ΚΩΤΣΙΟΠΟΥΛΟ**
Συμπληρώματα Διατροφής και υγεία
28 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ ΜΑΡΙΑΣ ΜΥΡΩΝΙΔΟΥ
Μικρό αλλά «θαυματουργό»!

32 ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΚΗΛΙΔΩΝ
Η αγορά φωτίζεται!

Αφιέρωμα

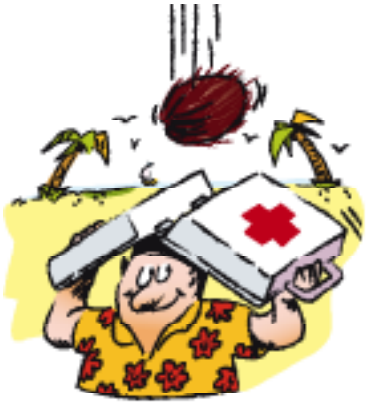
42 **Κερδίστε χρήματα χρησιμοποιώντας έξυπνα το λογισμικό σας**

Επικοινωνία

52 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ
Οι μυκητιάσεις του καλοκαιριού

60 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ
Στοματική Υγιεινή

66 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ
Το φαρμακείο των διακοπών



Επιχειρηματικότητα

70 ΔΙΟΙΚΗΣΗ
3 στάδια και 4 κανόνες για να εφαρμόσετε με επιτυχία τα meeting εργασίας
74 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
Περιθώρια κέρδους και οικονομική διαχείριση

78 ΠΡΟΝΟΙΑ
Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Αναλογεί και στο φαρμακείο;
79 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
Τρόποι για να βγάζετε χρήματα

Dulcolax
δισακοδύλη

Boehringer Ingelheim

Δυσκοιλιότητα; Dulcolax και κοιμηθείτε ήσυχη!

Η επιλογή εκατομμυρίων ανθρώπων εδώ και 50 χρόνια για την αντιμετώπιση της δυσκοιλιότητας είναι το Dulcolax*:

- Δρα προγραμματισμένα σε 6-10 ώρες, βοηθώντας στην επαναφορά του φυσιολογικού ρυθμού του εντέρου.
- Έχει τοπική δράση, εκεί ακριβώς που χρειάζεται.
- Μικρά δισκία, εύκολα στη λήψη.

DUL/02/3.09

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το το Dulcolax* μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας στο τηλέφωνο: 210 8906111, στο e-mail dulcolax@ath.boehringer-ingelheim.com ή να επισκεφτείτε το www.dulcolax.gr

Boehringer Ingelheim Ελλάς Α.Ε., Ελληνικού 2, 167 77 Ελληνικό - ΑΘΗΝΑ, Τηλ. Κέντρο: 210 8906300, www.dulcolax.gr

Αντενδείξεις
Δεν πρέπει να χορηγείται σε περιπτώσεις: Αδιάγνωστων επώδυνων κοιλιακών συμπτωμάτων που μπορεί να οφείλονται σε οξεία σκωληκοειδίτιδα ή άλλες οξείες χειρουργικές καταστάσεις, όπως σε εντερική απόφραξη ή οξεία φλεγμονώδη εντεροπάθεια. Ileoi. Καταστάσεις σοβαρής αφυδάτωσης με απώλεια ύδατος και ηλεκτρολυτών. Σε ασθενείς με γνωστή υπερευαισθησία σε ουσίες της ομάδος του τριαρυλμεθανίου.

Ιδιαίτερες προειδοποιήσεις - ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση
Όπως με όλα τα φάρμακα κατά της δυσκοιλιότητος, το Dulcolax δεν πρέπει να λαμβάνεται σε συνεχή ημερήσια βάση για χρονικό διάστημα πέραν των δέκα ημερών. Εάν απαιτείται καθημερινή λήψη του φαρμάκου, πρέπει να διερευνηθεί το αίτιο της δυσκοιλιότητας. Η παρατεταμένη χρήση μπορεί να προκαλέσει ανταχή, με αποτέλεσμα την λειτουργική ατονία του εντέρου και την επιπεμφάνιση δυσκοιλιότητας.

-Η υπέρμετρη μακροχρόνια χρήση μπορεί να προκαλέσει διάρροια και ηλεκτρολυτικές διαταραχές (ιδιαίτερα υποκαλιαιμία) καθώς και κλινική εικόνα ευερεθίστου εντέρου.
-Τα παιδιά δεν πρέπει να λαμβάνουν Dulcolax χωρίς ιατρική γνωμάτευση.

Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα και άλλες μορφές αλληλεπίδρασης
-Η ταυτόχρονη λήψη με αντιόξινα ή γαλακτοκομικά προϊόντα μπορεί να μειώσει την αντίσταση του περιβλήματος των δισκίων με αποτέλεσμα την πρόκληση διαπερίας και γαστρικού ερεθισμού.
-Η ταυτόχρονη λήψη διουρητικών ή κορτικοστεροειδών μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο διαταραχής της καρδιάς των ηλεκτρολυτών. Η διαταραχή των ηλεκτρολυτών μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη ευαισθησία έναντι των καρδιακών γλυκοσιδών.

Ανεπιθύμητες ενέργειες Έχει αναφερθεί κοιλιακή δυσφορία. Εντελώς περιστασιακά έχουν αναφερθεί επίμονοι και σοβαροί κιλικοί και διάρροια.

PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ
ΤΕΥΧΟΣ 02 • ΙΟΥΝΙΟΣ 2009
ISSN 1791-860x

Νίκης 57
174 55 Άλιμος
Τηλ.: 210-9843274
www.PharmaManage.gr

ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ - ΕΚΔΟΤΗΣ
Θ. Χαραμή Ε.Π.Ε.
Νίκης 57
174 55 Άλιμος
Τηλ.: 210-9843274
p.harami@PharmaManage.gr

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
Πόπη Χαραμή

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ
Βιβλιοσυνεργατική ΑΕΠΕΕ
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ
Κώστας Μουγκογιάννης
kostasm@bmail.gr

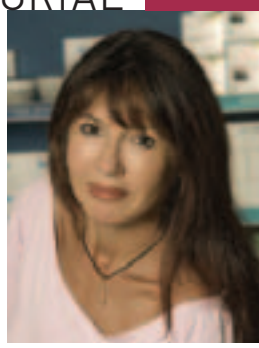
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΕΙΜΕΝΩΝ
Γιώργος Λαουτάρης

ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΕΚΤΥΠΩΣΗ
Βιβλιοσυνεργατική ΑΕΠΕΕ
Φειδίου 18,
106 78 Αθήνα
Τηλ.: 210 3813109
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Αναστασία Κατσικογιάννη-Μπάστα
Τηλ.: 210-3813109
anastasiab@bmail.gr

Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ
Ασπασία Σκουφίδη
Τερέζα Χαραμή
Λεωνίδας Πετεινάτος
Αναστασία Μούκα
Ιωάννης - Ευάγγελος Χαραμής

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

Copyright © 2009 Π. Χαραμή



Μιλώντας για πραγματικές τιμές

Όταν όλοι μιλάνε για οικονομική κρίση, πώς θα μπορούσε κανείς να δει τη συμπεριφορά του καταναλωτή στο περιβάλλον του φαρμακείου;
Η παγκοσμιοποίηση και η αθρόα είσοδος νέων καταναλωτών, αύξησε τη ζήτηση και απογείωσε στα ύψη τις τιμές και των πρώτων υλών και των τελικών καταναλωτικών προϊόντων.
Το να μειωθούν οι τιμές αποτελεί κίνδυνο αποπληθωρισμού λένε οι οικονομολόγοι. Το να προσαρμοστούν όμως από την κατάσταση υπερτίμησης στις πραγματικές τους αξίες, είναι υγειές και απαραίτητο! Πρέπει πάση θυσία να διατηρηθεί η κατανάλωση και η αγοραστική ικανότητα, για να διακινείται το χρήμα, αλλιώς οι επιχειρήσεις θα κλείσουν. Σε αυτό το σημείο οι επιχειρηματίες πρέπει να αναθεωρήσουν την οικονομική τους πολιτική για να διατηρηθεί η αγοραστική ικανότητα του κοινού, ιδιαίτερα σε είδη απαραίτητα (το είδαμε τελευταία στο γάλα...).
Η τιμή εκφράζει μια αξία που δεν είναι 100% υλική. Περιέχει παράλληλα και μια ψυχολογική ή και φιλοσοφική διάσταση που εκπροσωπεί το όφελος που ο καταναλωτής έχει από το προϊόν.
Ορθολογιστικά, ένα προϊόν δεν πρέπει να έχει αξία λόγω της τιμής του, αλλά πρέπει να έχει μια τιμή γιατί το αξίζει! Σε τελική ανάλυση, η πραγματική και σωστή τιμή είναι αυτή που ο καταναλωτής δέχεται και είναι ευχαριστημένος να πληρώσει.Στην περίπτωσή μας, το φαρμακείο δεν μπορεί να προσαρμόσει τις τιμές στο φάρμακο, ούτε να μπει σε μια πολιτική εκπτώσεων και σπασίματος τιμών στο παραφάρμακο.
Σκεφτείτε πώς θα έβλεπε κανείς την υγεία σε τιμή εκπτώσεων!
Απλά πρέπει να φροντίσει να αναδείξει την υπηρεσία της επιστημονικής συμβουλής προς τον πελάτη, που αποτελεί την προστιθέμενη αξία στις τιμές των προϊόντων που προτείνει, για να διατηρήσει την αγοραστική διάθεση και ικανότητα των πελατών του. Ας επικεντρωθούμε λοιπόν τώρα, περισσότερο από ποτέ, στην «καρδιά» του επαγγέλματος και του κοινωνικού ρόλου του φαρμακοποιού, που δεν είναι άλλος από το Σύμβουλο Υγείας.

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ
Φαρμακοποιός
Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

Pharma PLUS
Υψηλοί Ρυθμοί Ανάπτυξης το 2009

Με τη συμμετοχή των περισσοτέρων μελών του δικτύου πραγματοποιήθηκε η ετήσια πανελλήνια συνάντηση της Pharma PLUS στο Πλατύστομο Φθιώτιδας με την ευγενική χορηγία της PNG ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ.
Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, τα μέλη του δικτύου ενημερώθηκαν τόσο για τη σημαντική αύξηση που παρουσίασε ο κύκλος εργασιών των φαρμακείων – συνεργατών της Pharma PLUS το 2008 κατά 13,02%, όσο και για την άνοδο των πωλήσεων κατά 13,3% στα παραφαρμακευτικά και καλλυντικά προϊόντα.
Σύμφωνα με τους υψηλότατους ρυθμούς ανάπτυξης του δικτύου για το 2008 κατά 28%, τα συνεργαζόμενα φαρμακεία Pharma PLUS αριθμούν πλέον τα 78 σε όλη την Ελλάδα. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει ότι η Pharma PLUS παραμένει πρωτοπόρος εταιρεία στο χώρο της παροχής εξειδικευμένων υπηρεσιών προς τα ελληνικά φαρμακεία.
Η Pharma PLUS κατά τη διάρκεια του 2008 υλοποίησε ενέργειες μάρκετινγκ που συνέβαλαν στη δημιουργία πιστών πελατών για τα φαρμακεία - συνεργάτες της. Σ' αυτό σημαντικό ρόλο έπαιξε κι η ηλεκτρονική κάρτα υγείας και ομορφιάς +pluscard, η πρώτη ηλεκτρονική κάρτα προνομίων που κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά φαρμακείου. Το 2008 ο αριθμός χρηστών της ανέβηκε κατακόρυφα κατά 62% και έφτασε τα 50.000 μέλη.
Η λειτουργία του προμηθευτικού κέντρου με άκρως ανταγωνιστικές προσφορές για τους συνεργαζόμενους φαρμακοποιούς του δικτύου, η ανανέωση της εικόνας των φαρμακείων μέσα από τις προτάσεις για εποχικές βιτρίνες, αλλά και η έκδοση του τριμηνιαίου περιοδικού υγείας και ομορφιάς Pharma PLUS Link αποτελούν πραγματικά «Καινοτομία στην Υγεία» για το χώρο του σύγχρονου φαρμακείου που προσφέρει στους καταναλωτές προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Στόχος της Pharma PLUS είναι να συμβάλλει ενεργά στην εξέλιξη του ελληνικού φαρμακείου, συνεργαζόμενη στενά με το φαρμακοποιό, ώστε να τον βοηθήσει στην αποτελεσματική και ολοκληρωμένη εκπλήρωση του ρόλου του ως επιστημονικού συμβούλου υγείας.

«Σκέφτομαι και παιδεία... τρέφομαι» Ημερίδα Αγωγής Υγείας για τη διατροφή και τη σωματική δραστηριότητα

Το Γραφείο Αγωγής Υγείας της Α΄ Δ/νσης Π.Ε. Αθηνών σε συνεργασία με το Ίδρυμα ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ, λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία των προγραμμάτων Αγωγής Υγείας ως μία από τις πλέον ενδεδειγμένες μεθόδους εκπαίδευσης για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των παιδιών, διοργάνωσε με ιδιαίτερη επιτυχία επιμορφωτική ημερίδα για τη διατροφή και τη σωματική δραστηριότητα με τίτλο «Σκέφτομαι και παιδεία...τρέφομαι», η οποία πραγματοποιήθηκε το Σάββατο, 4 Απριλίου 2009.
Εισηγητές της ημερίδας ήταν εκπαιδευτικοί, εκπρόσωποι του Ιδρύματος ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ και επιστήμονες που προέρχονται από το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο, το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, το Υπουργείο Παιδείας, τον Πανελλήνιο Σύλλογο Διαιτολόγων Διατροφολόγων και τα ΜΜΕ, οι οποίοι αναφερθήκαν στα οφέλη της ενεργητικής και βιωματικής μάθησης που προσφέρουν τα προγράμματα Αγωγής Υγείας που σχετίζονται με τη διατροφή.

Ο ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε στην Έκθεση Hellas Pharm 2009

Με ιδιαίτερη επιτυχία πραγματοποιήθηκε η φετινή έκθεση Hellas Pharm στις 4 και 5 Απριλίου στο εκθεσιακό κέντρο HELEXPO PALACE στο Μαρούσι. Για πρώτη φορά το συνεταιριστικό κεφάλαιο που δραστηριοποιείται στο λεκανοπέδιο, ο Όμιλος ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε, ΠΕΙ.ΦΑ.ΣΥΝ, ΟΣΦΕ και ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ, υποδέχτηκε τους επισκέπτες του συνεδρίου στο ενοποιημένο και επιβλητικό του περίπτερο 300τ.μ! Σε αυτό το χώρο οι φαρμακοποιοί είχαν την ευκαιρία να συναντήσουν από κοντά τα στελέχη του Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε και να συζητήσουν θέματα που αφορούν την ανάπτυξη του φαρμακείου καθώς και να ενημερωθούν για τις εξελίξεις στη φαρμακευτική αγορά. Εντύπωση και ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκάλεσε και το κοινό βασικό μήνυμα (+...πράττουμε) επιδεικνύοντας τη δυναμική του και προσφέροντας παράλληλα στήριγμα για κοινή επιτυχή πορεία στο μέλλον.
Γιατί... μαζί μπορούμε καλύτερα...

ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε., τηλ.: 2105709400

Ιπποφαές

Super News
Θησαυρός υγείας
Ιπποφαές: Η τροφ του Μεγάλου Αλεξάν

Επείγουσα ενημέρωση από τη Pfizer

Σύμφωνα με πρόσφατη απόφασή του 728/2009, το Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών, επιβεβαιώνει την ισχύ του διπλώματος ευρεσιτεχνίας EP 409281/GR 3038185 των Pfizer Inc/Warner-Lambert Co. LLC, το οποίο καλύπτει το μετά ασβεστίου άλας της ατορβαστατίνης και τη χρήση του. Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας λήγει τον Ιούλιο του 2010. Το μετά ασβεστίου άλας της ατορβαστατίνης είναι η δραστική φαρμακευτική ουσία στα φαρμακευτικά προϊόντα LIPITOR και ZARATOR της Pfizer.
Η απόφαση κρίνει επίσης ότι το προϊόν που περιέχει μετά ασβεστίου άλας της ατορβαστατίνης (ATORSTAT) και κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά από την SPECIFAR ABEE, παραβιάζει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας της Pfizer και για το λόγο αυτό απαγορεύει στην SPECIFAR ABEE την παραγωγή και εμπορία του στην Ελλάδα, καθώς και όλων των φαρμακευτικών της προϊόντων που περιέχουν το μετά ασβεστίου άλας της ατορβαστατίνης.
Η Pfizer συνεχίζει να υπερασπίζεται και να διεκδικεί τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας που διέπουν τα φαρμακευτικά της προϊόντα. Η Pfizer έχει εκκρεμείς αγωγές εναντίον και άλλων εταιρειών, οι οποίες κατά την κρίση της καταστρατηγούν τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας της ατορβαστατίνης.

ADVANCE
Οδηγός Αδυνατίσματος & Αντηλιακής προστασίας 2009

Για μια ακόμη χρονιά, το Πανελλαδικό Δίκτυο Φαρμακοποιών ADVANCE διαθέτει στους πελάτες των φαρμακείων την ειδική έκδοση «Οδηγός Αδυνατίσματος & Αντηλιακής Προστασίας 2009», παρέχοντας συμβουλές, λύσεις και προτάσεις.
Στον **οδηγό για το αδυνάτισμα** παρουσιάζονται τα νέα δεδομένα για τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων, οι διαταραχές πρόσληψης τροφής, ως σύγχρονο πρόβλημα υγείας, η νοσογόνος παχυσαρκία, προτείνεται πρόγραμμα διατροφής για απώλεια βάρους καθώς και λύσεις για την αντιμετώπιση της κυτταρίτιδας.
Ο **οδηγός για την αντηλιακή προστασία** παραθέτει οδηγίες για την επιλογή του κατάλληλου αντηλιακού και την εφαρμογή του, ενώ επεκτείνεται και στη φροντίδα των μαλλιών, εξηγεί για ποιο λόγο απαιτούνται αυστηρά μέτρα προφύλαξης για τα παιδιά και δίνονται οι σχετικές κατευθύνσεις, αναλύει το θέμα «μελάνωμα» και ενημερώνει για ορισμένες ουσίες που σε συνδυασμό με τον ήλιο, προκαλούν φωτοευαισθησία.

Η συμμετοχή της Boehringer-Ingelheim στην έκθεση της Hellas PHARM

Πάνω από 2.000 φαρμακοποιοί επισκέφτηκαν το περίπτερο της Boehringer - Ingelheim Ελλάς κατά τη διάρκεια της ετήσιας έκθεσης φαρμακευτικών προϊόντων Hellas Pharm που πραγματοποιήθηκε 4-5 Απριλίου στην Helexpo Athens.
Οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν από τους ειδικούς για τις κατηγορίες των φαρμακευτικών προϊόντων. Το Τμήμα «Consumer Health Care», που αποτελεί σημαντικό επιχειρηματικό κομμάτι της Boehringer Ingelheim Ελλάς, κατέχει την έκτη θέση σε πωλήσεις στην ελληνική αγορά, σύμφωνα με την IMS, την εταιρεία μετρήσεων της κατανάλωσης φαρμάκων στα φαρμακεία.
Στο τμήμα υπάγονται: • Τα πολυβιταμινούχα συμπληρώματα διατροφής που περιλαμβάνουν τα Pharmaton Geriatric, τα Pharmaton Vitamigen και τα Pharmaton Kiddi • Τα βλενολυτικά Mucosolvan & Bisolvon • Το υπακτικό κατά της δυσκοιλιότητας Dulcolax • Τα σπασμολυτικά και αναλγητικά Buscopan & Buscopan Plus • Τα άοσμα δισκία σκόρδου Kwai • Η οδοντόκρεμα Lacalut και τέλος το • Το αναλγητικό – αντιφλεγμονώδες Mesulid.

Αποκλειστική αντιπροσωπεία/ διανομή των δερμοκαλλυντικών SYNCHROLINE® από την εταιρεία Κώστας Α. Παπαέλληνας Α.Ε.Β.Ε.

Από 1ης Απριλίου 2009, την αποκλειστική διανομή των προϊόντων SYNCHROLINE® στα Φαρμακεία και τις Φαρμακαποθήκες στην Ελλάδα και την Κύπρο, ανέλαβε η εταιρεία Κώστας Α. Παπαέλληνας Α.Ε.Β.Ε.
Σε κοινή ανακοίνωση του κ. Π. Κόζαρη, Προέδρου και Δ/ντος Συμβούλου της εταιρείας Pharmaplace και του κ. Τ. Κοτζιά, Εμπορικού Δ/ντή της εταιρείας Κώστας Α. Παπαέλληνας Α.Ε.Β.Ε., τονίστηκε ότι η συνεργασία αυτή έγινε με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των φαρμακείων, στην εκτέλεση και την παράδοση των παραγγελιών, μέσα από ένα πιστοποιημένο σύστημα διαχείρισης EN ISO 9001:2000 και την περαιτέρω υποστήριξη και ανάπτυξη της μάρκας.
Κοινός στόχος των δύο εταιρειών είναι να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο ο δεσμός, που έχει αναπτυχθεί τόσα χρόνια με τους συνεργάτες φαρμακοποιούς, για ακόμα καλύτερα αποτελέσματα που εκτιμάται ότι θα διαπιστωθούν πολύ σύντομα!

ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.Β.Ε.
Τηλ.: 210.6626201-7 • www.costaspapaellinas.gr

Ολοκληρωμένη ταυτότητα

by Advance

με προσωπική υπογραφή

Με όραμα
«το φαρμακείο του μέλλοντος»,
το Πανελλαδικό Δίκτυο Φαρμακείων
Advance Pharmacies
ολοκλήρωσε την πρόταση
για την εικόνα
των φαρμακείων-μελών.

Η πλήρης εφαρμογή ξεκινάει από την
πρόσοψη των φαρμακείων
και καταλήγει μέχρι και το ράφι,
εκφράζει τη φιλοσοφία
των μελών της Advance,
αναδεικνύει τον ανθρωποκεντρικό τους
χαρακτήρα, τον δυναμισμό τους
και την επιστημονική εστίαση
στην υγεία και την ευεξία,
ενώ προάγει την ευχάριστη
'πλοήγηση' στο χώρο.

Η προσωπική 'υπογραφή'
κάθε φαρμακοποιού
επισφραγίζει τα στοιχεία
της εταιρικής ταυτότητας.

Καλαίσθητοι και λειτουργικοί
χώροι που προσφέρονται
για να ζήσει ο επισκέπτης
την «εμπειρία» της εξυπηρέτησης
σε κάθε φαρμακείο-μέλος
της Advance.

www.advancepharmacies.gr

Advance pharmacies

Σιγουριά στην επιλογή σας

ΑΛ. ΠΑΝΑΓΟΥΛΗ 8 & ΓΟΥΡΔΩΝΟΣ - Ν.ΙΩΝΙΑ - ΤΗΛ. 210 2711840 - info@advancepharmacies.gr

by Advance

Νέο INNEOV INTEGRAL SUN

Συμπυκνωμένη διατροφική σύνθεση για χρυσαφένιο μαύρισμα + δέρμα καλύτερα προστατευμένο

Το **Inneov Integral Sun** είναι η 1η συμπυκνωμένη διατροφική σύνθεση που προσφέρει ομοιόμορφο χρυσαφένιο μαύρισμα χωρίς πανάδες και αφήνει το δέρμα ενυδατωμένο και λαμπερό. Παράλληλα, προετοιμάζει το δέρμα απέναντι στον ήλιο, ενδυναμώνει τις άμυνές του και επανορθώνει τις βλάβες που έχουν προκληθεί από τις ακτίνες UV σε όλο το σώμα. Αποκλειστική καινοτόμος σύνθεση με προβιοτικά και αντιοξειδωτικά συστατικά που διατηρούν την ποιότητα της επιδερμίδας στον ήλιο [Skin-Probiotic™ + Λυκοπένιο] και Β-Καροτένιο που προσφέρει χρυσαφένιο χρώμα. Η αποτελεσματικότητά του είναι επιστημονικά αποδεδειγμένη με 4 κλινικές μελέτες.

Δοσολογία: 1 κάψουλα την ημέρα μετά το γεύμα, για τουλάχιστον 4 εβδομάδες πριν την έκθεση στον ήλιο. Συνεχίστε καθ' όλη τη διάρκεια της έκθεσης καθώς και για τουλάχιστον 4 εβδομάδες μετά, για διατήρηση του μαυρίσματος.

Το Inneov Integral Sun χρησιμοποιείται συμπληρωματικά με τις απαραίτητες αντηλιακές κρέμες και με μια συνετή συμπεριφορά απέναντι στον ήλιο.

Από την Cosmetique Active, τηλ.: 210 6188900

NORMADERM PRO MAT από τη Vichy

Ενυδατική Φροντίδα για «ματ» αποτέλεσμα μεγάλης διάρκειας – SPF 15

Η Vichy επιτυγχάνει «τη ματ όψη που διαρκεί» με δράση απευθείας στην καρδιά των πόρων.

Η νέα κρέμα **NORMADERM PRO MAT** ρυθμίζει το σμήγμα στην καρδιά των πόρων και προστατεύει από τις καθημερινές υπεριώδεις ακτίνες που προκαλούν υπερέκκριση σμήγματος, για άμεσο και διαρκές «ματ» αποτέλεσμα στην επιδερμίδα.

Με τη νέα τεχνολογία Dry Finish + φίλτρα UVA-UVB προσφέρει μοναδική αποτελεσματικότητα και συνδυάζει το ματ αποτέλεσμα με την αντηλιακή προστασία.

Η Τεχνολογία Dry Finish:

- Μικροσφαιρίδια που απορροφούν την υπερβολική έκκριση σμήγματος.
- Βιταμίνη CG: γλυκοζυλιωμένη μορφή βιταμίνης C, σταδιακής αποδέσμευσης, που ρυθμίζει την παραγωγή σμήγματος όλη τη διάρκεια της ημέρας.
- Φίλτρα UVA/UVB SPF 15 για προστασία από την υπερβολική έκκριση σμήγματος που προκαλείται από τις ακτίνες UV.

Με μοναδική υφή που απορροφάται άμεσα, η NORMADERM PRO MAT στεγνώνει 3 φορές πιο γρήγορα απ' ό,τι μια συνηθισμένη σύνθεση. Η επιδερμίδα δείχνει σαν να έχετε βάλει μόλις πούδρα: καθαρή και αέρινη, απαλή και βελούδινη.

Από την Cosmetique Active, τηλ.: 210 6188900

Νεανική όψη, ελαστικότητα, σφριγηλότητα

...με Hyaluronic Acid από τη Solgar

Το υαλουρονικό οξύ είναι μια φυσική ουσία που συντίθεται από το σώμα μας και βρίσκεται κυρίως στο συνδετικό ιστό του οργανισμού μας. Αποτελεί ουσιώδες στοιχείο της εξωκυττάριας ουσίας - ουσίας από την οποία τρέφονται τα κύτταρα - και παίζει σημαντικό ρόλο στην υγεία και την ακεραιότητα του δέρματος και των αρθρώσεων. Έρευνες που έγιναν στο μακροβιότερο χωριό του κόσμου στην Ιαπωνία, έδειξαν ότι οι κάτοικοί του οι οποίοι δεν είχαν ρυτίδες και δεν παρουσίαζαν τις συνήθεις ασθένειες του γήρατος, διατηρούσαν υψηλά τα επίπεδα υαλουρονικού οξέως στο σώμα τους.

Το **Hyaluronic Acid** από τη Solgar περιέχει το μοναδικό πατενταρισμένο προϊόν BioCell Collagen II και βιταμίνη C που παρέχουν υδρολυμένο κολλαγόνο τύπου II, υαλουρονικό οξύ σε αποτελεσματική δόση και αποπολυμερισμένη θειική χονδροϊτίνη με υψηλή βιοδιαθεσιμότητα. Τα συστατικά αυτά προάγουν την ενυδάτωση, ελαστικότητα και απαλότητα του δέρματος, που μειώνονται με την πάροδο του χρόνου. Επιπλέον, τα στοιχεία του Hyaluronic Acid της Solgar υποστηρίζουν την ομαλή λειτουργία των αρθρώσεων, ενδυναμώνοντας τη δομή και την ελαστικότητά τους.

Εισάγεται συσκευασμένο από τις ΗΠΑ.

Από την ISO-PLUS AE, τηλ.: 210 9579 707, www.iso-plus.gr

KORRES MATERIA HERBA

Νέα οργανικά πιστοποιημένη σειρά κατά ECOCERT

Η Κορρές ενισχύει περαιτέρω την ευρεία γκάμα προϊόντων της βασισμένη σε φυσικές πρώτες ύλες, παρουσιάζοντας τη νέα σειρά Materia Herba, οργανικά πιστοποιημένη κατά ECOCERT.

Σύμφωνα με τη φιλοσοφία ανάπτυξης των προϊόντων Κορρές, η σειρά **Materia Herba** βασίζεται σε συνθέσεις κλινικά αποδεδειγμένης αποτελεσματικότητας, ενσωματώνοντας ένα συνδυασμό δραστικών, ελαίων, εκχυλισμάτων, αποσταγμάτων και συμπυκνωμάτων, φυσικής προέλευσης που είναι επιπλέον οργανικά πιστοποιημένα. Η νέα αυτή σειρά είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας της Κορρές με ένα από τα πιο εξελιγμένα εργαστήρια της Ελβετίας, το οποίο ειδικεύεται σε οργανικά πιστοποιημένα συστατικά.

Η σειρά Materia Herba αποτελείται από εννέα προϊόντα.

Για τον καθαρισμό: Ενυδατικό γαλάκτωμα καθαρισμού 3 σε 1 και ένα τονωτικό αφρό καθαρισμού

Για ενυδάτωση: Ενυδατική κρέμα για κανονικές - ξηρές επιδερμίδες, ενυδατική κρέμα για λιπαρές - μικτές επιδερμίδες και ενυδατική κρέμα ματιών κατά των μαύρων κύκλων

Για αντιρυτιδική φροντίδα: Αντιρυτιδική κρέμα για κανονικές - ξηρές επιδερμίδες, αντιρυτιδική κρέμα για λιπαρές - μικτές επιδερμίδες, αντιρυτιδική κρέμα ματιών και θρεπτική κρέμα νύκτας για όλους τους τύπους δέρματος.

Η αποτελεσματικότητα της σειράς βασίζεται στην ενισχυμένη ενυδάτωση, στην αντιρυτιδική και αναδομητική δράση και στη μέγιστη συμβατότητα με το δέρμα.

Από την Κορρές Φυσικά Προϊόντα, τηλ.: 22620 54552

Νέα σύνθεση, νέες συσκευασίες και καλύτερη υφή για τα αντηλιακά της Avène

Σύμφωνη με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές, η αντηλιακή σειρά της Avène έχει κερδίσει την αγάπη των καταναλωτών και την εμπιστοσύνη των επαγγελματιών υγείας.

Η επιτυχία των αντηλιακών της προϊόντων βασίζεται στον πλούτο της σύνθεσής τους σε ιαματικό νερό της Avène, από τη φύση του καταπραϋντικό και αντι-ερεθιστικό, στην κατάλληλη υφή για το ευαίσθητο δέρμα, στο μοναδικό συνδυασμό των αποτελεσματικών φωτοπροστατευτικών που περιέχουν και φυσικά, στις ασύγκριτες καλλυντικές ιδιότητές τους.

Η αντηλιακή σειρά Avène δημιουργεί εξειδικευμένα προϊόντα για κάθε ευαίσθητη επιδερμίδα.

Η **emulsion SPF 50+** για πολύ υψηλή προστασία για το υπερευαίσθητο δέρμα του προσώπου, το πολύ ανοιχτόχρωμο δέρμα και γενικότερα σε όλα τα δέρματα που εκτίθενται σε έντονη ηλιοφάνεια, εξασφαλίζει ευρεία προστασία από τις UVA και UVB, χάρη στο συνδυασμό των κατοχυρωμένων ορυκτών φωτοανακλαστικών MPI με το σύμπλεγμα TINOSORB M+S. Με λεπτόρρευστη υφή, προσφέρει μεγάλη διάρκεια παραμονής στο δέρμα και ενισχύει το φραγμό άμυνας της επιδερμίδας απέναντι στις ελεύθερες ρίζες.

Από τη σειρά SPF 30, η **Cleanance solaire 30** για υψηλή προστασία, είναι η ιδανική για λιπαρά δέρματα ή με τάση ακμής. Πολύ λεπτόρρευστη, εμπλουτισμένη με σμηγματορρυθμιστικά και αντι-ερεθιστικά συστατικά, προστατεύει το δέρμα με ακμή από τις υποτροπές που οφείλονται στην έκθεση στον ήλιο.

Το αντηλιακό σώματος **Avène spray SPF 20** για μέτρια προστασία απευθύνεται σε άτομα με πιο ανθεκτικό στον ήλιο δέρμα. Το φωτοπροστατευτικό σύστημά του περιέχει τα λιγότερα δυνατά χημικά φίλτρα και εξασφαλίζει αποτελεσματική και σταθερή αντηλιακή προστασία για μεγάλο χρονικό διάστημα καθώς και μεγάλη αντοχή στο νερό.

Από την Pierre Fabre Hellas, τηλ.: 210 7715353

Oenobiol Cellulite Minceur και Oenobiol Remodelant Minceur

Η Ομορφιά μέσω της διατροφής!

Για το αδυνάτισμα η OENOBIOL, μια σειρά συμπληρωμάτων διατροφής που προσφέρουν στις γυναίκες φυσικές και αποτελεσματικές λύσεις ομορφιάς προτείνει:

Το **Oenobiol Cellulite Minceur**, με έλαιο καρθάμου, πλούσιο σε συζευγμένο λινολεϊκό οξύ – CLA, το ιχνοστοιχείο χρώμιο και εκχύλισμα από σταφύλι με πολύτιμη αντιοξειδωτική δράση. Ο αποκλειστικός συνδυασμός των ενεργών φυτικών συστατικών του, βοηθά στη μείωση του λίπους και της συσσώρευσης νερού. Ιδανικό για περιπτώσεις κυτταρίτιδας στην περιοχή των γλουτών, των γοφών και των μηρών.

Επιστημονική μελέτη έδειξε ότι από την 8η εβδομάδα χρήσης το Oenobiol Cellulite Minceur, μειώνει ορατά την όψη φλοιού πορτοκαλιού και προάγει μια σφριγηλή και λεία επιδερμίδα!

Επίσης το **Oenobiol Remodelant Minceur**, που περιέχει το καινοτομικό σύμπλεγμα Fitnol (έλαιο καρδάμου με συζευγμένο λινολεϊκό οξύ- CLA) και το ιχνοστοιχείο χρώμιο. Ιδανικό για περιπτώσεις τοπικού πάχους στην περιοχή της κοιλιάς, των γοφών και των μηρών.

Επιστημονική μελέτη έδειξε ότι το Oenobiol Remodelant Minceur βοηθάει στην απώλεια έως και 5cm στην περιοχή της μέσης σε 6 μόλις εβδομάδες ,συμβάλλει σημαντικά στη μείωση του τοπικού πάχους στην περιοχή της κοιλιάς, των γοφών και των μηρών από την 12η εβδομάδα και μειώνει το μέγεθος των λιποκυττάρων κατά 29% χάρη στην ευεργετική δράση του συστατικού CLA.

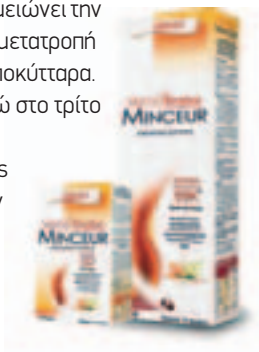
Από τη Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ, τηλ.: 210 6173105

Αδυνάτισμα και αποτοξίνωση από την ORTIS

Με το ORTIS METHODDRAINE MINCEUR και το METHODDRAINE DETOX

Η ORTIS σας παρουσιάζει το **MethodDraine Minceur**, το πρώτο συμπλήρωμα διατροφής που περιέχει 100% φυσικά συστατικά και είναι βασισμένο σε κλινική μελέτη για αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα απώλειας βάρους έως και 8,5% σε 2 μήνες!

Το προϊόν λειτουργεί σε τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο, χάρη στο δραστικού συστατικού CGA™ από τον πράσινο καφέ, μειώνει την απορρόφηση των σακχάρων, εμποδίζοντας τη μετατροπή τους σε λίπος και την αποθήκευσή τους στα λιποκύτταρα. Στο δεύτερο στάδιο, μεταβολίζει το λίπος, ενώ στο τρίτο στάδιο, σταθεροποιεί το βάρος.



Επιπλέον βοηθάει και στην καταπολέμηση της κυτταρίτιδας λόγω των φυσικών συστατικών που περιέχει.

Είναι εύκολο στη χρήση και κυκλοφορεί σε υγρή μορφή ώστε να δρα πιο γρήγορα.

Τώρα και σε ταμπλέτες για εύκολη λήψη!

Από τα εργαστήρια ORTIS και η100% φυσική μέθοδο αποτοξίνωσης **MethodDraine DETOX**, με συνδυασμό 11 ενεργών φυτών, γνωστά για την αποτοξινωτική τους δράση που εμποδίζουν τη συσσώρευση τοξινών και καταπολεμούν τη διαδικασία γήρανσης των κυττάρων.

Το MethodDraine DETOX κυκλοφορεί σε δύο μορφές (υγρή μορφή και ταμπλέτες) και ενισχύει τη διαδικασία της αποτοξίνωσης για εμφανή διαφορά στο σώμα μέσα σε 20 μέρες!

Τώρα κυκλοφορεί και σε νέα γεύση ροδάκινο – λεμόνι.

Από τη Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ, τηλ.: 210 6173105

LIFTACTIV RETINOL HA

Αντιρυτιδική Φροντίδα Επανόρθωσης για όλους τους τύπους ρυτίδων - SPF18

LIFTACTIV RETINOL HA EYES

Επανορθωτική Αγωγή για κάθε τύπο ρυτίδων γύρω από τα μάτια

Για 1η φορά, η Vichy μεταφέρει σύγχρονες δερματολογικές τεχνικές και συνδυάζει σε ένα προϊόν περιποίησης προσώπου, τη **Liftactiv Retinol HA**, τα πιο αποτελεσματικά δραστικά συστατικά κατά των ρυτίδων: Υαλουρονικό Οξύ + Ρετινόλη, σε Συνδυασμό Νέας Γενιάς με Αδενοσίνη - Ρετινόλη+Α - ένας καινοτόμος συνδυασμός για επανόρθωση και των 3 τύπων ρυτίδων: μόνιμες, αναστρέψιμες, πρωτογενείς. Ορατά αποτελέσματα σε 4 ημέρες.

Με αποτελεσματικότητα κλινικά αποδεδειγμένη και μοναδική απαλή και ευχάριστη υφή, η Liftactiv Retinol HA απορροφάται γρήγορα χωρίς να αφήνει λιπαρότητα ή να κολλάει. Η επιδερμίδα είναι απαλή, δροσερή, λεία και δεν γυαλίζει.

Και για τα μάτια η **Liftactiv Retinol HA eyes**, η επανορθωτική αγωγή για κάθε τύπο ρυτίδων γύρω από τα μάτια, που συνδυάζει και αυτή τα πιο αποτελεσματικά αντιρυτιδικά δραστικά συστατικά: Υαλουρονικό Οξύ + Ρετινόλη.

Από την Cosmetique Active, τηλ.: 2106188900

RETINOL Anti-cellulite Intensive από την RoC

Για μια εντυπωσιακή σιλουέτα...

Το 2009 η RoC παρουσιάζει τη **Retinol Anti-cellulite Intensive**, με μια νέα επαναστατική τεχνολογία:
Πολλαπλή δράση αδυνατίσματος σε 3 σημεία.

- ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟ PACKAGING: Κομψό και θηλυκό φιαλίδιο αντλία.
- ΜΙΑ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗ ΥΦΗ τζελ-κρέμα, μεταξένια που διεισδύει αμέσως και δεν κολλάει.
- ΕΝΑ ΔΡΟΣΕΡΟ ΑΡΩΜΑ, λεπτό που αγκαλιάζει το δέρμα με ευεξία.

Το 2009, η εξειδίκευση συμμαχεί με την απόλαυση, επειδή για τη RoC, η καταπολέμηση της κυτταρίτιδας δεν είναι μόνο θέμα αποτελεσματικότητας αλλά και απόλαυσης!

Από την Johnson & Johnson Hellas, τηλ.: 210 6875790

Natural Cosmetics από την HealthAid

Για πρώτη φορά εταιρεία συμπληρωμάτων διατροφής χρησιμοποιεί την τεχνογνωσία της στις βιταμίνες και παράγει φυσικά καλλυντικά με μοναδικές φυσικές συνθέσεις από βιταμίνες και εκχυλίσματα βοτάνων, που περιποιούνται και προστατεύουν την επιδερμίδα.
Η νέα καλλυντική σειρά **Health Aid Skin Care** αποτελεί φυσική εναλλακτική επιλογή για δέρμα λαμπερό και νεανικό που ταυτόχρονα προστατεύει τον οργανισμό, γιατί τα προϊόντα δεν περιέχουν parabens, προπυλενογλυκόλες, σιλικόνες, συνθετικά χρώματα και αρώματα. Είναι κατάλληλα για όλους τους τύπους δέρματος ακόμα και για το ευαίσθητο ή αλλεργικό γιατί δεν ερεθίζουν την επιδερμίδα και έχουν εξισορροπημένο PH.
Δεν δοκιμάζονται σε ζώα και δεν περιέχουν ζωικά συστατικά, ενώ οι συσκευασίες τους είναι ανακυκλώσιμες και φιλικές για το περιβάλλον. Εισάγονται συσκευασμένα από την Αγγλία.

Από την Pharmacenter, τηλ.: 210 9604511, www. pharmacenter.gr

ΑΠΑΛΟΣ ΚΑΙ ΒΑΘΥΣ καθαρισμός προσώπου

από τη Sanoflore

Τα πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα ευεξίας και ομορφιάς της Sanoflore, αποτελούν ένα εξαιρετικό μίγμα φυσικών και βιολογικών ενεργών συστατικών, που συνδυάζονται για να δράσουν από κοινού.
Όλα τα προϊόντα καθαρισμού είναι πλούσια σε ανθόνερα που απαλύνουν και καταπραΰνουν την επιδερμίδα, σε θρεπτικά φυτικά συστατικά και αιθέρια έλαια που συμβάλλουν στον απαλό και βαθύ καθαρισμό της επιδερμίδας και αποτελούν εγγύηση για μια φρέσκια και φωτεινή επιδερμίδα.

Καθαρισμός Προσώπου χωρίς νερό

Botanical Cleansing Milk - Βιολογικό Γαλάκτωμα Καθαρισμού
Με ανθόνερο από άνθη πορτοκαλιάς. Ιδανικό για κάθε τύπο επιδερμίδας.

Τόνωση

Floral Toning Lotion – Βιολογική Τονωτική Λοσιόν από Άνθη
Δροσιστική λοσιόν με άρωμα πορτοκαλιού και μανταρινιού. Απλώνεται πρωί και βράδυ μετά από το γαλάκτωμα καθαρισμού και δε χρειάζεται ξέβγαλμα. Ιδανικό για κάθε τύπο επιδερμίδας.

Καθαρισμός Προσώπου με νερό

Floral Cleansing Foam - Βιολογικός Αφρός καθαρισμού από Άνθη.
Καθαρίζει απαλά και σε βάθος την επιδερμίδα με ανθόνερο από μελισσόχορτο και αιθέριο έλαιο από τριανταφυλλόξυλο. Ιδανικό για μικτές επιδερμίδες.

Για τα μάτια

Floral Eye Make Up Remover – Βιολογικό Ντεμακιγιάζ Ματιών από Άνθη
Ελαφρύ και δροσερό gel, πλούσιο σε απόσταγμα γλυκόριζας και ανθόνερο από μπλουέ. Καταπραϋντικό και αναζωογονητικό.

Από την Cosmetique Active, τηλ.: 210 61889000

Νέα Συσκευασία για το Dulcolax®

Από τον Απρίλιο 2009

Το **Dulcolax®**, το νούμερο ένα σε πωλήσεις παγκοσμίως φάρμακο για την αντιμετώπιση της δυσκοιλιότητας, με πάνω από 50 χρόνια κυκλοφορίας, αποκαλύπτει τη νέα παγκόσμια ταυτότητά του με τη διάθεση της νέας συσκευασίας του και στην Ελλάδα τον Απρίλιο 2009.

Η νέα ανανεωμένη συσκευασία του Dulcolax® αναγνωρίζει ότι δεν έχει σημασία μόνο ό,τι βρίσκεται στο εσωτερικό του!! Είναι αποτέλεσμα που στηρίζεται στα ευρήματα από πρόσφατη σε βάθος έρευνα της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Διατηρεί και αυξάνει το ενδιαφέρον να την προσέξει το μάτι, χάρη στον έντονο συνδυασμό χρωμάτων και το νέο στήσιμο σε όρθια θέση

Το νέο ιδιαίτερο λογότυπο του προϊόντος παραπέμπει στο τρόπο δράσης του για την αντιμετώπιση της δυσκοιλιότητας, καθώς επίσης και στην εμπιστοσύνη και την αποτελεσματικότητα που έχουν κερδίσει τα προϊόντα Dulcolax®. Το εντυπωσιακό ασημί φινίρισμα φέρνει μια πιο εκλεπτυσμένη εμφάνιση και μια ανανεωμένη, σύγχρονη εικόνα.

Η αλλαγή φυσικά αφορά μόνο τη συσκευασία του, χωρίς καμιά αλλαγή στη σύνθεσή του, η οποία δίκαια έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη για την αντιμετώπιση του σημαντικού προβλήματος της δυσκοιλιότητας.

Με τη νέα βελτιωμένη συσκευασία του, το Dulcolax® θα είναι διαθέσιμο σε δισκία και υπόθετα και μπορεί να χορηγηθεί είτε με σύσταση ιατρού, είτε με σύσταση φαρμακοποιού.

Τον ίδιο μήνα, Απρίλιο 2009, διακόπτεται και η κυκλοφορία του ιδιοσκευάσματος Florisan-N® που η σύνθεση του είναι ίδια με του ιδιοσκευάσματος Dulcolax® δισκία. Το Florisan-N® μπορεί να αντικατασταθεί με Dulcolax®.

Για περισσότερες πληροφορίες:
Ειρήνη Καπελώνη, Marketing Manager Consumer Health Care, Boehringer Ingelheim Ελλας, τηλ.: 210 8906300. e-mail: Irini.Kapeloni@boehringer-ingelheim.gr

Ειδικά για παιδιά Eskimo Kids

Το **Eskimo kids** είναι ένα μοναδικό συμπλήρωμα διατροφής που περιέχει φυσικό ιχθυέλαιο και κραμβέλαιο, συστατικά που προσφέρουν **Ωμέγα - 3 - 6 - 9 λιπαρά οξέα** και παρουσιάζουν διατροφική και φυσιολογική επίδραση, απαραίτητα στη σωστή ανάπτυξη. Περιέχει επίσης έλαιο σόγιας, ιχθυέλαιο και εσπεριδοειδή, αλλά δεν περιέχει πρωτεΐνες σόγιας ή ψαριού.

Τα ωμέγα-3 λιπαρά οξέα βρίσκονται στη φυσική τους μορφή στα λιπαρά ψάρια, όπως ρέγκα, σκουμπρί, σολομός και τόνος. Φυσικές πηγές ωμέγα-6 λιπαρών οξέων συναντώνται κυρίως στο κρέας, στα φυτικά έλαια, στον ηλιόσπορο, στην μαργαρίνη και στις αραχίδες.

Επίσης περιέχει βιταμίνη D, η οποία είναι απαραίτητη στον οργανισμό μας για την απορρόφηση του ασβεστίου και του φωσφόρου καθώς και βιταμίνη Ε, ουσία με ισχυρή αντιοξειδωτική δράση.

Το ιχθυέλαιο που χρησιμοποιείται προέρχεται από φρέσκα ψάρια ανοικτής θαλάσσης και όχι από ιχθυοκαλλιέργειες. Το προϊόν Eskimo Kids έχει υποστεί καθαρισμό για τη δραστική μείωση των περιβαλλοντικών τοξινών, όπως βαρέα μέταλλα, διοξίνες (DDT) και πολυχλωριωμένα διφαινύλια (PCB's), σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τα επιτρεπτά όρια.

Σε δύο υπέροχες γεύσεις: Πορτοκάλι και Tutti-Frutti.

Από την GREEN IMPORT ltd, τηλ.: 210 9329139, www.greenimport.gr

SEVICAR από την Pfizer

Η Pfizer Hellas AE είναι στην ευχάριστη θέση να σας ανακοινώσει την κυκλοφορία του νέου αντιυπερτασικού σκευάσματος με την εμπορική ονομασία **SEVIKAR**.

Πρόκειται για ένα σταθερό συνδυασμό ενός Ανταγωνιστή των υποδοχέων Αγγειοτασίνης ΙΙ (Olmesartan medoxomil) και ενός Αποκλειστή Διαύλων Ασβεστίου (Amlodipine besilate). Το SEVIKAR διατίθεται σε συσκευασία των 28 επικαλυμμένων με υμένιο δισκίων, σε τρεις περιεκτικότητες: **SEVIKAR 20/5** (Olmesartan medoxomil 20mg και Amlodipine besilate 5mg), **SEVIKAR 40/5** (Olmesartan medoxomil 40mg και Amlodipine besilate 5mg), **SEVIKAR 40/10** (Olmesartan medoxomil 40mg και Amlodipine besilate 10mg).

Οι τιμές των συσκευασιών αυτών είναι: Sevikar 20/5: Χονδρική 23,53 ευρώ, Νοσοκομειακή 20,47 ευρώ, Λιανική 34,62 ευρώ. Sevikar 40/5: Χονδρική 28,73 ευρώ, Νοσοκομειακή 25,00 ευρώ, Λιανική 42,28 ευρώ. Sevikar 40/10: Χονδρική 29,70 ευρώ, Νοσοκομειακή 25,84 ευρώ, Λιανική 43,70 ευρώ.

Από τη PFIZER HELLAS A.E., τηλ.: Επιστημονικής Ενημέρωσης: 210 6785800, Παραγγελιών: 210 8199060

Ιπποφαές Eubias™

Ο «βασιλιάς» των φυτικών συμπληρωμάτων διατροφής, άλλαξε τη ζωή χιλιάδων Ελλήνων

Όσοι το δοκίμασαν ένιωσαν τη διαφορά από την πρώτη στιγμή. Ο λόγος για το πιο δημοφιλές συμπλήρωμα διατροφής: το **Ιπποφαές Eubias™**. Σήμερα, χιλιάδες Έλληνες που χρησιμοποιούν το κορυφαίο αυτό φυτικό συμπλήρωμα διατροφής ως μέρος της καθημερινής τους διατροφής, μπορούν να αισθάνονται υγιείς και δυνατοί κάθε μέρα, όλη μέρα.
Το Ιπποφαές EubiasTM με περισσότερες από 190 θρεπτικές ουσίες, είναι ο μεγαλύτερος θησαυρός υγείας που ανακαλύφθηκε ποτέ από τον άνθρωπο. Η μεγάλη διατροφική του αξία είναι γνωστή ήδη από την αρχαιότητα και θεωρείται ο «βασιλιάς» των φυτικών συμπληρωμάτων διατροφής, καθώς παρουσιάζει τη μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά από κάθε άλλο συμπλήρωμα διατροφής.
Πλούσιο σε βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία, λιπαρά οξέα, αντιοξειδωτικά, στερόλες και μικροστοιχεία, το Ιπποφαές Eubias™ θωρακίζει το ανοσοποιητικό μας σύστημα, χτίζοντας μια καλύτερη υγεία.
Επίσης, αποτελεί το ιδανικό συμπλήρωμα για αδυνάτισμα, καθώς οι αδυνατιστικές και αποτοξινωτικές ιδιότητες των θρεπτικών συστατικών του βοηθούν την καλή λειτουργία του μεταβολισμού των λιπών.

Από την ASTRA MEDICAL HELLAS SUPERFOODS ΕΠΕ, τηλ.: 210 2527584 www.superfoods.gr

Lamisil Once®

Η πρώτη θεραπεία με 1 μόνο εφαρμογή για τις δερματομυκητιάσεις ποδών.

Το **Lamisil Once®** συνδυάζει την τερβιναφίνη, μία ισχυρή μυκητοκτόνο ουσία, με ένα μοναδικό σύστημα μεταφοράς του φαρμάκου στο δέρμα.
Μετά την εφαρμογή του, το Lamisil Once® δημιουργεί μία λεπτή μεμβράνη που απελευθερώνει ταχύτατα την τερβιναφίνη στην κεράτινη στοιβάδα όπου και δεσμεύεται στο λιπιδικό στρώμα. Σε διάστημα 30 λεπτών από την εφαρμογή του προϊόντος η τερβιναφίνη βρίσκεται σε μυκητοκτόνο συγκέντρωση στην κεράτινη στοιβάδα και παραμένει εκεί δρώντας ενάντια στους μύκητες εως και 13 ημέρες.
Οι κλινικές δοκιμές του Lamisil Once® αποδεικνύουν την αποτελεσματικότητά του με ποσοστό μυκητοκτόνου ίασης 72% σε σύγκριση με το 21% του εικονικού φαρμάκου (placebo). Το 75% των ασθενών έμειναν ευχαριστημένοι από την ταχύτητα της θεραπείας, ενώ το 85% δήλωσε ότι το προϊόν ήταν εύκολο στην εφαρμογή και οι οδηγίες χρήσεως κατανοητές.
Το Lamisil Once® διατίθεται μόνο από φαρμακεία.

Από τη Novartis (Hellas) AEBE

NEO inneov Draining Toning

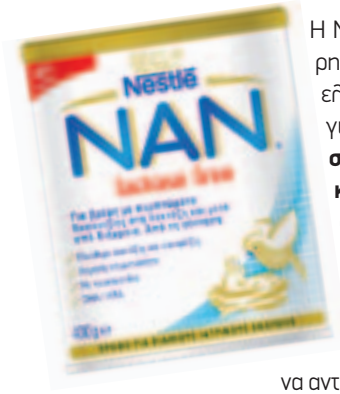
Συμπυκνωμένη διατροφική σύνθεση για το πρήξιμο και τα βαριά πόδια

1 στις 2 γυναίκες υποφέρουν από αίσθημα πρηξίματος, βάρους στα πόδια και κατακράτηση υγρών.
Η βασική αιτία είναι η επιβράδυνση της φλεβικής κυκλοφορίας στα κάτω άκρα και η καταστροφή των αγγειακών τοιχωμάτων, με συνέπεια την αύξηση της διαπερατότητάς τους.
Αξιοποιώντας τη διπλή εξειδίκευσή τους στη διατροφή και τη βιολογία του δέρματος, τα εργαστήρια της inneov δημιουργούν το **inneov Draining Toning**, μια συμπυκνωμένη διατροφική σύνθεση που αντιμετωπίζει το πρήξιμο και τα βαριά πόδια.
Αποκλειστική σύνθεση με Πολυφαινόλες (εκχυλίσματα από κουκούτσια σταφυλιού και από φλοιό πεύκων του δάσους της Landes στη Γαλλία) που βοηθούν στην καλή λειτουργία της μικροκυκλοφορίας, σε συνδυασμό και αντιοξειδωτικά (Βιταμίνη C και Lacto-Lycopene™) που τονώνουν και διατηρούν τη δομή του δέρματος. Τα αποτελέσματα του inneov Draining Toning είναι άμεσα και ορατά. Σε μόλις 15 ημέρες οι γυναίκες βλέπουν και αισθάνονται τα πρώτα αποτελέσματα, τα οποία επαληθεύονται μετά από ένα μήνα χρήσης του προϊόντος. Από επιστημονικές μελέτες το 84% των γυναικών δηλώνουν ικανοποιημένες.
Δοσολογία: 2 δισκία την ημέρα για 15-30 ημέρες, μετά το γεύμα. 1 δισκίο την ημέρα στη συνέχεια.

Από την Cosmetique Active, τηλ.: 210 6188900

NAN lactose free

Νέο ειδικό βρεφικό γάλα



Η Nestle κυκλοφόρησε ένα νέο γάλα ελεύθερο λακτόζης για βρέφη με **δυσανεξία στη λακτόζη ή μετά από οξεία διάρροια**, το NEO NAN lactose free. Δεν περιέχει λακτόζη προκειμένου να αντιμετωπιστεί η έλλειψη ή ανεπάρκεια του ενζύμου της λακτάσης που εμφανίζεται σε βρέφη με δυσανεξία στη λακτόζη. Μοναδική πηγή υδατανθράκων είναι η μαλτοδεξτρίνη, η οποία είναι εύπεπτη, απορροφάται εύκολα και γρήγορα και προσδίδει ευχάριστη γεύση. Επίσης, περιέχει LC-PUFAs για την ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος και την αποφυγή λοιμώξεων.

Νέο NAN Sensitive

Τριπλή δράση, πολλαπλά οφέλη

Η Nestle κυκλοφόρησε το NEO NAN Sensitive, ένα βρεφικό γάλα με χαμηλή λακτόζη, μερικώς υδρολυμένη πρωτεΐνη ορού γάλακτος και ενεργείς καλλιέργειες βακτηριδίων bifidus B_L. Ο **μοναδικός συνδυασμός της Τριπλής Δράσης** του NAN Sensitive ανακουφίζει το βρέφος από τους κολικούς και τη δυσκοιλιότητα, αφού είναι εξαιρετικά εύπεπτο, ρυθμίζει την ευκολία και τη συχνότητα των κενώσεων του βρέφους και ενισχύει την υγιή εντερική χλωρίδα του. Το αποτέλεσμα είναι άμεσο και εμφανές, αφού μειώνεται αισθητά το έντονο κλάμα του βρέφους.

Από τη Nestle, τηλ.: 2106884111

Quest Acidophilus Plus

Για σωστή λειτουργία του εντέρου

Η διατήρηση της ισορροπίας των βακτηρίων στο έντερο είναι πολύ σημαντική για τη λειτουργία του και τη σωστή απορρόφηση των θρεπτικών συστατικών από τις τροφές. Η ισορροπία αυτή διαταράσσεται πολύ συχνά από τη λήψη φαρμάκων, την κακή διατροφή, τις μετακινήσεις και το στρες, προκαλώντας δυσκοιλιότητα ή κολίτιδα. Το **Acidophilus Plus** της Quest περιέχει συνδυασμό φιλικών βακτηριών τα οποία διατηρούν τη σταθερότητά τους μέχρι την ημερομηνία λήξης του προϊόντος και επιβιώνουν κατά τη διέλευση τους από τα υγρά του στομάχου δρώντας κατευθείαν στο έντερο. Το Acidophilus βελτιώνει τη χλωρίδα του εντέρου και επαναφέρει τη σωστή του λειτουργία με το πιο φυσικό και αποτελεσματικό τρόπο.

Green Coffee 200mg Extract

Βοηθός στο αδυνάτισμα!

Τυποποιημένο εκχύλισμα κόκκων πράσινου καφέ με χαμηλή περιεκτικότητα σε καφεΐνη, που βοηθά στην απώλεια βάρους μειώνοντας την απορρόφηση της γλυκόζης από τον οργανισμό, προάγει τη χρησιμοποίηση του λίπους και περιορίζει τη χρησιμοποίηση των υδατανθράκων για την παραγωγή ενέργειας.
Τα τυποποιημένα εκχυλίσματα βοτάνων της Quest προσφέρουν μία σπάνια εγγύηση αγνότητας, περιεκτικότητας και ποιότητας.

Από τη Douni Health Products, τηλ.: 210 9941451

Σπιρουλίνα από τη Solgar

Ποιότητα χωρίς συμβιβασμούς

Η Solgar, η μεγαλύτερη εταιρεία συμπληρωμάτων διατροφής παγκοσμίως, εγγυάται για την εξαιρετικά υψηλής ποιότητας **Σπιρουλίνα** η οποία καλλιεργείται στη Χαβάη χωρίς τη χρήση φυτοφαρμάκων και τοξικών στοιχείων. Η Solgar για τη διασφάλιση των καλύτερων πρώτων υλών δεν διστάζει να παρουσιάσει ελλείψεις στα προϊόντα της για να πληρούνται απόλυτα οι αυστηρές προδιαγραφές ποιότητας που θέτει.
Η Σπιρουλίνα είναι ένας μικροσκοπικός φυτο - οργανισμός (άλγος) που προκύπτει από τη φωτοσύνθεση και είναι πλούσια σε πρωτεΐνες (70%), αμινοξέα, βήτα καροτίνη, χλωροφύλλη, ίνες και ένα ευρύ φάσμα βιταμινών, μετάλλων και ιχνοστοιχείων. Είναι ένα δημοφιλές συμπλήρωμα με λίγες θερμίδες που προτιμούν άτομα τα οποία ενδιαφέρονται για τη φυσική τους κατάσταση και τον έλεγχο του βάρους τους. Η Σπιρουλίνα προλαμβάνει τη φθορά των μυών και προκαλεί κορεσμό της όρεξης. Θεωρείται εξαιρετική πηγή πρωτεΐνης για φυτοφάγους. Εισάγεται συσκευασμένο από τις ΗΠΑ.

Από την ISO-PLUS AE, τηλ.: 210 9579707, www.iso-plus.gr

NEO

Nestlé

NAN Sensitive

Γάλα για βρέφη με **κολικούς ή δυσκοιλιότητα**

Τριπλή δράση

Το NEO NAN Sensitive ανακουφίζει το βρέφος από κολικούς, μειώνει το έντονο κλάμα και ρυθμίζει τη συχνότητα και την ευκολία των κενώσεων.

- **Χαμηλή περιεκτικότητα σε λακτόζη,** για την αντιμετώπιση της προσωρινής ανεπάρκειας σε λακτάση και την αποφυγή ζύμωσης της λακτόζης στο έντερο.
- **Μερικώς υδρολυμένη πρωτεΐνη ορού γάλακτος** που διευκολύνει την πέψη και συμβάλλει σε μαλακότερες κενώσεις.
- **Με ενεργές καλλιέργειες ωφέλιμων βακτηριδίων B.lactis** που ενισχύουν την ωρίμανση του πεπτικού συστήματος και συμβάλλουν στη δημιουργία μίας υγιούς εντερικής χλωρίδας, ρυθμίζοντας παράλληλα τη συχνότητα και την ευκολία των κενώσεων.

www.nestlenutrition-institute.org

Nestlé Nutrition **ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΣΤΗ ΒΡΕΦΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ**

Τώρα το Sinomarin και σε συσκευασία τσέπης!

Το **Sinomarin**, το φυσικό ρινικό αποσυμφορητικό προϊόν, τώρα διατίθεται και σε Mini spray των 30 ml (συσκευασία τσέπης), το οποίο είναι κατάλληλο για ενήλικες, παιδιά και βρέφη άνω των 6 μηνών.

Το Sinomarin είναι ένα φυσικό, αποτελεσματικό και κλινικά δοκιμασμένο προϊόν, που αποτελεί την ιδανική λύση για την αποσυμφόρηση και τον καθαρισμό της βουλωμένης μύτης χάρη στην περιεκτικότητά του σε χλωριούχο νάτριο (2,3%).

Το προϊόν είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια και είναι ιδιαιτέρως χρήσιμο στα άτομα με γρίπη, κρυολόγημα, ρινίτιδα, ιγμορίτιδα κ.λπ. Εκτός από την συσκευασία τσέπης, διατίθεται ακόμη σε 3 συσκευασίες:

- 36 Αμπούλες των 5 ml (για βρέφη και παιδιά)
- Spray Παιδικό 100 ml (για παιδιά και βρέφη άνω των 6 μηνών)
- Spray Ενηλίκων 125 ml (για ενήλικες και παιδιά άνω των 6 ετών).

Το Sinomarin είναι ιατροτεχνολογικό προϊόν σύμφωνα με τις διατάξεις της οδηγίας 93/42 της Ευρωπαϊκής Ένωσης και προστατεύεται από διεθνή διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Από τη ΠΝΓ Γερολυμάτος, τηλ.: 210 8194450, Θεσσαλονίκη: 2310 533243

Prelox®

για τη βελτίωση της σεξουαλικής ζωής των ανδρών

Το **Prelox®** είναι ένα φυτικό συμπλήρωμα διατροφής που μπορεί να βελτιώσει τη σεξουαλική ζωή ανδρών κάθε ηλικίας χωρίς αντενδείξεις ή παρενέργειες. Η πατενταρισμένη του σύνθεση (Pycnogenol®, L-Arginine, Taurine) έχει αποδειχθεί κλινικά ότι βοηθά στην καλή αιμάτωση της γενετήσιας περιοχής, ενώ ταυτόχρονα φροντίζει για την καλή κατάσταση των αγγείων.

Πωλείται αποκλειστικά από τα φαρμακεία.

Από την ΒΙΛΚΟ ΑΕ, τηλ.: 210 5232165

Ήρθε η Χρυσή Σπιρουλίνα

Spirulina Gold Eubias™

Η Astra Medical Hellas Superfoods, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες φυτικών συμπληρωμάτων διατροφής στην Ελλάδα, παρουσιάζει την κορυφαία σπιρουλίνα στον κόσμο, τη χρυσή **Spirulina Gold Eubias™**. Η εντυπωσιακή ολόχρυση συσκευασία της παραπέμπει σε αυτό που πραγματικά είναι: Μια σπιρουλίνα ανώτερης ποιότητας που διαφέρει από τις κοινές σπιρουλίνες.

Χρυσή Ποιότητα...

Πρόκειται για μια σπιρουλίνα ανώτερης ποιότητας, καθώς είναι η μοναδική 100% καθαρή, χωρίς έκδοχα, χάρη στην πατενταρισμένη μέθοδο που εφαρμόζει για τη δημιουργία του δισκίου χωρίς χημικά. Αποτελεί την κορυφαία ποικιλία σπιρουλίνας στον κόσμο, καθώς καλλιεργείται αποκλειστικά στην Αυστραλία, κάτω από το ευεργετικό φως του δυνατού ήλιου, σε πεντακάθαρα νερά, μακριά από τη μόλυνση.

...για Χρυσή Υγεία

Η Spirulina Gold Eubias™ αποτελεί τη «χρυσή» ασπίδα προστασίας του οργανισμού. Με περισσότερα από 90 ενεργά συστατικά, βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα και αναζωογονεί ριζικά τον οργανισμό. Ταυτόχρονα, αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πρωτεΐνης και αμινοξέων στον Κόσμο, καθώς περιέχει 60%-70% πρωτεΐνη υψηλής ποιότητας. Έτσι, χαρίζει στον οργανισμό αστείρευτη ενέργεια και ζωντάνια κάθε μέρα, όλη μέρα.

Από την ASTRA MEDICAL HELLAS SUPERFOODS ΕΠΕ, τηλ.: 210 2527584, www.superfoods.gr

Εκρηκτική ενέργεια από τη Natural Plus

Καθημερινά σχεδόν το σώμα μας βρίσκεται κάτω από φυσικό ή ψυχολογικό στρες. Έτσι εξαντλεί τα αποθέματά του σε βιταμίνες Β και ορισμένα αμινοξέα, με συνέπεια τη μειωμένη ικανότητά μας να αντιμετωπίσουμε το στρες και την κόπωση.

Τα παραπάνω ισχύουν κατ' εξοχήν για τα δραστήρια άτομα και για όσους έχουν εξαντλητικό πρόγραμμα, όπως οι αθλητές, οι σπουδαστές, οι οδηγοί μεγάλων αποστάσεων.

Το **Life Blast Xtreme Energy Drink**, με φυσικά συστατικά - κλειδιά, όπως βιταμίνες Β, ταυρίνη, καρνιτίνη, τζίνσενγκ, γκουαρανά, προσφέρει εκρηκτική ενέργεια, βελτιωμένη συγκέντρωση, μεγαλύτερη αντοχή και υψηλότερες επιδόσεις.

Με θαυμάσια φυσική γεύση φρούτων και χωρίς γλουτένη, γλυκόζη, σουκρόζη και πρόσθετη καφεΐνη (το γκουαρανά αποδίδει 100mg καφεΐνης ανά μερίδα. Γλυκαντικό: φρουκτόζη).

Από την Nature's Plus ΑΕ, τηλ.: 210 6134604, 8100008 www.naturesplus.com

Ρεσβερατρόλη: το μυστικό για νιάτα
που διαρκούν και καρδιά που αντέχει...

Θαύματα της φύσης...

Τι σώζει τους Γάλλους από τις καρδιοπάθειες;

η εκπληκτική αντιοξειδωτική ουσία του κόκκινου κρασιού.

Η **ρεσβερατρόλη** έγινε αρχικά γνωστή σαν το ισχυρό αντιοξειδωτικό που **προστάτευε τους Γάλλους από τις καρδιοπάθειες**.

Πράγματι, έρευνες έδειξαν ότι οι λαοί που κατανάλωναν τροφές πλούσιες σε κορεσμένα λίπη υπέφεραν από υψηλά ποσοστά καρδιαγγειακών παθήσεων. Μόνη εξαίρεση οι Γάλλοι (**"γαλλικό παράδοξο"**).

Ακολούθησαν έρευνες που υπέδειξαν σαν υπεύθυνο του περίεργου φαινομένου τη **ρεσβερατρόλη**, συστατικό του κόκκινου κρασιού. Ως γνωστόν, οι Γάλλοι πίνουν άφθονο κόκκινο κρασί.

Πρόσφατα, σημειώθηκε **ερευνητική έκρηξη** σχετικά με τη ρεσβερατρόλη, με αποτέλεσμα να αποκαλυφθούν και **νέες ιδιότητες**. Έτσι, σήμερα η ρεσβερατρόλη θεωρείται εξαιρετικά ευεργετική για την υγεία μας, τόσο γενικά, όσο και στους ακόλουθους τομείς:

- **Καρδιαγγειακή υγεία**
- **Εγκεφαλικές λειτουργίες**
- **Υγιή επίπεδα ζαχάρου**
- **Έλεγχος κυτταρικής διαίρεσης**
- **Αντιγήρανση**
- **Υγεία οστών**
- **Μυϊκή ισχύς**
- **Υγεία ματιών**

RESVERATROL 125 της Nature's Plus:

Κάθε δόση περιέχει, τόση ρεσβερατρόλη, όση 138 ποτήρια κόκκινο κρασί!

- Η ισχυρότερη φόρμουλα ρεσβερατρόλης, διεθνώς.
- Απίστευτη αντιοξειδωτική ισχύς: **7.500 μονάδες ORAC**.
- Με συνεργικά αντιοξειδωτικά υπερ-φρούτα και βότανα (ρόδι, acai, noni, πράσινο τσάι, κ.ά.), για μέγιστη προστασία.
- Παρατεταμένη αποδέσμευση συστατικών, για μέγιστη απορρόφηση.
- Χωρίς αλκοόλ, γλουτένη, συντηρητικά, τεχνητά χρώματα.

Διπλή εγγύηση ταυτότητας προϊόντος, με ποιοτική / ποσοτική ανάλυση ανεξάρτητου εργαστηρίου.

Γεν. Αντ/πος: NATURAL PLUS AE | Αγ. Γεωργίου 14 | 151 27 Μελίσσια
Τηλ.: 210 61.32.478, 210 61.34.604 | www.naturesplus.com
Β. Ελλάδα: Τηλ.: 2310 430 035 | Κύπρος: Τηλ.: 00357 25761276

Nature's Plus®
The Energy Supplements®

ΙΤΑΛΙΑ
Ψυχολόγοι στα φαρμακεία

«Για να συμβουλευτείτε ένα ψυχολόγο, ελάτε στο φαρμακείο μας!».

Είναι ένα νέο concept υπηρεσιών που ξεκίνησε από τον περασμένο Φεβρουάριο σε δύο φαρμακεία στο Μιλάνο της γειτονικής μας Ιταλίας, όπου συνεργαζόμενα με ψυχολόγους της περιοχής τους, προτείνουν στους πελάτες τους μία δωρεάν και χωρίς ραντεβού συμβουλή. *«Η ιδέα ήταν να βρεθούμε πιο κοντά με τους ανθρώπους για να απαντήσουμε στις νέες τους ανάγκες»*, εξηγεί ο κλινικός ψυχολόγος Enrico Molinari. *«Ζούμε σε μια πόλη όπου όλοι μιλάνε και κανείς δεν ακούει. Εμείς τους ακούμε και τους συμβουλεύουμε και αν είναι ανάγκη, τους κατευθύνουμε για παρακολούθηση σε άλλους ειδικούς»*. Αυτοί είναι λοιπόν *«οι ψυχολόγοι της γειτονιάς»* που κάθε μέρα και για ορισμένες ώρες υποδέχονται σε μικρούς ειδικούς χώρους του φαρμακείου, απομονωμένους από το χώρο πώλησης (θεραπευτικές καμπίνες) τους ενδιαφερόμενους πελάτες.

Γιατί επέλεξαν το φαρμακείο για να βάλουν σε εφαρμογή αυτό το project; *«Γιατί αντιπροσωπεύει στη γειτονιά ένα χώρο σοβαρό, επιστημονικό, προσεγγίσιμο, ένα χώρο πρόληψης»*, εξηγεί ο Enrico Molinari. *«Είναι ένα μέρος που μπαίνουμε συχνά και εύκολα, ένα μέρος που εμπιστευόμαστε και αισθανόμαστε ότι μας φροντίζουν»*.

Και αν θα μπορούσε αυτό το project να επεκταθεί;

Υποστηριζόμενο από το δήμο αυτή η επιτυχημένη εμπειρία «Pharma –psy» θα πρέπει να τρέξει πιλοτικά για 5 μήνες στα 2 αυτά φαρμακεία, παράλληλα με μία έρευνα των αναγκών. Αν τα αποτελέσματα είναι ενθαρρυντικά, θα επεκταθεί και σε άλλα 72 κοινοτικά φαρμακεία. Πρέπει να πούμε ότι αυτή τη στιγμή οι Μιλανέζοι έχουν πεσμένο το ηθικό. Τους τελευταίους 12 μήνες, 45.000 άτομα προσέφυγαν σε ψυχολογική βοήθεια στο Μιλάνο και το 44% ανέφεραν προβλήματα άγχους, στρες και κατάθλιψης. Και αυτές οι περιπτώσεις έχουν αυξητικές τάσεις.

ΕΥΡΩΠΗ
Η συμμόρφωση του ασθενή υπό στενή παρακολούθηση

«Οι δαπάνες υγείας λόγω μη σωστής συμμόρφωσης του ασθενή στη θεραπεία υπολογίζονται σήμερα από τους ειδικούς της Espacomp (European Symposium on Patient Compliance and Persistance) σε πολλές εκατοντάδες εκατομμύρια ευρώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Αυτός ο υπολογισμός είναι φυσικά δύσκολο να ορισθεί επακριβώς λόγω έλλειψης κοινής αποδοχής της έννοιας «συμμόρφωση», επεξηγεί η Alcimed, μια εταιρεία συμβούλων εξειδικευμένη στις επιστήμες της ζωής.

Στην περίπτωση των καρδιαγγειακών παθήσεων, μόνο 50% των ασθενών ακολουθούν πιστά τη θεραπεία τους με αποτέλεσμα εμφράγματα, επεμβάσεις και παραμονή στο νοσοκομείο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα δίνουν έρευνες στον Καναδά που υπολογίζουν το ετήσιο κόστος θεραπείας ενός καρδιοπαθή σε 250 ευρώ , έναντι 5.000 ευρώ μετά από έμφραγμα.

Οι φαρμακοποιοί έχουν εδώ ένα σημαντικό ρόλο

Αυτή η διαπίστωση παρακίνησε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να χρηματοδοτήσει το πρόγραμμα ABC (Ascertaining Barriers for Compliance Project) που συνενώνει περίπου είκοσι Ευρωπαίους καθηγητές και γιατρούς. Από τον Ιανουάριο του 2009 άρχισαν έρευνες με στόχο να προσδιορίσουν τις αιτίες της «μη συμμόρφωσης» αλλά και να βρούν τα απαραίτητα μέσα για βελτίωση της. Σύμφωνα με την Alcimed, *«όλοι οι αρμόδιοι της αλυσίδας υγείας, από τις φαρμακευτικές εταιρείες μέχρι τους φαρμακοποιούς, μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο»*. Παράδειγμα, συσκευασίες πιο εύκολες και πρακτικές στη χρήση ή που να περιέχουν τον ακριβή αριθμό ή ποσότητα φαρμάκου για λήψη. Ήδη οι κυβερνήσεις της Ολλανδίας και Γαλλίας συμμετέχουν σε αυτή την πρωτοβουλία.

ΓΑΛΛΙΑ
Ο νόμος HPST

Αναμενόμενες εδώ και πολύ καιρό, νέες αρμοδιότητες για το φαρμακείο θα κάνουν την είσοδό τους σύμφωνα με τον Κώδικα Δημόσιας Υγείας στη Γαλλία και το άρθρο L.5 125-1-1A. Είναι το άρθρο του σχεδίου νόμου HPST (Hopitaux Patients Sante Territoires) που θα κατατεθεί για ψήφιση προς τα τέλη Μαΐου. Έτσι οι αρμοδιότητες του φαρμακοποιού θα διευρυνθούν, με τη συμβολή του στη πρωτοβάθμια περίθαλψη, στη θεραπευτική ενημέρωση και την παρακολούθηση των ασθενών σε συνεργασία με άλλους επαγγελματίες υγείας. *«Φαρμακοποιός συντονιστής και παροχέας υπηρεσιών για τη πρόληψη, βελτίωση και διατήρηση της υγείας των πολιτών»* είναι οι νέοι ρόλοι του φαρμακοποιού. Η ονομασία του *«φαρμακοποιός θεραπευτής»* παρά τις προσδοκίες των συνδικάτων δεν αναφέρεται, παρόλο που αυτοί οι νέοι ρόλοι τον εμπεριέχουν έμμεσα. Είναι βέβαια νωρίς για πανηγυρισμούς αφού μετά τη ψήφιση του νόμου αναμένεται ένα διάταγμα από το Συμβούλιο του κράτους, το οποίο θα προσδιορίσει τις συνθήκες εφαρμογής του. Ανεξάρτητα απ΄ αυτό, ο συγκεκριμένος νόμος βάζει τα θεμέλια μια καινούργιας πρακτικής και συνεργασίας μεταξύ γιατρού και φαρμακοποιού και γενικά άλλων παραγόντων υγείας.

Ουλές που προέρχονται από

- χειρουργικές επεμβάσεις
- τραύματα
- εγκαύματα
- ακμή
- ραγάδες.

Γαρμπαρά κρέμα

«Σβήστε» τις με MEDERMA®

SKIN CARE FOR SCARS

FarmaSyn SA

Παρασκευάζει
Μαρά Φαρμακευτικής
GmbH D 60318 Frankfurt

ΒΕΛΓΙΟ
Οι ισχύοντες νέοι κανόνες πρακτικής στο φαρμακείο

Οι Βέλγοι φαρμακοποιοί έχουν τη νέα τους βίβλο. Ήταν υπό αναθεώρηση από το 1990, ενώ το προηγούμενο καθεστώς χρονολογούσε από το 1885! Οι λειτουργίες του επαγγέλματος δημοσιεύτηκαν και προσδιορίζονται σε 53 σελίδες.

Σε ένα χρόνο
«η φαρμακευτική φροντίδα»

Μεγάλη καινοτομία σε αυτό το βούλευμα ήταν η απελευθέρωση της πώλησης φαρμάκων και ιατρικών βοηθημάτων που δεν χρειάζονται ιατρική συνταγή μέσω Internet. Βέβαια, η διανομή θα πρέπει να γίνει από ένα φαρμακείο κοινοτικό με υπεύθυνο φαρμακοποιό και με στοιχεία όπου ο ασθενής μπορεί να αποταθεί σε περίπτωση ανάγκης. Άλλη καινοτομία, η ανάθεση ορισμένων γαληνικών παρασκευασμάτων σε συνάδελφο ή σε συμβεβλημένο εξωτερικό εργαστήριο. Η πρόεδρος της Ένωσης Βέλγων Φαρμακοποιών, κυρία Anne Lecroart, σχολιάζει θετικά: *«Επιτέλους, έχουμε μια ακριβή και πλήρη περιγραφή των υποχρεώσεων που πρέπει να ακολουθήσουμε για να εξασφαλίσουμε τη ποιότητα των υπηρεσιών των φαρμακοποιών προς τους πελάτες τους, από την υποδοχή του ασθενή μέχρι την έξοδό του από το φαρμακείο, από τη διάθεση των φαρμάκων μέχρι τη θεραπευτική φροντίδα και παρακολούθηση. Έχουμε πλέον γραπτή τη νέα βίβλο μας!»*.

Βέβαια όλες οι «οδηγίες» δεν είναι άμεσα εφαρμόσιμες, όπως αυτές που αφορούν τη «φαρμακευτική φροντίδα» που έχουν προσδιορισθεί για τον Ιανουάριο του 2010. Μια ημερομηνία που για την κυρία Anne Lecroart πέφτει συγχρονισμένα με την περίοδο που θα καθορισθεί και ένα νέο σύστημα ανταμοιβής του φαρμακοποιού για κάθε επί πλέον υπηρεσία προς τον ασθενή, εκτός από την απλή διανομή φαρμάκων.

ΣΟΥΗΔΙΑ
Αποκρατικοποίηση: Η επανάσταση στη Σουηδία

Τον περασμένο Μάιο το σουηδικό Κοινοβούλιο, με σκεπτικό το αυστηρά περιορισμένο ωράριο και το σχετικά μικρό αριθμό φαρμακείων στη χώρα, τα οποία as σημειωθεί λειτουργούν από το 1998 υπό κρατικό μονοπώλιο, ψήφισε μια αναδιάρθρωση της αγοράς για τα φαρμακεία που μεταβάλλει κάπως τα πράγματα. Ο Goran Hagglund, υπουργός Κοινωνικών Θεμάτων, γνωστοποίησε ότι από τα 1.000 περίπου κρατικά φαρμακεία Apoteket, θα μπορούσαν να πουληθούν τελικά σε αλυσίδες μόνο το 50%, ενώ από τα υπόλοιπα 50%, τα μισά θα παραμείνουν κρατικά και τα άλλα μισά σταδιακά θα περιέλθουν με συμβάσεις σε φαρμακοποιούς ανεξάρτητους που θα αναλάβουν το μάνατζμεντ και θα μπορούν να έχουν και μερίδια στο φαρμακείο, κερδίζοντας έτσι μεγαλύτερη αυτονομία. Είναι πλέον καιρός σύμφωνα με τον υπουργό να σταματήσει αυτό το κρατικό μονοπώλιο.

Η κυβέρνηση της Σουηδίας ελπίζει ότι με αυτές τις ενέργειες θα τραβήξει το ενδιαφέρον επενδυτών στη χώρα, όπως οι αλυσίδες φαρμακείων, που παράλληλα θα αυξήσουν και τον αριθμό των φαρμακείων για καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού. As σημειωθεί ότι εδώ και καιρό οι χονδρέμποροι Celecio, Phoenix και Alliance Boots κάνουν όνειρα να δραστηριοποιηθούν στην εξαγορά φαρμακείων στη Σουηδία και την ένταξή τους στα δίκτυα των ομωνύμων αλυσίδων τους.

Και μία δεύτερη αλλαγή: Ενώ σήμερα είναι αδύνατο στη Σουηδία να αγοράσεις έστω και μία ασπιρίνη σε σημείο εκτός από τα κρατικά φαρμακεία, το κράτος προβλέπει να επιτρέψει στα ΜΥΣΥΦΑ να πωλούνται από τον προσεχή Νοέμβριο και εκτός φαρμακείων. Σύμφωνα με την κυβέρνηση, αυτό είναι θετικό για την εξυπηρέτηση του κοινού σε καταστήματα με πιο ευέλικτο ωράριο και σε πιο οικονομικές τιμές λόγω ανταγωνισμού. Η αντιπολίτευση αντιτάχθηκε σε όλα αυτά, αλλά η κυβέρνηση έχει την πλειοψηφία στο κοινοβούλιο.

ΓΑΛΛΙΑ
Pharmagora 2009

«Το μέλλον φωτίζεται». Αυτό ήταν το σλόγκαν της 24ης φαρμακευτικής έκθεσης που έγινε στο Παρίσι στις αρχές Απριλίου, με ένα αισιόδοξο πνεύμα για το μέλλον του φαρμακείου στην Γαλλία. Ο νόμος HPST (Hopitaux Patients Sante Territoires) που επιτρέπει νέες αρμοδιότητες για το φαρμακοποιό, η θεραπευτική εκπαίδευση και παρακολούθηση του ασθενή, η οικονομία του φαρμακείου, η αναδιαμόρφωση του δικτύου των φαρμακείων και τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα, ήταν από τα κυρίαρχα θέματα που συζητήθηκαν και αναλύθηκαν στις 90 ενημερωτικές συναντήσεις και διαλέξεις που έλαβαν χώρα κατά το τριήμερο.

Ο στόχος; Να δοθούν στο σύγχρονο φαρμακοποιό τα εργαλεία «κλειδιά» για να αντεπεξέλθει στην υπάρχουσα οικονομική κρίση, βάσει μιας αποτελεσματικής και βιώσιμης στρατηγικής για το παρόν και το μέλλον του επαγγέλματος. Ο κ. Jean-Cristophe Goulemot, γενικός γραμματέας της Pharmagora, επισήμανε: *«Θα προσπαθήσουμε να σας παρέχουμε ένα παιδαγωγικό έργο και να σας παρουσιάσουμε τα πράγματα όσο ξεκάθαρα γίνεται, τόσο όσον αφορά τις αναλύσεις των θεμάτων, όσο και τα προτεινόμενα πεδία δράσης»*.

Βέβαια η Pharmagora είναι παράλληλα και μία έκθεση: 400 περίπου εκθέτες ήταν παρόντες και ήταν μια ευκαιρία για τους επισκέπτες όχι μόνο να δουν τις εταιρείες συνεργάτες τους αλλά και να ανακαλύψουν νέες υπηρεσίες και νέα προϊόντα. Εταιρείες εμπορικής αρχιτεκτονικής φαρμακείου, υπηρεσίες και υλικά merchandizing και μηχανοργάνωσης, νέες σειρές βιολογικών καλλυντικών , υπηρεσίες δικτύων φαρμακείων με δικές τους private label σειρές προϊόντων, ήταν κυρίως οι καινοτομίες.

Για να μάθετε περισσότερα επισκεφτείτε το www.pharmagora.com

Υγιή μαλλιά
Γερά νύχια
Λαμπερή επιδερμίδα

με το MERZ SPEZIAL DRAGEES

ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ που ΔΟΥΛΕΥΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ του ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Τα MERZ SPEZIAL DRAGEES ενισχύουν τις δυνάμεις ανάπλασης και ανανέωσης του οργανισμού.

Το σύμπλεγμα βιταμινών, ιχνοστοιχείων και βρεπτικών συστατικών που περιέχουν τα MERZ SPEZIAL DRAGEES δίνει στον οργανισμό την πολύτιμη «πρώτη ύλη» στην ιδανική αναλογία και ποσότητα, για υγιή, λαμπερά μαλλιά, συμπαγή και σκληρά νύχια, φωτεινή και ελαστική επιδερμίδα. Το σημαντικότερο: **τα αποτελέσματα είναι μακροχρόνια.**

Γραμμικό προϊόν

FarmaSyn SA
PHARMACEUTICALS

Παρασκευή:
Merz Pharmaceuticals
GmbH D-60318 Frankfurt

Αθήνα: Μονής Δαφνίου 6, 12133 Περιστέρι • Τηλ. 210 5777140 • Fax: 210 5788791 • e-mail: farmasyn@otenet.gr • www.farmasyn.gr
Γραφείο Β. Ελλάδας: Μακεδόνας & Αδριάνου 27, 56224 Σίνδος • Τηλ. 2310 703856 • Fax: 2310 703178 • e-mail: thess@farmasyn.gr

EAU THERMALE Avène

ΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΝΕ ΕΝΑ ΦΥΣΙΚΟ ΘΕ

Εισαγωγή

Περισσότερο από δυόμισυ αιώνες χωρίζουν τη χρονιά της δημιουργίας των πρώτων ιαματικών εγκαταστάσεων στην Avène από τη δημιουργία του πρώτου σπρέι του ιαματικού Νερού της.
Τίποτα δε θα μπορούσε να συμβολίσει καλύτερα το πέρασμα από την κλινική παρατήρηση στην τεχνογνωσία, από την παραδοσιακή και εμπειρική ιαματική θεραπεία και τη χρήση του νερού της πηγής στην εποχή της επιστημονικής λουτροθεραπείας και τη χρήση του ιαματικού Νερού της Avène σε σπρέι.
Είναι καταρχάς χάρη στην κλινική εξέταση του ασθενούς, πάντα στο επίκεντρο κάθε ιατρικής εξέλιξης, που μπορέσαμε να διαπιστώσουμε τις ευεργετικές δράσεις της ιαματικής θεραπείας της Avène στην εξέλιξη των διαφόρων δερματοπαθειών. Η ίδια η απόδειξη των φαρμακολογικών και βιολογικών δράσεων του ιαματικού Νερού της Avène ήρθε πολύ αργότερα με ένα πλήθος επιστημονικών εργασιών που επιβεβαιώνουν την αυθεντικότητα, τη μοναδικότητα και κυρίως τις θεραπευτικές ιδιότητες του ιαματικού Νερού της Avène. Παρόλα αυτά, η επιστημονική έρευνα απέχει πολύ από το τέλος της· η χρήση εξαιρετικών μέσων, στους κόλπους ενός νέου Εργαστηρίου του Νερού χτισμένο στο κέντρο της ιαματικής περιμέτρου, προμηνύει σημαντικές εξελίξεις στις γνώσεις μας για το «δραστικό αυτό ιαματικό στοιχείο» που ήξερε να διαφυλάττει ζηλότυπα το μυστήριό του μέχρι τις μέρες μας.

Λίγη ιστορία...

Κανείς δεν μπορεί να βεβαιώσει με ακρίβεια πότε ακριβώς στην ιστορία της ανθρωπότητας ξεκινά η χρήση των νερών των πηγών για την βελτίωση, αν όχι τη θεραπεία ενός σημαντικού αριθμού χρόνιων παθήσεων, τόσο στο πεδίο της ρευματολογίας, των αναπνευστικών παθήσεων και της φλεβολογίας όσο και στο πεδίο της δερματολογίας.
Παρόλα αυτά, μόνο από τον 18ο και κυρίως στο δεύτερο μισό του 19ου αιώνα θα δούμε να παίρνει μορφή μία ταξινόμηση των «μεταλλικών νερών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη ιατρική» βασισμένη σε αποφάσεις της Ιατρικής Ακαδημίας που λαμβάνονται έπειτα από τις κλινικές παρατηρήσεις που αναφέρθηκαν από τους γιατρούς των διαφόρων κέντρων, στηριγμένες σε φυσικο-χημικές εκτιμήσεις που προέρχονταν από τη μελέτη των ίδιων των φυσικών μεταλλικών νερών.
Ετσι, από το 1874, το ιαματικό Νερό της Avène χαρακτηρίζεται ως «ιατρικό Νερό».

Η σύσταση του ιαματικού Νερού της Avène

Κυλώντας αργά μέσα από τα πετρώματα της κοιλάδας του Ορμπ στη Ν.Δ. Γαλλία, το φυσικά καθαρό νερό εμπλουτίζεται σιγά-σιγά σε μέταλλα και ιχνοστοιχεία και μετά από μια φάση φιλτραρίσματος, που διαρκεί περίπου μισό αιώνα, αναβλύζει σε σταθερή θερμοκρασία 25,6ο C από το «γρύπα» της πηγής Sainte-Odile.
Η ιστορική αυτή πηγή βρίσκεται ακριβώς στο κέντρο των ιαματικών εγκαταστάσεων και εντυπωσιάζει με την αφθονία και τη σταθερότητα της ροής της, 70 m^3 την ώρα!
Βακτηριολογικά καθαρό, το ιαματικό Νερό της Avène συγκαταλέγεται στην ομάδα των ελαφρά μεταλλικών νερών και είναι πλούσιο σε μαλακτικές και καταπραϋντικές σιλικόνες, ασβέστιο και μαγνήσιο σε αναλογία που ισούται με 2, καθώς και σε πολυάριθμα ιχνοστοιχεία.
Η μοναδική και σταθερή αυτή σύστασή του το κάνουν ένα πραγματικό δραστικό συστατικό, ιδανική φροντίδα για όλα τα ευαίσθητα δέρματα.

Οι ιδιότητες του ιαματικού Νερού της Avène

Το ιαματικό Νερό της Avène έχει καταπραϋντικές, αντι-ερεθιστικές και αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες επιβεβαιωμένες σε πολυάριθμες κλινικές μελέτες : μειώνει την αντιδραστικότητα των κυττάρων που ενοχοποιούνται για δερματική υπερευαισθησία, βελτιώνει τις ιδιότητες της επιδερμίδας, προστατεύει το δέρμα ενισχύοντας τους αμυντικούς μηχανισμούς του.
Οι ιδιότητες αυτές διατηρούνται άθικτες μέσα στο σπρέι χάρη στη διαδικασία συσκευασίας του, μοναδική στον κόσμο.

Οι ενδείξεις του ιαματικού Νερού της Avène

Το ιαματικό Νερό της Avène έχει χρησιμοποιηθεί σε πολυάριθμες κλινικές μελέτες που απέδειξαν την αποτελεσματικότητά του :

Σε κοινές δερματολογικές παθήσεις :

- ατοπικό έκζεμα, έκζεμα εξ επαφής, ευρυαγγείες, σμηγματορροϊκή δερματίτιδα, κνησμός, άλλες φλεγμονώδεις δερματοπάθειες, εγκαύματα, σε συνδυασμό με τις ερεθιστικές φαρμακευτικές αγωγές (ακμή)...
  ► για μείωση της φλεγμονής και καταπράυνση του κνησμού, του αισθήματος καύσου και των "τσιμπημάτων".

Σε δερματολογικές παρεμβάσεις ή πλαστικές επεμβάσεις:

- μικροεπεμβάσεις δέρματος (αφαίρεση δέρματος/συρραφή), επιφανειακή ηλεκτροπηξία (ευρυαγγείες), ηλεκτρική αποτρίχωση, peeling και lasers, εμφυτεύματα μαλλιών, lifting, βλεφαροπλαστική...
  ► για τον καθαρισμό του δέρματος, τη μείωση της φλεγμονής και των μικροενοχλήσεων καθώς και την επιτάχυνση της επούλωσης.

ΡΟ ΤΗΣ AVÈNE, ΡΑΠΕΥΤΙΚΟ ΝΕΡΟ

Οι ιαματικές εγκαταστάσεις του ευαίσθητου δέρματος

Επιπλέον, σε καθημερινή βάση, το ιαματικό Νερό της Avène είναι η απαραίτητη κίνηση για όλα τα ευαίσθητα δέρματα :

- ένας ψεκασμός κάθε πρωί ξυπνά το πρόσωπο απαλά, χαρίζοντας του λάμψη και δροσιά,
- κατά τη διάρκεια της ημέρας, όταν κάνει ζέστη, όταν η κούραση αρχίζει να αφήνει τα σημάδια της στο πρόσωπο ή απλά κάθε φορά που το δέρμα νιώθει την ανάγκη, ένας ψεκασμός με ιαματικό Νερό της Avène είναι ένα πραγματικό "μπάνιο" απαλότητας και δροσιάς,
- μετά την έκθεση στον ήλιο, μετά την αποτρίχωση ή το ξύρισμα το ιαματικό Νερό της Avène καταπραΰνει τις κοκκινίλες και ανακουφίζει από το αίσθημα φλόγωσης,
- σταθεροποιεί το μακιγιάζ, τελειοποιεί το ντεμακιγιάζ και προετοιμάζει το δέρμα για να δεχθεί τα προϊόντα περιποίησης,
- για τα μωρά και το εύθραυστο και ευαίσθητο δέρμα τους καθώς και τα ηλικιωμένα άτομα που εμφανίζουν ξηρότητα και φαγούρα, ένας ψεκασμός με ιαματικό Νερό της Avène είναι η απαραίτητη κίνηση, χειμώνα - καλοκαίρι.

Το σπρέι του ιαματικού Νερού της Avène

Το σπρέι του ιαματικού Νερού της Avène : ***ειδική συσκευασία για χρήση εκτός των ιαματικών εγκαταστάσεων.***

Η χρήση του ιαματικού Νερού της Avène εκτός των ιαματικών εγκαταστάσεων προϋποθέτει το νερό που περιέχεται μέσα στο spray να είναι το φυσικό ιαματικό Νερό της πηγής και να διατηρεί τις φυσικοχημικές ιδιότητές του καθώς και την εγγυημένη απουσία κάθε είδους μόλυνσης κατά τη συσκευασία του.

Στην πράξη αυτό επιτυγχάνεται :

- με ένα σύστημα σωληνώσεων που συνδέει την πηγή απευθείας με το εργοστάσιο και τη συνεχή κυκλοφορία του ιαματικού Νερού μέσα στο σύστημα αυτό,
- με τη συσκευασία του ιαματικού Νερού της πηγής σε spray μακριά από το φως, σε στείρο περιβάλλον και τέλος,
- με τους συνεχείς βακτηριολογικούς ελέγχους και ελέγχους ποιότητας σύμφωνα με τις αυστηρές προδιαγραφές που χρησιμοποιούνται για τα φαρμακευτικά προϊόντα.

Αν το ιαματικό Νερό της Avène μπορούσε να μιλήσει ...

Σε συγκριτική μελέτη* τεσσάρων ιαματικών νερών με δερματολογικές ενδείξεις, αλλά με διαφορετική περιεκτικότητα σε μέταλλα (το ιαματικό Νερό της Avène έχει τη μικρότερη περιεκτικότητα σε μέταλλα : 0,25 g/l), μελετήθηκαν οι ακόλουθες παράμετροι:

- ταχύτητα εξαφάνισης του νερού στο δέρμα,
- απαλότητα, ελαστικότητα και άνεση.

Αποτελέσματα

Αίσθημα δροσιάς

Το αίσθημα δροσιάς ήταν το ίδιο για όλα τα νερά, ανεξαρτήτως περιεκτικότητας μετάλλων.

Ταχύτητα εξαφάνισης των νερών στο δέρμα :

Το ιαματικό Νερό της Avène, που έχει και τη μικρότερη περιεκτικότητα σε μέταλλα, εξαφανίζεται πιο αργά από τα νερά που έχουν μεγάλη περιεκτικότητα σε μέταλλα.

Ελαστικότητα και απαλότητα

Αυξήθηκαν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό μόνο με το νερό με τη μικρότερη περιεκτικότητα σε μέταλλα, συγκριτικά με τα νερά που έχουν μεγάλη περιεκτικότητα σε μέταλλα.

Αίσθημα άνεσης

Αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με το χρόνο, με το νερό με τη μικρότερη περιεκτικότητα σε μέταλλα, συγκριτικά με τα νερά που είχαν μεγάλη περιεκτικότητα μετάλλων.

Συμπέρασμα

Το σύνολο των παραπάνω αποτελεσμάτων δείχνει ότι τα ιαματικά νερά με διαφορετικές περιεκτικότητες μετάλλων προκαλούν διαφορετική αίσθηση στο δέρμα. Η αίσθηση απαλότητας και ελαστικότητας εξαρτάται από τη συγκέντρωση των περιεχομένων μετάλλων.

* Sensory analysis of four medical spa spring waters containing various mineral concentratios. Irene Bacle et al. Investigational Journal of Dermatology, 1999, 38, 784-786.

Συμπληρώματα Διατροφής και υγεία

Προσεγγίσαμε τον κύριο **Κώστα Κωτσιόπουλο**, ιδρυτή και Γενικό Διευθυντή της ISO-PLUS AE, για να μας μεταβιβάσει τη γνώση και την εμπειρία του από αυτή την αγορά, μετά από 23 χρόνια στο χώρο αυτής της τόσο αναπτυσσόμενης κατηγορίας, ιδιαίτερα τα τελευταία 4-5 χρόνια.

PHARMACY MANAGEMENT Η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής πώς συμπεριφέρεται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και στην Ευρώπη;

ΚΩΣΤΑΣ ΚΩΤΣΙΟΠΟΥΛΟΣ Στην Ελλάδα η αγορά αυτή παρουσιάζει άνοδο τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα μετά το 2004. Το 2006, ο τομέας της κατηγορίας που σχετίζεται με τα συμπληρώματα ξεπέρασε τα 52 δισ. δολάρια παγκοσμίως, με τη Δυτική Ευρώπη να έχει το 14,4% των πωλήσεων, ενώ για το 2009 προβλέπεται ενθαρρυντική άνοδος, παρά την κρίση που παρατηρείται στις παγκόσμιες αγορές.

Η Ιταλία και η Γερμανία έχουν τις μεγαλύτερες πωλήσεις σε Nutraceuticals στη Δυτική Ευρώπη, με τη Μ. Βρετανία και τη Γαλλία να ακολουθούν. Παράλληλα, η βελτίωση της ρυθμιστικής νομοθεσίας σε επίπεδο ΕΕ συμβάλλει επίσης στην αύξηση των πωλήσεων, αλλά και στην παροχή πιο ασφαλών προϊόντων στους καταναλωτές.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων καταλαμβάνουν οι βιταμίνες Β και C, τα Βασικά Λιπαρά Οξέα και τα βοηθήματα πέψης και ελέγχου βάρους. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα, κρίνοντας από τις πωλήσεις της Solgar, η οποία αποτελεί και την κορυφαία εταιρία φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής παγκοσμίως, με παρουσία σε 50 χώρες και με 457 προϊόντα, παρατηρούμε εκτός από τα παραπάνω, αύξηση και στα μέταλλα και στα φυτικά σκευάσματα.

P.M. Γιατί πιστεύετε ότι ο κόσμος στρέφεται όλο και περισσότερο στα συμπληρώματα διατροφής; Πού οφείλεται αυτή η τάση;

Κ.Κ. Τα τελευταία χρόνια, με έμφαση στην τελευταία 5ετία, ο κόσμος δείχνει να αναζητά πιο φυσικές λύσεις στα καθημερινά προβλήματα υγείας που τον απασχολούν. Τα διάφορα δημοσιεύματα και οι έρευνες σχετικά με τις παρενέργειες αρκετών φαρμάκων, συνάδουν σε αυτό. Επιπλέον, η καλύτερη ενημέρωση των καταναλωτών αλλά και των φορέων υγείας, ιατρών και φαρμακοποιών, γύρω από τις εναλλακτικές θεραπείες και τη χρήση συμπληρωμάτων, όπως επίσης και η έρευνα και ανάπτυξη των θεραπειών στο τομέα αυτό, συμβάλλουν

στην άνοδο των συμπληρωμάτων διατροφής και ιδιαίτερα των φυσικών, στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

P.M. Ποιο είναι σε γενικές γραμμές το προφίλ των καταναλωτών που αναζητούν λύσεις στα συμπληρώματα διατροφής;

K.K. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει παραπάνω από ένα προφίλ καταναλωτή, αφού το εύρος της αγοράς είναι ιδιαίτερα μεγάλο. Υπάρχουν καταναλωτές που θα αγοράσουν ένα προϊόν ευκαιριακά και με συγκεκριμένο στόχο – όπως τα προϊόντα για τα μαλλιά, κάποια πολυβιταμίνη για αύξηση ενέργειας, ένα συμπλήρωμα που μπορεί να βοηθήσει στη διατήρηση του σωματικού βάρους κ.λπ. Παράλληλα, μεγάλο μερίδιο της αγοράς αποτελούν και οι καταναλωτές που θα χρησιμοποιήσουν κάποιο συμπλήρωμα μετά από την παραίνεση του γιατρού ή του φαρμακοποιού τους.

Ωστόσο όμως στην πλειονότητα του, το καταναλωτικό κοινό που αναζητά συστηματικά λύσεις στα φυσικά συμπληρώματα διατροφής συγκεκριμένα, είναι ένα κοινό ενημερωμένο σχετικά με τα οφέλη των συμπληρωμάτων διατροφής στη διατήρηση της καλής υγείας του οργανισμού του, με οικολογική συνείδηση, που δίνει έμφαση στην πρόληψη, ασκείται, φροντίζει τη διατροφή του επιλέγοντας βιολογικά και φυσικά προϊόντα και μεριμνά για τη σωματική και πνευματική ευεξία του.

> *Το κοινό που αναζητά λύσεις στα φυσικά συμπληρώματα διατροφής, είναι ενημερωμένο για τα οφέλη τους στη διατήρηση της καλής υγείας, δίνει έμφαση στην πρόληψη, ασκείται και φροντίζει τη διατροφή του.*

P.M. ...και ο φαρμακοποιός πώς πρέπει να ενεργήσει και να διαφοροποιηθεί από τα άλλα κανάλια διανομής και να αναδείξει τη διαφορετικότητα των συμπληρωμάτων διατροφής που πωλούνται στο φαρμακείο από τα άλλα;

K.K. Ο φαρμακοποιός πρέπει πρωτίστως να είναι πλήρως ενημερωμένος σχετικά με τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής και ειδικά γι' αυτά που διαθέτει μέσα από το φαρμακείο του. Είναι απαραίτητο να γνωρίζει τις εταιρείες, τις κατηγορίες των προϊόντων που διαθέτουν, τα βασικά χαρακτηριστικά τους, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τους αναφορικά με τις πρώτες ύλες που χρησιμοποιούν, την συσκευασία τους, την επιστημονική τους κατάρτιση, την εξυπηρέτηση και υποστήριξη που παρέχουν στους φαρμακοποιούς-πελάτες τους.

Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να επισημάνω ότι στην ISO-PLUS είμαστε περήφανοι τόσο για τη φυσική προέλευση των προϊόντων που διαθέτουμε στην αγορά όσο και για την οικολογική πολιτική των εταιρειών που αντιπροσωπεύουμε.

Παράλληλα, θα ήθελα να τονίσω ότι έχουμε τη χαρά να φιλοξενούμε σε τακτά χρονικά διαστήματα ομάδες φαρμακοποιών στους χώρους της εταιρείας μας, όπου το άρτια καταρτισμένο προσωπικό μας, παραδίδει επιστημονικά σεμινάρια γύρω από μία ευρεία γκάμα θεμάτων που αφορούν στη χρήση και κατανάλωση των φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής για πρόληψη, αλλά και για την αντιμετώπιση των καθημερινών προβλημάτων υγείας, τα οποία ταλαιπωρούν τους καταναλωτές που φθάνουν στον πάγκο του φαρμακοποιού.

Ο φαρμακοποιός πρέπει επομένως, εάν θέλει να είναι ενημερωμένος, να επωφελείται τέτοιων σεμιναρίων και ενημερωτικών διαλέξεων, προκειμένου να αποκομίσει τις βασικές αλλά και τις πιο εξειδικευμένες γνώσεις στον τομέα της διατροφικής επιστήμης. Με τον τρόπο αυτό θα μπορεί να παρέχει στον πελάτη του τη σωστή συμβουλή υγείας με τις κατάλληλες εναλλακτικές λύσεις που διαθέτει, ανάλογα με το πρόβλημα που αντιμετωπίζει, καθώς επίσης και να τον ενημερώσει εμπεριστατωμένα σχετικά με τη δράση και την επιλογή συμπληρωμάτων διατροφής.

Επιπλέον, η ISO-PLUS έχει τη δυνατότητα να προσφέρει εκπαίδευση και συμβουλές σχετικά με τις κατάλληλες τεχνικές πωλήσεων της εδικής αυτής αγοράς από το εξειδικευμένο τμήμα πωλήσεων που διαθέτει.

P.M. Ειλικρινά πείτε μας ποια είναι τα κλειδιά επικοινωνίας για να στραφεί ο καταναλωτής στα συμπληρώματα διατροφής του φαρμακείου;

K.K. Ο καταναλωτής επωφελείται από την αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής μέσω του φαρμακείου, καθώς εξασφαλίζει την τεχνική και επιστημονική γνώση που μπορεί να του προσφέρει ο φαρμακοποιός και η ομάδα του. Κρίνεται σκόπιμο όμως να δίνονται και τα απαραίτητα κίνητρα αγοράς στον καταναλωτή. Με αυτό εννοώ ότι θα πρέπει όχι μόνο να μπορεί να εντοπίσει το προϊόν για το οποίο ενδιαφέρεται με ευκολία, αλλά και να ενδιαφερθεί για μία κατηγορία προϊόντων που μέχρι

πρότινος δεν γνώριζε, όπως πολλές φορές συμβαίνει με τα συμπληρώματα διατροφής. Είναι στο χέρι του φαρμακοποιού να ενισχύσει το κύρος και τη σημασία των προϊόντων του κλάδου μας, δίνοντας τους το χώρο, την κατάλληλη σήμανση και τις απαραίτητες επεξηγήσεις και ενημέρωση για να εξασφαλίσει την επιτυχημένη τους προβολή, η οποία τελικά θα οδηγήσει στην αύξηση των αυθόρμητων αγορών. Σημαντικά εργαλεία ενημέρωσης και πώλησης αποτελούν τόσο τα παραδοσιακά μέσα προβολής όπως οι πανκάρτες, οι βιτρίνες, τα σταντ και τα ενημερωτικά φυλλάδια, όσο και η προβολή ψηφιακών μηνυμάτων μέσα από τις οθόνες των φαρμακείων. Η ISO-PLUS χρησιμοποιεί τα παραπάνω εργαλεία, προκειμένου να ενισχύσει τις πωλήσεις των brands τα οποία αντιπροσωπεύει στο χώρο του φαρμακείου. Θα πρέπει όμως και ο φαρμακοποιός να είναι δεκτικός σε νέες δημιουργικές και έξυπνες προτάσεις, ενώ παράλληλα οφείλει να κρατά και μία ισορροπία αναφορικά με το πλήθος των μηνυμάτων τα οποία προβάλλει στους πελάτες του, έτσι ώστε να διατηρείται η αποτελεσματικότητά τους αλλά και η καλαισθησία του χώρου.

Ρ.Μ. Τα προϊόντα της εταιρείας σας ποια θέση κατέχουν στην αγορά στην Ελλάδα και ποια είναι τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα;

Κ.Κ. 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.

Επίκεντρο της στρατηγικής μας αποτελεί η επίτευξη της μέγιστης ικανοποίησης των πελατών και καταναλωτών μας. Γι' αυτόν το λόγο φροντίζουμε να ανταποκρινόμαστε άμεσα, ουσιαστικά και αποτελεσματικά στις ανάγκες τους, αναπτύσσουμε πραγματικές σχέσεις μαζί τους, αντιμετωπίζοντας τον καθένα με σεβασμό στη μοναδικότητά του. Αυτό θεωρώ ότι αποτελεί το σημαντικότερο από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της ISO-PLUS AE.

Παράλληλα, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα αποτελούν τα ίδια τα σήματα/εταιρείες τις οποίες και αντιπροσωπεύουμε στην ελληνική αγορά: Solgar, Ransom, Ainsworths, Lyme Regis, τις οποίες και προτείνουμε φυσικά στο ελληνικό αγοραστικό κοινό.

Ρ.Μ. Πού οφείλεται η επιτυχία των συμπληρωμάτων διατροφής της Solgar στην Ελλάδα;

Κ.Κ. Η επιτυχία των προϊόντων Solgar στην Ελλάδα οφείλεται καταρχάς στην ποιότητα των προϊόντων της, στην αποτελεσματικότητα που εξασφαλίζουν, στην εξειδίκευση και στην καινοτομία τους, αλλά και στην άριστη επιστημονική κατάρτιση και εμπορική υποστήριξη που παρέχει το προσωπικό της ISO-PLUS. Πέρα από τα παραπάνω πολύ σημαντικά στοιχεία όμως για την επιτυχία ενός σήματος, αυτό που κάνει πραγματικά μοναδική τη Solgar και τόσο αφοσιωμένους τους καταναλωτές της, είναι ότι έχει αποδείξει μέσα από την 62χρονη πορεία της ότι κάθε μπουκάλι που φτάνει στα χέρια του καταναλωτή εμπεριέχει όλη τη γνώση και τη φροντίδα, την αγάπη με την οποία η Solgar συνεχίζει να πιστεύει στο «καλό» της υγείας των ανθρώπων, προσφέροντας σήμερα περισσότερα από 450 προϊόντα από φυσικές καθαρές πήγες, σε 50 χώρες σε όλο τον κόσμο. Αυτό το μοναδικό της χαρακτηριστικό ενστερνιστήκαμε στην ISO-PLUS και με επιτυχία το επικοινωνήσαμε και στην ελληνική αγορά. Το γυάλινο κλασσικό πλέον και όμως τόσο επίκαιρο οικολογικό μπουκάλι με τη χρυσή ετικέτα, είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τη γνώση και την πρωτοποριακή έρευνα πάνω στον τομέα της διατροφής, της υψηλής ποιότητας από φυσικές πρώτες ύλες, τις αυστηρότερες προδιαγραφές παρασκευής, αποθήκευσης και διανομής και την βιοδιαθεσιμότητα/αποτελεσματικότητα των προϊόντων της.

Ρ.Μ. Είστε αισιόδοξος για το μέλλον αυτής της κατηγορίας;

Κ.Κ. Η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής, των Nutraceuticals γενικότερα, είναι ένας τομέας του εμπορίου που αναπτύσσεται συνεχώς. Παράλληλα με τη ανάπτυξη και την έρευνα, αναδιαμορφώνονται και αυξάνονται και οι ανάγκες των καταναλωτών.

Επιπλέον, όλο και περισσότεροι φαρμακοποιοί, γιατροί και καταναλωτές ενημερώνονται και εκπαιδεύονται μέσα από επιμορφωτικά άρθρα και σεμινάρια, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το διαδίκτυο, για τα οφέλη των φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής. Αποκτούν έτσι τις γνώσεις για να μπορούν να κρίνουν και να επιλέξουν καλύτερα τις λύσεις που τους προσφέρονται μέσα από την αγορά της υγείας. Όλο και περισσότεροι στρέφονται πλέον σε φυσικές προτάσεις που θα τους βοηθήσουν να αντιμετωπίσουν τις διάφορες διατροφικές τους ελλείψεις και τις καταστάσεις υγείας που μπορεί να απορρέουν από αυτές, καθώς ζούμε σε ένα περιβάλλον που υποβαθμίζεται διαρκώς. Η επιστροφή στα βασικά, στις κλασσικές αξίες και στη φύση είναι η μεγαλύτερη τάση τα τελευταία χρόνια. Αυτή η τάση σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ανάγκη στήριξης του ανθρώπινου οργανισμού για να μπορέσει να αντεπεξέλθει στις προκλήσεις της σύγχρονης ζωής, με κάνουν να πιστεύω ότι τα φυσικά συμπληρώματα διατροφής θα γίνονται όλο και πιο απαραίτητα στον μέσο καταναλωτή όσο περνά ο καιρός. ■

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Γεώργιος Κωτσιόπουλος απόφοιτος των ΤΕΙ Μηχανολόγων Μηχανικών Θεσσαλονίκης ίδρυσε το 1986 την ISO-PLUS με συνεργασίες στο χώρο των συμπληρωμάτων διατροφής.
Το 1992 ξεκινά τη συνεργασία με την Solgar, η οποία και αποτελεί τον πυρήνα των δραστηριοτήτων της εταιρείας του μέχρι σήμερα. Το 1999 αναλαμβάνει και τα προϊόντα της Optima Health & Nutrition.
Έχει παρακολουθήσει και συμμετάσχει σε ποικίλα εκπαιδευτικά σεμινάρια σχετικά με το ρόλο της διατροφής και των συμπληρωμάτων στην πρόληψη και θεραπεία ασθενειών και είναι κάτοχος των διπλωμάτων Gold Training Course της Solgar.

1970
1990
1990
ΓΥΡΙΣΤΕ ΣΤΑ ΠΑΛΙΑ ΣΑΣ ΚΙΛΑ.
ΦΥΣΙΚΟ ΛΙΠΟΔΙΑΛΥΤΙΚΟ
SOLGAR LIPOTROPIC FACTORS
ΒΡΕΙΤΕ ΞΑΝΑ ΤΟΝ ΠΙΟ ΑΔΥΝΑΤΟ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ
SOLGAR
ISO-PLUS
LIPOTROPIC FACTORS
50 TABLETS
ΑΘΗΝΑ: ΤΗΛ.: 210 9579 707, FAX: 210 9572 169, ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: ΤΗΛ.: 2310 526 522
e-mail: info@iso-plus.gr, www.iso-plus.gr

Μικρό αλλά «θαυματουργό»!

Εγκάρδια υποδοχή, καλή διάθεση και ανθρώπινη προσέγγιση: Αυτά είναι τα στοιχεία του κοκτέιλ που «σερβίρεται» στο φαρμακείο της Μαρίας Μυρωνίδου στην Καλαμαριά Θεσσαλονίκης. Το στοίχημα για την ποιότητα υπηρεσιών προς τον ασθενή πελάτη το έχουν κερδίσει!

Το φαρμακείο ξεκίνησε και εξακολουθεί να είναι συνοικιακό, στην οδό Μαρμαρά 44 στην Καλαμαριά, αφού στην περιοχή δεν λειτουργούν πολλά καταστήματα και κυρίως δεν λειτουργούν κέντρα συνταγογράφησης ή ιδιωτικά ιατρεία. Λιγοστός ο περαστικός κόσμος από το δρόμο, κυρίως νοικοκυρές και μικροεπαγγελματίες της περιοχής .

Η φαρμακοποιός κυρία Μαρία Μυρωνίδου, νέα, πρόσχαρη, πάντα με το χαμόγελο και με πολύ χιούμορ, μας εξομολογείται:

«Αν και η Φαρμακευτική δεν ήταν η πρώτη μου επιλογή, μετά την ολοκλήρωση των σπουδών μου στο τμήμα Βιολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών, αντιλήφθηκα ότι θα ταίριαζε πολύ στο χαρακτήρα μου να ασχοληθώ μ' ένα επάγγελμα ανθρωποκεντρικό, όπως αυτό του φαρμακοποιού. Έτσι μετά τις σπουδές μου στη Φαρμακευτική Σχολή Θεσσαλονίκης, άνοιξα το φαρμακείο μου το 1996 στην Καλαμαριά, που είναι και ο τόπος καταγωγής μου και από σύμπτωση σε πολύ κοντινή απόσταση από το πατρικό μου σπίτι.

Ο χώρος που μας φιλοξενεί είναι μικρός, γύρω στα 55 τ.μ., αφού δεν υπήρχε άλλη διαθέσιμη θέση για να ανοίξει κάποιος εδώ κοντά φαρμακείο. Ωστόσο, από την αρχή της λειτουργίας του το φαρμακείο οργανώθηκε σωστά και με κατάλληλη αρχιτεκτονική διάταξη του χώρου πωλήσεων, ώστε να μας επιτρέπει εκτός από την εκτέλεση των συνταγών, την πώληση προϊόντων ομορφιάς, συμπληρωμάτων διατροφής, ειδών βρεφοανάπτυξης, ορθοπεδικών, οδοντιατρικών, οπτικών πρεσβυωπίας, προϊόντων φυτοθεραπείας και ομοιοπαθητικών. Στο πίσω μέρος του φαρμακείου υπάρχουν η αποθήκη, το εργαστήριο και ένα πολύ μικρό γραφείο.

Οι πελάτες μου ήταν στην αρχή, όπως σε όλα τα φαρμακεία, άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας, συνταξιούχοι, μητέρες με μικρά παιδιά, κοινό από τη γειτονιά. Σε πολύ σύντομο όμως χρονικό διάστημα, η επάρκεια, η μεγάλη ποικιλία προϊόντων σε συνδυασμό με την υψηλή παροχή συμβουλών υγείας και το πραγματικό ενδιαφέρον για τον πελάτη, μας έδωσε τη δυνατότητα να προσελκύσουμε πελάτες και από άλλες περιοχές, κυρίως πολλές νέες γυναίκες αλλά και περαστικούς που εξυπηρετήθηκαν σωστά και άρχισαν να μας προτιμούν. Έτσι κτίσαμε μια πιστή και σχεδόν μόνιμη πελατεία».

ΜΙΑ ΜΙΚΡΗ ΟΜΑΔΑ ΑΛΛΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ

Σήμερα στο φαρμακείο εργάζονται η φαρμακοποιός και η βοηθός της, Βάσω Ξέρα και οι δύο τους μαζί μοιράζονται τις αρμοδιότητες της επιχείρησης. Κάθε εβδομάδα σχεδόν έχουν τη βοήθεια μιας αισθητικού από τις γνωστές εταιρείες του χώρου για προώθηση των προϊόντων της.

«Με τη Βάσω είμαστε μαζί εδώ και έξι χρόνια» συνεχίζει η φαρμακοποιός «και θέλω να πιστεύω ότι αποτελούμε αυτό που ονομάζουν "καλή ομάδα". Έπρεπε από την αρχή να καταγράψουμε τις ανάγκες της επιχείρησης, να καθορίσουμε τους στόχους σε συνάρτηση με το περιβάλλον μας και να συνθέσουμε μαζί μία μέθοδο εργασίας αποτελεσματική, στηριζόμενες σε ένα αμοιβαίο κλίμα εμπιστοσύνης. Στο χώρο μας βέβαια δεν υπάρχει αυστηρός καταμερισμός αρμοδιοτήτων. Η Βάσω διεκπεραιώνει μεθοδικά υποστηρικτικές εργασίες, ανταποκρίνεται όμως με επιτυχία και στις πωλήσεις καλλυντικών ή άλλων προϊόντων. Από τις πρώτες ακόμη μέρες της παρουσίας της στο φαρμακείο αντιλήφθηκε ότι η φιλική συμπεριφορά και η ανθρώπινη προσέγγιση προς τον πελάτη, είναι οι βασικές αρχές λειτουργίας του φαρμακείου μας και έτσι τις εφαρμόζει με σεβασμό. Πολλές φορές μάλιστα θεωρώ ότι εξισορροπεί το δικό μου δυναμικό και "εκρηκτικό χαρακτήρα". Παράλληλα, επειδή πιστεύω στην "διά βίου εκπαίδευση", τόσο η Βάσω όσο και εγώ, παρακολουθούμε συστηματικά σεμινάρια για φάρμακα και άλλα προϊόντα ή σεμινάρια τεχνικών πωλήσεων και επικοινωνίας πελάτη. Για όλα αυτά βέβαια φροντίζω να υπάρχει η ανάλογη επιβράβευση για εκείνη. Πιστεύω ότι έχουμε κερδίσει το στοίχημα και μοιραζόμαστε ένα κοινό όραμα, προχωρώντας μαζί στην ίδια κατεύθυνση, παρόλο που συνεχώς χρειάζεται προσαρμογή στις εξελίξεις της αγοράς και σε αυτές των πελατών μας».

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

«Ο μικρός μας χώρος, επιβάλλει μία αυστηρή επιλογή παραφαρμακευτικών προϊόντων. Έτσι ακολουθούμε πολιτική αγορών από λίγους, αλλά για μας αξιόπιστους προμηθευτές και επιλέγουμε προϊόντα που εμπιστευόμαστε και όχι απαραίτητα σύμφωνα με τις προσταγές των διαφημίσεων. Παράλληλα παρακολουθούμε τις κατά εποχή διαφημίσεις για να είμαστε προετοιμασμένες στο τι μπορεί να ζητηθεί. Προσπαθούμε να αξιολογούμε το "sell out" των προϊόντων μας, ώστε να ανταποκρινόμαστε στη ζήτηση της πελατείας μας ή να επαναπροσδιορίσουμε τυχόν ανεπιτυχείς αγορές μας. Φροντίζουμε τα ράφια μας να είναι επιμελημένα και να ανεφοδιάζονται άμεσα, ώστε να υπάρχει πάντα επάρκεια προϊόντων και να μην υπάρχει στο ράφι κανένα προϊόν ακατάλληλο προς πώληση.

Ανάλογα με την εποχή και τις ανάγκες της, φροντίζουμε να επικοινωνούμε στους πελάτες μας την προσφορά των αντίστοιχων προϊόντων, συνήθως με μηνύματα αναρτημένα στο χώρο μας, που εμείς αυτοσχέδια φτιάχνουμε. Επίσης, στα "ζεστά" σημεία του φαρμακείου, φροντίζουμε να υπάρχουν ελκυστικές προβολές των εποχιακών προϊό-

[Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΥΓΕΙΑΣ]

Το δυνατό σημείο

Η επιτυχία του φαρμακείου έχει προκύψει καθαρά από αυτή τη μικρή ανθρώπινη ομάδα. Κανένας, ακόμη και αυτός που θα μπει για πρώτη φορά στο φαρμακείο, δεν πρόκειται να τύχει απρόσωπης εξυπηρέτησης. Η φιλική συμπεριφορά, η ανθρώπινη προσέγγιση σε κάθε πρόβλημα, η ποιότητα των επιστημονικών συμβουλών σε θέματα υγείας αλλά και ευεξίας - ομορφιάς, κερδίζουν καθημερινά την εμπιστοσύνη των πελατών του και κτίζουν την μακρόχρονη σχέση φαρμακείου - πελάτη. Θα τολμούσαμε να πούμε ότι στο φαρμακείο αυτό δεν έρχονται μόνο για να αγοράσουν προϊόντα, αλλά κυρίως για να βρουν λύση σε κάποιο πρόβλημα που τους απασχολεί.

«Ο καθένας με την ιστορία του» θα 'λεγε κανείς!

«Δεν είναι λίγες οι φορές» μας λέει η κυρία Μυρωνίδου, *«που ενώ έχουν αγοράσει κάποιο προϊόν από άλλο φαρμακείο σε εφημερία ή και από κατάστημα άλλου χώρου, θα καταφύγουν σ' εμάς για να πάρουν συμβουλές σχετικά με τη σωστή χρήση του, τις προφυλάξεις που πρέπει να πάρουν, τις τυχόν παρενέργειες κ.λπ. Προσπαθώ να δουλεύω τον περισσότερο καιρό μπροστά από τον πάγκο για τα φάρμακα, αλλά ακόμη και αυτοί που δεν θα εξυπηρετηθούν από μένα, με περιμένουν για την επιβεβαίωση ή συμπλήρωση των προτάσεων της υπαλλήλου ή της αισθητικού. Θα μπορούσα να ισχυρισθώ ότι πολλοί με θεωρούν χωρίς υπερβολή τον προσωπικό τους σύμβουλο σε θέματα υγείας και ομορφιάς. Αντλώ χαρά από την επικοινωνία με τους πελάτες μου! Έχω εξασκηθεί να θυμάμαι τα ονόματά τους και το ιστορικό τους. Όλα αυτά βέβαια κερδήθηκαν όχι μόνο με το χαμόγελο και την ευχάριστη ανθρώπινη προσέγγιση, αλλά και με μια βαθειά και σοβαρή επιστημονική γνώση στις βασικές αρχές του επαγγέλματός μας, σε θέματα πρόληψης υγείας και σωστής λήψης των φαρμάκων».*

ντων, ομαδοποιημένων κατά κατηγορίες, π.χ. αντηλιακά, συμπληρώματα διατροφής, για αδυνάτισμα κ.λπ.

Παράλληλα, προβάλλουμε τις προσφορές και τις εκπτώσεις στις τιμές, που συνήθως, όπως μας παρέχονται από τις εταιρείες, αποδίδονται στους πελάτες μας. Είναι πολύ σημαντικό να έχουμε κατά καιρούς μια ελκυστική πολιτική τιμών στα παραφάρμακα για να τραβήξουμε πελατεία όχι μόνο από άλλα κανάλια διανομής αλλά και από τα άλλα φαρμακεία της περιοχής. Όλα αυτά βέβαια προϋποθέτουν από εμάς γνώση των εκάστοτε προϊόντων, για να ανταποκριθούμε στην κατάλληλη επικοινωνία με τον πελάτη. Φροντίζουμε ιδιαίτερα την κάθε αγορά, ακόμη και αυτήν από επώνυμη ζήτηση του πελάτη, να τη συνοδεύει πάντα μια αξιόπιστη συμβουλή. Έτσι κτίζουμε καθημερινά τη σχέση εμπιστοσύνης του φαρμακείου μας με τους πελάτες μας».

Η προοπτική να ενταχθεί το φαρμακείο σε ένα δίκτυο ίσως να φαίνεται μακρινή ακόμη. Συγκεκριμένα, αν και έχει έλθει σε επαφή με κάποιες από τις επιχειρήσεις συνένωσης φαρμακείων, η θέση της φαρμακοποιού είναι: *«Οπωσδήποτε οι εταιρείες αυτές παρέχουν υπηρεσίες που μπορούν να μας βοηθήσουν να οργανώσουμε καλύτερα το χώρο, το χρόνο και τον τρόπο δουλειάς μας. Ίσως λίγο αργότερα να χρειαστούμε τις υπηρεσίες τους, καθώς πιθανόν να πρέπει στο μέλλον να ανταγωνιστούμε τυχόν ξένες αλυσίδες που θα έρθουν στην Ελλάδα».*

ΕΝΑ ΜΙΚΡΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ...

Για το φαρμακείο της κυρίας Μυρωνίδου το μεγάλο πρόβλημα που αποτελεί και τροχοπέδη στην ανάπτυξη της επιχείρησης είναι ο μικρός χώρος. Έτσι τα ράφια είναι συχνά υπερφορτωμένα στο χώρο του φαρμακοπωλείου, ο πελάτης δεν κινείται με μεγάλη άνεση και φυσικά όλα τα προϊόντα δεν προβάλλονται σωστά. Αλλά κυρίως δυσκολεύονται να προσφέρουν άνετα στους πελάτες τους περισσότερη φαρμακευτική φροντίδα σε έναν ιδιαίτερο χώρο που αυτή τη στιγμή λείπει. Έτσι με σχέδια για άμεση αλλαγή χώρου, η μετακόμιση είναι η πρώτη προτεραιότητα της φαρμακοποιού στο μέλλον.

Για το απώτερο μέλλον και τα σχέδια για το παιδί της και τη διαδοχή: *«Ελπίζω μεγαλώνοντας η κόρη μου η Χριστίνα, που σήμερα είναι μόλις 13 ετών, να θελήσει να ακολουθήσει το επάγγελμα του φαρμακοποιού, όχι γιατί θα βρει μια έτοιμη δουλειά, αλλά γιατί θα επιθυμούσα να το δει σαν πρόκληση, σε μια εποχή που οι φαρμακοποιοί θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους σ' αυτόν του παρόχου φροντίδας υγείας στους ασθενείς – πελάτες τους».* ■

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ
ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΕΝΙΣΧΥΜΕΝΗ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ
Οι ενυδατικές κρέμες Materia herba εξασφαλίζουν άμεση ενυδάτωση της επιδερμίδας κατά 58% ενώ αυξημένη ενυδάτωση μετράται ακόμα και σε 4, 6, 8 και 12 ώρες μετά την εφαρμογή*.

ΑΝΤΙΡΥΤΙΔΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΟΡΘΩΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ
Οι αντιρυτιδικές κρέμες Materia herba επανορθώνουν τις ήδη σχηματισμένες ρυτίδες* κατά 10% και προσφέρουν ενισχυμένη αντιοξειδωτική προστασία για την πρόληψη της γήρανσης. Ενεργοποιεί το μεταβολισμό των κυττάρων, βελτιώνει την κατανάλωση οξυγόνου των κυττάρων* κατά 71% και ενισχύει τη σύνθεση των κερατινο-κυττάρων* κατά 42% (βελτίωση της δομής της επιδερμίδας)

*in vivo κλινικές μελέτες

ECOCERT
Βιολογικά Καλλυντικά

ΦΥΣΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
Καθαρισμός
98,94%
Ενυδάτωση
97,07%-99,8%
Αντιρυτιδική φροντίδα
98,90%-98,94%

KORRES

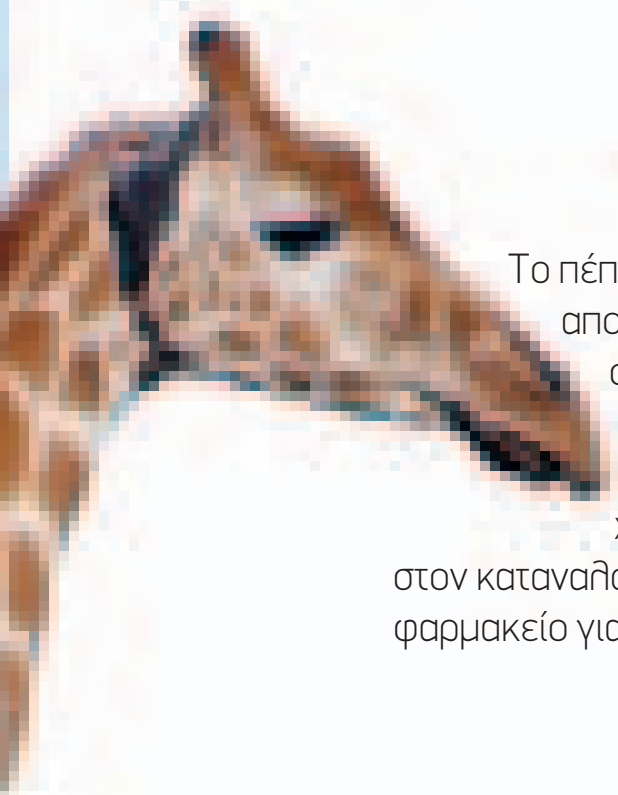
KORRES MATERIA HERBA

ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΣΕΙΡΑ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

K2DESIGN

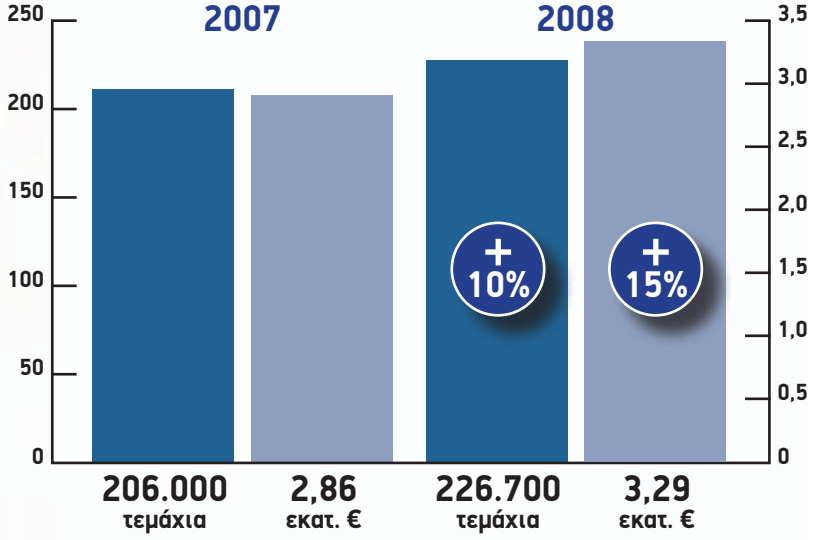
ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΚΗΛΙΔΩΝ

Η αγορά φωτίζεται!



Το πέπλο ανασηκώνεται στις πωλήσεις των προϊόντων αποχρωματισμού και η κατηγορία γίνεται πλέον πιο σημαντική σε πωλήσεις στο φαρμακείο. Η προοπτική ανάπτυξής της φωτίζεται!
Η ανάγκη για περισσότερο φωτεινή επιδερμίδα χωρίς λεκέδες και δυσχρωμίες έχει γίνει συνείδηση στον καταναλωτή. Απομένει μια πιο ένθερμη προβολή στο φαρμακείο για να βγουν τα προϊόντα από το σκοτάδι.

Μία αγορά μικρή, μια αγορά «niche» όπως λένε στο μάρκετινγκ αλλά με σημαντική ανάπτυξη και νέα λανσαρίσματα τα τελευταία χρόνια. Οι εταιρείες έχουν δει την «ευκαιρία» ανάμεσα στις σύγχρονες ανάγκες ομορφιάς του καταναλωτή, γιατί όχι και εσείς οι φαρμακοποιοί!
Εδώ μιλάνε οι αριθμοί. Οι πωλήσεις στην Ελλάδα στα προϊόντα αυτής της κατηγορίας για το πρόσωπο και τα χέρια, πέρασαν από 206.000 τεμάχια το 2007, στις 226.700 τεμάχια το 2008, μια θεαματική αύξηση κατά 10%, συγκρινόμενη με άλλες κατηγορίες δερμοκαλλυντικών. Αντίστοιχα, η αύξηση 2007/2008 σε αξίες ήταν 2,86 και 3,29 εκατομμύρια ευρώ, δηλαδή μια αύξηση της τάξης του 15%.



Πηγή: εταιρείες

Η κυρία Ναταλία Σταθοπούλου, Marketing Manager της Darphin Paris μας ενημερώνει: *«Οι μεγαλύτερες πωλήσεις προϊόντων κατά των κηλίδων επιτυγχάνονται κατά τους φθινοπωρινούς μήνες Σεπτέμβριο - Οκτώβριο - Νοέμβριο, με ποσοστό 50% στον ετήσιο τζίρο. Αυτό είναι δικαιολογημένο γιατί αμέσως μετά τις καλοκαιρινές διακοπές γίνονται ορατές οι επιπτώσεις της παραμονής στον ήλιο και φυσικά οι δυσχρωμίες κυρίως στο πρόσωπο, που "χτυπούν καμπανάκι" στο κοινό να προβεί σε δράση για την αντιμετώπισή του προβλήματος.*
Υπάρχουν 2 είδη κηλίδων που δημιουργούνται στο δέρμα:
• Κηλίδες από ήλιο – εδώ η ζημιά του ήλιου δρα αθροιστικά και τα αποτελέσματά της εμφανίζονται συνήθως μετά την ηλικία των 30, κυρίως στο πρόσωπο.
• Κηλίδες λόγω ορμονικών διαταραχών – εμφανίζονται συνήθως με την κλιμακτήριο σε γυναίκες ηλικίας άνω των 50 ετών που εντοπίζονται εκτός από το πρόσωπο και στα χέρια και στο ντεκολτέ. Εδώ θα συμπεριλάβουμε και τις νέες γυναίκες που λόγω εγκυμοσύνης ή λόγω λήψης αντισυλληπτικών εμφανίζουν κηλίδες κυρίως στο πρόσωπο.
Θεωρώ το φαρμακείο κυρίαρχο κανάλι διανομής αυτής της κατηγορίας, διότι οι δυσχρωμίες και οι καφέ κηλίδες που εμφανίζονται στην επιδερμίδα αποτελούν ένα σημαντικό δερματολογικό και κυρίως αισθητικό πρόβλημα, το οποίο αντιμετωπίζεται συνήθως αρκετά "σοβαρά" από το κοινό. Έτσι ο καταναλωτής απευθύνεται στον φαρμακοποιό του και ζητά τη συμβουλή του, αν δεν είναι εκτεταμένο και έντονο το πρόβλημα, αλλά και στον δερματολόγο του σε περιπτώσεις έντονων δυσχρωμιών. Γενικότερα, καταναλωτές που αντιμετωπίζουν κάποιο ειδικό πρόβλημα στο δέρμα όπως ευαισθησία, δυσανεξία, καφέ κηλίδες κ.λπ., δύσκολα θα καταφύγουν σε προϊόντα εκτός φαρμακείου, καθώς υπάρχει η αντίληψη ότι δεν είναι αρκετά αποτελεσματικά για αυτά τα προβλήματα του δέρματος. Συνεπώς, θεωρώ ότι η αγορά αντίστοιχων

[Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ]

Μάρκα ομορφιάς ή δερματολογική... Όποια και αν είναι η τοποθέτησή της και η εικόνα της στην αγορά, τα μηνύματα και η επιχειρηματολογία τους παραμένουν αρκετά τεχνικά και επιστημονικά για τον καταναλωτή, έτσι ώστε να τολμήσει να προβεί σε αυθόρμητες αγορές, όπως συμβαίνει για την ενυδατική ή την αντηλιακή του κρέμα. Μάλιστα, μερικές καταναλώτριες φοβούνται μήπως βρεθούν «λευκές σαν ένα δισκίο ασπιρίνης»!

Η κυρία Ναταλία Σταθοπούλου επισημαίνει εδώ: *«Η κατηγορία προϊόντων κατά των κηλίδων αποτελεί όντως ακόμη μια μικρή αγορά στην Ελλάδα κι αυτό οφείλεται κυρίως στις προκαταλήψεις που υπάρχουν στο μυαλό των καταναλωτών. Εξ ορισμού τα προϊόντα αυτά αντιμετωπίζονται με επιφύλαξη από το κοινό, καθώς η ονομασία "λευκαντικά προϊόντα / προϊόντα λεύκανσης" είναι δυσνόητη και δημιουργεί μάλλον αρνητικά συναισθήματα. Υπάρχει φοβία για τη δράση των προϊόντων: Από τη μία υπάρχει η εντύπωση ότι τα προϊόντα αυτά δεν έχουν πραγματικά αποτελέσματα, ενώ από τη άλλη υπάρχει ο φόβος ότι είναι υπερβολικά παρεμβατικά στο δέρμα και θα οδηγήσουν σε δυσάρεστα αποτελέσματα, όπως π.χ. ξηρότητα ή άλλη φθορά του δέρματος. Γι' αυτό σημαντικός είναι εδώ ο ρόλος του φαρμακοποιού που έρχεται να καθησυχάσει τις φοβίες του κοινού, να εξηγήσει τη δράση των προϊόντων και κυρίως να εκπαιδεύσει για την προληπτική και ακίνδυνη χρήση τους όλο το χρόνο κι όχι μόνο τους φθινοπωρινούς μήνες».*

Και συμπληρώνει κάτι σημαντικό:

«Εάν η συνταγή του γιατρού είναι μια εγγύηση για την αγορά αυτή, η συμβουλή του φαρμακοποιού είναι η μηχανή εκκίνησης!».

προϊόντων της επιλεκτικής δεν αποτελεί απειλή για την αγορά του φαρμακείου αυτής της κατηγορίας, λόγω του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της συμβουλής που παρέχει ο φαρμακοποιός και της επιστημονικής εικόνας, της υψηλής αποτελεσματικότητας και εξειδίκευσης των προϊόντων που διανέμονται στα φαρμακεία».

Παράλληλα από τη δερματολογική μάρκα Ducray, η κυρία Βασιλική Μπουρνάζου, Marketing Manager, με στόχο να δώσει πληροφορίες για τη διεύρυνση αυτής της αγοράς όλο τον χρόνο επισημαίνει: *«Όποιος έχει κηλίδες θα πρέπει να έχει ένα καθημερινό προϊόν φροντίδας για όλη την περίοδο που δεν ακολουθεί κάποια συγκεκριμένη και δραστική δερματολογική θεραπεία, όπως laser, peeling, υδροκινόνη. Οι θεραπείες αυτές συνιστώνται τους χειμερινούς μήνες. Την περίοδο δε που ακολουθεί κάποια θεραπεία τέτοιας φύσεως, θα πρέπει να εφαρμόζει πάντα προϊόν με δείκτη προστασίας.*

Παρόλο που οι συνταγές των γιατρών είναι πάντα σημαντικές και για μας τις εταιρείες που επενδύουμε πολύ στην ιατρική επίσκεψη, αλλά και για τον φαρμακοποιό διότι αυξάνουν τις πωλήσεις του σε αυτή τη κατηγορία, αυτός ο τελευταίος έχει ευρύτατα πεδία συμβουλευτικής προσέγγισης σε πιο ήπιες δυσχρωμίες, όπου ο πελάτης δεν κρίνει απαραίτητο να πάει στο γιατρό, αλλά και σε άτομα που θέλουν ένα πιο φωτεινό και ομοιόμορφο χρώμα στην επιδερμίδα τους ή έχουν τάση να εμφανίζουν λεκέδες.

Ο φαρμακοποιός πρέπει να κατανοήσει ότι πρόκειται για μία αγορά που απαιτεί επιστημονική συμβουλή και εξειδίκευση. Πρέπει να ενημερωθεί αυτός και η ομάδα του όσο το δυνατό περισσότερο πάνω στο θέμα και να προβάλλει τα προϊόντα αυτά στο χώρο του, ιδιαίτερα το καλοκαίρι και μετά τις καλοκαιρινές διακοπές».

ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Ενώ μέχρι πριν μερικά χρόνια ο τομέας της αντιμετώπισης των κηλίδων περιοριζόταν κυρίως σε δερματολογικά παρασκευάσματα υδροκινόνης, ουσίας κυτταροτοξικής στα μελανοκύτταρα και φωτοτοξικής, που απαγορεύεται πλέον στα καλλυντικά από το 2000, τα τελευταία χρόνια οι κηλίδες δεν θεωρούνται πλέον σαν μία «παθολογία» αλλά σαν ένα σημάδι γήρανσης του δέρματος που μπορούμε να επιβραδύνουμε.

Σε αυτό συντέλεσε και η εκστρατεία επικοινωνίας των καλλυντικών μαρκών κυρίως ομορφιάς, με μηνύματα για «πιο φωτεινό» και «πιο ομοιόμορφο χρώμα» στην επιδερμίδα του προσώπου και όχι αυστηρά επικεντρωμένα σε δυσχρωμίες και υπερμελαγχρώσεις, λέξεις δυσνόητες από τον απλό καταναλωτή.

Παράλληλα και οι ίδιες οι γυναίκες, ιδιαίτερα στην Ελλάδα, μια χώρα με μεγάλη ηλιοφάνεια, άρχισαν να παίρνουν σοβαρά υπόψη τους κινδύνους της έκθεσης στον ήλιο. Η απόδειξη; Η τόσο σημαντική ανάπτυξη των αντηλιακών με δείκτη προστασίας 50+. Οι Ελληνίδες γνωρίζουν στη μεγαλύτερη πλειονότητά τους ότι γι' αυτές τις ανομοιογένειες στη χρώση του προσώπου τους ευθύνονται οι UV και παίρνουν τα απαραίτητα μέτρα πλέον για να τις περιορίσουν. Αλλά ίσως δεν γνωρίζουν οι περισσότερες – και εκεί πρέπει να παρέμβει ο επιστήμονας φαρμακοποιός ή η ειδική αισθητικός – ότι η χρήση μόνο του αντηλιακού δεν αρκεί. Χρειάζεται και μια ειδική φροντίδα πρόληψης κατά των κηλίδων καθημερινά, ιδιαίτερα σε περιόδους έντονης ηλιοφάνειας.

ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥΣ
ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΣ

Για τα άτομα που αναζητούν ένα προϊόν που θα επαναφέρει τη λάμψη στην επιδερμίδα τους, η **La Roche Posay** προτείνει τη σειρά **Mela-D**, φροντίδα αναζωογόνησης της απόχρωσης της επιδερμίδας.

Το marketing της μάρκας μας πληροφορεί: *«Από την ηλικία των 30 ετών, οι πρώτες διαταραχές της μελανογέννεσης ανατρέπουν την ισορροπία ανάμεσα στις χρω-*

ΕΛΒΕΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Προστασία all...Daylong

K DAY 4/04-09

spirig

Daylong actinica

Daylong extreme 50+

Daylong

Daylong Kids 30

Daylong 25 Ultra

Daylong 16

ALAPIS PHARMA

Καρτσιβάνη 6, Τ.Κ. 175 64 Π. Φάληρο,
Τηλ.: 2130 175064, Fax.: 210 92 38 675

στικές που προσδίδουν το χρώμα στην επιδερμίδα. Οι διαταραχές αυτές σε συνδυασμό με τις πρώτες ρυτίδες, αλλοιώνουν την απόχρωση της επιδερμίδας και δημιουργούν θαμπή και ανομοιογενή όψη».

Η σειρά Mela-D περιέχει κοκκινό οξύ που ρυθμίζει τις πρώτες δυσχρωμίες και επαναφέρει τη λάμψη στη θαμπή επιδερμίδα (-22% στις δυσχρωμίες) και βιταμίνη C που λειαίνει το ανάγλυφο της επιδερμίδας (-28% στην τραχύτητα). Αποτελείται από τις κρέμες προσώπου MELA-D και MELA-D CLARTE για ακόμα βαθύτερη αναζωογόνηση της απόχρωσης της επιδερμίδας, καθώς και από μια κρέμα χεριών την MELA-D mains.

Οι 2 κρέμες προσώπου Mela-D διατίθενται στα φαρμακεία σε ειδική συσκευασία με 3 δώρα: 1 προϊόν μακιγιάζ, 1 ενυδατική κρέμα προσώπου και 1 αντηλιακή κρέμα προσώπου, μαζί με ένα ενημερωτικό έντυπο με απαντήσεις σε διάφορα ερωτήματα που αφορούν τη γήρανση της επιδερμίδας, για τη σύνταξη του οποίου η La Roche Posay συνεργάστηκε με την Ελληνική Ακαδημία Αντιγήρανσης. Παράλληλα, η μάρκα παρουσιάζει τα προϊόντα της στα περιοδικά καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, μέσα από ενέργειες δημοσίων σχέσεων και ειδικά αφιερώματα, ενώ προωθεί τη σειρά Mela-D στους δερματολόγους μέσω της ιατρικής επίσκεψης, θεωρώντας ότι τη συνταγή του γιατρού παίζει καθοριστικό ρόλο γι' αυτή την κατηγορία.

Η μάρκα **Synchroline**, εξειδικευμένη κυρίως στους δερματολόγους, με τη σειρά της **THIOSPOT** για την αντιμετώπιση της υπερμελάγχρωσης, μιλά με μια πιο τεχνική επιχειρηματολογία. Τα 2 προϊόντα της σειράς, THIOSPOT intensive cream με τεχνολογία Synchrosomes για εκτεταμένες κηλίδες και το άνυδρο διάλυμα THIOSPOT SR skin roller για εντοπισμένες και πιο έντονες κηλίδες, δρουν κυρίως στην ενζυματική αναστολή της μελανογέννεσης (Thioctic acid και ethyl linoleate), ενώ παράλληλα βελτιώνουν το χρωματικό τόνο στην επιδερμίδα (18-διοϊκό οξύ) και προστατεύουν από τον ήλιο (SPF10). Η αποτελεσματικότητά τους είναι κλινικά αποδεδειγμένη και έχουν κερδίσει όχι μόνο την εμπιστοσύνη των γιατρών που τα συνταγογραφούν αλλά και των καταναλωτών που τα έχουν χρησιμοποιήσει.

Από την **Frezyderm** και η σειρά λεύκανσης **SPOT END**, αντιμετωπίζει τις υπάρχουσες κηλίδες και προλαμβάνει την εμφάνιση νέων, αποκαθιστώντας τη χρωματική ομοιομορφία του δέρματος.

Η δράση της βασίζεται στο τρίπτυχο:

- Αντηλιακή προστασία ευρέως φάσματος UVA-UVB για πρόληψη υπέρμετρης παραγωγής μελανίνης
- Πολυδύναμο σύστημα λεύκανσης, ώστε να μειωθεί ο αριθμός των κηλίδων και η ένταση της δυσχρωμίας
- Βελτίωση της διαδερμικής διαβατότητας για τη μεταφορά και τον ακριβή καταμερισμό των δραστικών στα σημεία – στόχους.

Στη σειρά υπάρχουν προϊόντα για το πρόσωπο, η κρέμα ημέρας SPOT END DAY cream SPF 15, η κρέμα νύκτας SPOT END NIGHT cream και για τα χέρια η SPOT END HAND cream SPF15. Για ενισχυτικά της θεραπείας, η μάρκα προτείνει 2-3 φορές την εβδομάδα πριν τη κρέμα νύκτας, το gel SPOT END ESSENCE ACTIVE που απομακρύνει τα νεκρά κερατινοκύτταρα, για καλύτερη και βαθύτερη δράση της κρέμας και τη SPOT END CORRECTIVE, λευκαντική κρέμα ταχείας δράσης για πρόσωπο, λαιμό, ντεκολτέ και χέρια για τοπική εφαρμογή 2-3 φορές την ημέρα (αύξηση της λεύκανσης 71%). Η όλη φιλοσοφία του μάρκετινγκ της σειράς είναι να προτρέψει τους φαρμακοποιούς να προωθούν την λεύκανση

σαν ολοκληρωμένη αγωγή με συνδυασμούς προϊόντων και όχι με ένα μοναδικό προϊόν.

Στην **Ducray** της εταιρείας **Pierre Fabre** μια νέα σειρά λανσάρεται φέτος.

Η **MELASCREEN** που δρα σε δύο στάδια:

- Μειώνει τις δυσχρωμίες και προστατεύει από το μέλασμα: MELASCREEN SPF50+
- Λευκαίνει και επιτυγχάνει ομοιόμορφο χρώμα: MELASCREEN ECLAT.

Η MELASCREEN ECLAT Soin éclaircissant SPF15, γαλάκτωμα σε φιαλίδιο 50 ml με δοσομετρητή, έχει μια πρωτότυπη σύνθεση.

Περιέχει δυο λευκαντικά συστατικά με συνεργική δράση:

- Βιταμίνη CLP: Τύπος παρατεταμένης αποδέσμευσης,

Sun Screen

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΗΛΙΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

Frezyderm
ποιότητα και δέσμευση!

P.I.P. SYSTEM

Photo Immune Protective System

(το PIP system εμπεριέχεται σε όλα τα προϊόντα της σειράς Frezyderm sun screen)

PIM – SCH
Προστασία από
ΦωτοΑνοσοΚαταστολή

Bioshield System
Ασπίδα προστασίας
από περιβαλλοντικές
επιθέσεις

Φωτοσταθερά Φίλτρα
Αντιηλιακή προστασία
Νέας Τεχνολογίας
με παρατεταμένη
και σταθερή δράση

Tripeptide – 1 & HVP
θωράκιση
Κυτταρικού DNA

ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ:

> αγοράζοντας ένα αντιηλιακό προσώπου/σώματος, η Frezyderm σας κάνει ΔΩΡΟ μια φουσκωτή πολυθρόνα θαλάσσης

> αγοράζοντας ένα παιδικό αντιηλιακό, η Frezyderm σας κάνει ΔΩΡΟ ένα φουσκωτό γιλέκο-σωσίβιο

η προσφορά ισχύει μέχρις εξαντλήσεως αποθεμάτων.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΣΕΙΡΑ ΗΛΙΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ, ΑΠΟΛΥΤΑ ΕΝΑΡΜΟΝΙΣΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗ ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΗΣ Ε.Ε. ΚΑΙ ΣΥΜΦΩΝΗ ΜΕ ΤΑ ΝΕΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΦΩΤΟΒΙΟΛΟΓΙΑΣ

FREZYDERM
DERMOCEUTICALS

Μενάνδρου 75, 104 37 Αθήνα, Τ: 210 5246900, Φ: 210 5244433, e: info@frezyderm.com, www.frezyderm.com, τηλ. επικοινωνίας: 210 5246900

υπό τη μορφή γλυκοσιδικού ασκορβύλιου, που αναστέλλει τη σύνθεση της μελανίνης και εμποδίζει την υπερβολική χρώση της (αντιοξειδωτική δράση)

• Νιασιναμίδιο σε υψηλή συγκέντρωση, που μπλοκάρει τη μεταφορά της μελανίνης προς τα κερατινοκύτταρα.

Παράλληλα, περιέχει αντηλιακά φίλτρα (SPF15) για καθημερινή προστασία από τον ήλιο.

Το MELASCREEN SPF 50+ σε 2 συσκευασίες με δοσομετρική αντλία, κρέμα προσώπου και γαλάκτωμα σώματος, αποτελεί σύμφωνα με το μάρκετινγκ της μάρκας τη πρώτη «μελαγχρω-ρυθμιστική» φωτοπροστασία. Έτσι, ενώ περιορίζει και μειώνει τις δυσχρωμίες που προκαλούνται από την έκθεση στον ήλιο, προσφέρει παράλληλα μια ευρεία αντηλιακή προστασία και όλα αυτά κλινικά αποδεδειγμένα σε 30 άτομα με μέλασμα σε φωτότυπους III και IV.

Οι ενέργειες για την εμπορική προώθηση της σειράς:

• Ενημέρωση - εκπαίδευση φαρμακοποιών και δερματολόγων
• Σταντ πάγκου για προβολή
• Ενημερωτικό βιβλιαράκι καταναλωτή, ασθενή
• Δείγματα δοκιμής.

ΟΙ ΜΑΡΚΕΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ

Από τις μάρκες επιλεκτικής διανομής στα φαρμακεία, η **Darphin Paris** του group **Estee Lauder Hellas**, μια καλλυντική σειρά ομορφιάς που στηρίζεται στο συνδυασμό φυτικών βοτανικών αιθέριων ελαίων, εξειδικεύει το πρόβλημα ακόμη περισσότερο και προτείνει δύο σειρές ανάλογα με την αιτία των κηλίδων.

Κηλίδες από ήλιο; Τη σειρά **CLEAR WHITE** με το Brightening and Soothing Serum, τη κρέμα Whitening and Hydrating Cream και ένα αιθέριο έλαιο, το Rose aromatic care.

Κηλίδες λόγω ηλικίας και ορμονικών διαταραχών; Τη σειρά **STIMULSKIN** με ένα serum, ένα αιθέριο έλαιο το 8 flower nectar και τη νέα κρέμα Stimulskin divine lifting cream.

Η σειρά CLEAR WHITE καταπολεμά τα σημάδια του χρόνου μέσω της απολέπισης των νεκρών κυττάρων όπου συγκεντρώνεται η μελανίνη (Ακετυλογλυκοζαμίνη), εμποδίζει την υπερ-παραγωγή μελανίνης (Εκχύλισμα μαγιάς), ενδυναμώνει τη φυσική άμυνα του δέρματος για να αποτρέψει ερεθισμούς και για να ενισχύσει το φυσικό μηχανισμό αυτοπροστασίας του δέρματος (Ceramides III και σακχαρόζη).

Παράλληλα, περιέχει καταπραϋντικά και αντι-οξειδωτικά συστατικά που ενισχύουν την άμυνα του δέρματος ενάντια στις ελεύθερες ρίζες, ενώ ενυδατώνει το δέρμα προσφέροντας πιο απαλή και λαμπερή εμφάνιση (Υαλουρονικό Νάτριο).

Από τη σειρά STIMULSKIN, η νέα divine lifting cream συνδυάζει τρεις τεχνολογίες, τρεις δράσεις και 14 υψηλής απόδοσης συστατικά για:

• Δράση lifting και λείανσης
• Δράση ακτινοβολίας και λάμψης του δέρματος
• Δράση εντατικής ενυδάτωσης και άνετης αίσθησης στο δέρμα.

Όλα αυτά σε μια κρέμα με υπέροχη υφή και αξέχαστο άρωμα.

Η υπόσχεση για ένα ομοιόμορφο χρώμα στην επιδερμίδα χωρίς χρωματικές κηλίδες με διαύγεια και λάμψη, αντιπροσωπεύει πλήρως το μήνυμα της σειράς **OMBELLIA** με ουμπελιφερόνη της **Galenic** του group **Pierre Fabre**. Το εκχύλισμα Piloselle, τιτλοποιημένο σε ουμπελιφερόνη, δρα κατά των μελαγχρωματικών κηλίδων χάρη σε δύο ιδιότητες:

• Περιορισμός της τυροσινάσης, υπεύθυνο ένζυμο για τη μελάγχρωση
• Δράση κατά των ελευθέρων ριζών.

Ικανοποιώντας όλες τις αισθήσεις, η σειρά προσφέρει συνθέσεις με γαλληνική αιχμή, με υφές αέρινης λεπτότητας, απαλές, φίνες και μεταξένιες.

Η σειρά προτείνει για χρήση πρωί - βράδυ το Sérum

Eclaircissant Intensif και στη συνέχεια τη μεν ημέρα την ενυδατική Crème Protection Anti-taches SPF 15, ενώ για το βράδυ το gel Concentré Correcteur Anti-taches Roll-on, που περιέχει τρία δραστικά συστατικά με συνεργική δράση: Την ουμπελιφερόνη και τη νιασίνη για μέγιστη αποχρωματιστική δράση, καθώς και το σαλικυλικό οξύ που απολεπίζει και διεγείρει την κυτταρική ανανέωση.

Από τη **Lierac** η σειρά **ANTI-TACHES CORRECTION ACTIVE** προτείνει ένα πλήρες πρόγραμμα που στοχεύει στην μεγαλύτερη δυνατή διόρθωση των καφέ κηλίδων

Ευαίσθητο δέρμα

Η αντηλιακή προστασία
UVB-UVA
στην οποία μπορείτε
να βασίζεσθε

Αντηλιακά 2009

NEO

Πολύ ανθεκτικό στο νερό

Επιβεβαιωμένη UVA προστασία

NEO

EAU THERMALE Avène

Οι ιαματικές Εγκαταστάσεις του ευαίσθητου δέρματος

Laboratoires dermatologiques Avène PARIS

Pierre Fabre

Création SYMBIOSE - Ph. V. Besnault/Jupiter images - D. Cabrol

που προέρχονται από τον ήλιο, την εγκυμοσύνη και τη φωτοευαισθησία.

Προετοιμάζει το βράδυ με το peeling ESSENCE ACTIVATRICE DE DÉPIGMENTATION (γλυκολικό οξύ 5%, γαλακτικό οξύ 5% και γαλακτικό νάτριο) σε Roll-on και φροντίζει με τον ορό αποχρωματισμού SERUM INTENSIF DÉPIGMENTANT με σύμπλοκο αποχρωματισμού 2,75% (σταθεροποιημένη βιταμίνη C, φυτικό εκχύλισμα από mandresy, εκχύλισμα από μικροφύκι) που αποχρωματίζει, ρυθμίζει τις καφέ κηλίδες και προλαμβάνει την εμφάνισή τους.

Το σύμπλοκο αυτό υψηλού αποχρωματισμού, αποκλειστικότητα της LIERAC, περιορίζει τα πλεονάσματα μελανίνης και lipofuscine που είναι υπεύθυνα για τις καφέ κηλίδες.

Ειδικά για τις καφέ κηλίδες των χεριών, η μάρκα προτείνει το λειαντικό ορό LIFT MAINS με Liftline, σταθεροποιημένο παράγωγο βιταμίνης C, βιταμίνη E, γλυκερίνη, σιλικόνη. Λειαίνει την επιδερμίδα και καταπολεμά τις ρυτίδες, δρα προληπτικά και διορθωτικά στα σημάδια κυτταρικής γήρανσης (κυτταρική χαλάρωση, ρυτίδες, καφέ κηλίδες) και ενυδατώνει.

Από τις πολύ γνωστές μάρκες και ευρείας διανομής στα φαρμακεία, η **Vichy** του group **L' OREAL**, με έμφαση στην αναστολή της διαδικασίας της γήρανσης, προτείνει τη **NEOVADIOL ULTRA** με Pro-xylane™ + Ceramide White™ που δρα στην αποκατάσταση της πυκνότητας και λάμψης στο δέρμα με δράση κατά των καφέ κηλίδων. Έτσι, το περίγραμμα του προσώπου αναπλάθεται και οι καφέ κηλίδες μειώνονται σημαντικά. Το Pro-xylane™, βραβευμένο αντιγηραντικό δραστικό συστατικό, σε υψηλή συγκέντρωση, διπλασιάζει την πυκνότητα της επιδερμίδας και ενισχύει τη συνοχή των κυττάρων.

Το Ceramide White™ δρα από το πρώτο στάδιο παραγωγής των καφέ κηλίδων. Ρυθμίζει τη διαδικασία παραγωγής μελανίνης στην «πηγή» της. Συμπληρωματικά δραστικά συστατικά: LHA (απολεπιστική δράση), κοχικό οξύ (αποχρωματική δράση), SPF 15 UVA (αντηλιακή προστασία).

Η τριπλή αποτελεσματικότητα της NEOVADIOL ULTRA είναι κλινικά αποδεδειγμένη στην:

Αποκατάσταση της πυκνότητας: +10,7% σε 8 εβδομάδες

Μείωση της χαλάρωσης: -13% σε 12 εβδομάδες

Μείωση των καφέ κηλίδων: -32% σε 4 εβδομάδες.

Επειδή η αντιγήρανση είναι πολύ στρατηγική κατηγορία για τη Vichy και υποστηρίζεται πάντα από δυναμικές καμπάνιες στα ΜΜΕ, η Neovadiol είναι το No2 προϊόν αντιγήρανσης μέσα στο φαρμακείο με μερίδιο αγοράς 8% (IMS), μετά τη Liftactiv. Παράλληλα, υποστηρίζεται πάντα και με μεγάλη παρουσία και προβολή στο φαρμακείο, εφόσον η συμβουλή του φαρμακοποιού είναι το καθοριστικό βήμα που οδηγεί την καταναλώτρια στην αγορά.

Αλλά και η **Roc** της Johnson & Johnson προτείνει για τις κηλίδες και δυσχρωμίες από τον ήλιο, με έμφαση στο μήνυμα «λάμψη και ομοιόμορφο χρώμα στην επιδερμίδα», τη σειρά **SOYA™ UNIFY** με 2 προϊόντα: Μια κρέμα ημέρας (SPF 15) και μία νύκτας. Με τη συστηματική τους χρήση, σε 8 εβδομάδες υπόσχονται λάμψη και ομοιόμορφο χρώμα στην επιδερμίδα, χάρη στο κατοχυρωμένο ενεργό συστατικό Soja Actif που διασπείρει τη μελανίνη πιο ομαλά με αποτέλεσμα τη μείωση των κηλίδων. ■

Πόπη Χαραμή

[ΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΜΑΣ]

Για την καλύτερη προώθηση των προϊόντων για τις κηλίδες

1. Merchandizing: Τοποθετήστε τώρα το καλοκαίρι τα προϊόντα κατά των κηλίδων ομαδοποιημένα στο χώρο προβολής των αντηλιακών. Αυτό θα διευκολύνει τη συμπληρωματική σας πρόταση σε άτομα με τάση για κηλίδες μαζί με το αντηλιακό τους.

2. Επιχειρηματολογία με τον πελάτη:

α) Για πρόληψη

Αν είναι πάνω από 35 ετών, κυρίως με σταρένιο δέρμα, ρωτήστε:

«Έχετε τάση να εμφανίζετε με την έκθεση στον ήλιο καφέ κηλίδες;». Αν «Ναι» συνεχίζουμε: «Γνωρίζετε ότι μια απλή αντηλιακή προστασία δεν αρκεί για να τις αποτρέψει; Η άποψή μου σαν ειδικός, είναι να φοράτε παράλληλα ένα ειδικό προϊόν που θα εμποδίσει την εμφάνισή τους, ενώ παράλληλα θα σας χαρίσει πιο φωτεινό και ομοιόμορφο χρώμα στην επιδερμίδα. Τι λέτε λοιπόν, να σας προτείνω ένα τέτοιο προϊόν σαν τη καθημερινή σας φροντίδα ενυδάτωσης ή αντιγήρανσης (ανάλογα με τις ανάγκες της);».

β) Όταν οι κηλίδες έχουν ήδη εδραιωθεί, μη διστάσετε να προτείνετε συμπληρωματικά προϊόντα, π.χ. έναν ορό μαζί με τη κρέμα, ένα ειδικό peeling αποχρωματισμού ή ένα ενισχυμένο προϊόν αποχρωματισμού για έντονες και εντοπισμένες κηλίδες, μια εντατική αγωγή πρωί - βράδι.

CERA di CUPRA® sun

Χρυσή Επιλογή

για αντηλιακή προστασία με καλλυντική δράση

Αποτρέπει • τη **Γήρανση** • τις **Ρυτίδες** • τις **Πανάδες**

ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ
ΣΕ ΤΙΜΗ ΕΚΠΛΗΞΗ

Health Plus S.A.
PHARMACEUTICALS-COSMETICS

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

www.health-plus.gr

Μετρο advertising

200 EURO
20 EURO
10 EURO
5 EURO
500 EURO
20 EURO
10 EURO
500 EURO

Κερδίστε χρήματα χρησιμοποιώντας ΕΞΥΠΝΑ το ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ σας

Η υπάρχουσα οικονομική κατάσταση το επιβάλλει.
Ο φαρμακοποιός πρέπει να χρησιμοποιήσει όλα τα μέσα που έχει στη διάθεσή του για να αυξήσει την απόδοση της επιχείρησής του. Ορισμένες ιδιαίτερες λειτουργίες του επαγγελματικού του λογισμικού αν χρησιμοποιηθούν έξυπνα, θα συμβάλουν σε αυτό για να εξοικονομηθούν χρήματα, όχι μόνο από την καλή οικονομική και εμπορική διαχείριση αλλά και με άλλες εφαρμογές.

Τα χρήματα που θα εξοικονομήσετε στον τομέα της πληροφορικής δεν είναι απλά η επιλογή της καλύτερης σχέσης ποιότητας και τιμής σε προγράμματα και εξοπλισμό (hardware, software, pc) τα κατάλληλα περιφερειακά, την εκπαίδευση, τη συντήρηση καθώς και ειδικές συμβουλές και υποστήριξη από τους ειδικούς του κάθε προγράμματος. Η απόδοση της επένδυσής σας μπορεί να γίνει ακόμη πιο σημαντική εάν κατορθώσετε να χρησιμοποιήστε τις δυνατότητες του λογισμικού σας στο ιδανικό πεδίο, έτσι ώστε να οργανώσετε τις αγορές και τις πωλήσεις σας, να παρακολουθείτε την ανακύκλωση των εμπορευμάτων σας και πάνω απ' όλα, να κάνετε τους πελάτες σας να ξαναέρχονται και να είναι πιστοί.
Ένα τέτοιο πρόγραμμα προσανατολισμένο στην οικονομία, αποτελεί την εξέλιξη των σύγχρονων προγραμμάτων μηχανοργάνωσης φαρμακείου. Και οι εταιρείες που διαθέτουν τέτοια προγράμματα θα πρέπει από εδώ και στο εξής να έχουν στο μυαλό τους ότι ένα λογισμικό που διαχειρίζεται απλά και μόνο απλές εφαρμογές του επαγγέλματος δεν αρκεί για τη διατήρηση και πόσω μάλλον, την αύξηση της απόδοσης της επιχείρησης φαρμακείου.

Εξασφάλιση επαρκούς ρευστότητας

Διαχείριση των συνταγών

Πρωταρχικό μέλημα: Η καλή καταγραφή και διαχείριση των συνταγών των ταμείων για επαρκή ρευστότητα της επιχείρησης, αποφεύγοντας λάθη και καθυστερήσεις πληρωμών.

Χρήστος Δελημαργάς, *γενικός διευθυντής της CSA Farmacon*

Ο κ. Χρήστος Δελημαργάς, γενικός διευθυντής της CSA Farmacon μας αναλύει εδώ: ***«Αυτή η λειτουργία σύμφωνα με το πρόγραμμα FarmakoNet είναι από τις σημαντικότερες στην εφαρμογή. Η ταχύτητα εκτέλεσης συνταγής είναι το βασικό πλεονέκτημα του προγράμματος καθώς και η σωστή πληροφόρηση του χρήστη για να αποφεύγονται λάθη. Από τη διαχείριση των συνταγών ο φαρμακοποιός έχει την δυνατότητα να ανατρέξει σε πληροφορίες που αφορούν τον πελάτη (ιστορικό – εκκρεμότητες) σε πληροφορίες που αφορούν το είδος (όμοια φάρμακα βάσει δραστικής ουσίας και ένδειξης) να ενημερωθεί για το υπόλοιπο του πελάτη και τη στοχοποίηση του καθώς και για το υπόλοιπο του κάθε είδους. Μεγάλη ευελιξία υπάρχει στην εκτέλεση πολλαπλών συνταγών και ελεύθερων πωλήσεων στην ίδια οθόνη, διαχείρισης της απόδειξης, χωρίς ο φαρμακοποιός να εναλλάσσεται σε πολλαπλά παράθυρα.***

Η χρήση του πληκτρολογίου σε συνδυασμό με τη χρήση του αναγνώστη barcode (barcode reader) αποτελεί τον ιδανικό τρόπο ταχύτητας και ασφάλειας εκτέλεσης συνταγής. Η σύνδεση του προγράμματος με ταμειακή μηχανή και η εκτύπωση ετικετών με τις αναγραφόμμενες δοσολογίες ανά σκεύασμα, δίνουν στο φαρμακείο όχι μόνο εμπορικό πλεονέκτημα αλλά και ουσιαστικότερη εξυπηρέτηση του πελάτη».

Αθηνά Αμπατζή, *διευθύνων στέλεχος της Europharmacy Hellas*

«Το πρόγραμμα Euromedica Windows», **μας ενημερώνει η κυρία Αθηνά Αμπατζή, διευθύνων στέλεχος της Europharmacy Hellas,** ***«με την ταυτοποίηση των ειδών προς πώληση με τη χρήση του οπτικού αναγνώστη και τη δυνατότητα εκτύπωσης της κοστολόγησής τους, τα ποσά που χρειάζεται να συμπληρωθούν στη συνταγή υπολογίζονται αυτόματα και εκτυπώνονται, εφόσον το επιθυμεί ο φαρμακοποιός, προφυλάσσοντάς τον από πιθανά λάθη στους υπολογισμούς.***

Για όσους χρησιμοποιούν τις "κάρτες πελάτη", η διαχείριση των επαναλαμβανόμενων συνταγών επιτυγχάνεται με το πάτημα ενός πλήκτρου, χωρίς ούτε καν να χρειαστεί να εισάγουν στο πρόγραμμα ένα-ένα τα φάρμακα. Παράλληλα, τα στοιχεία των συνταγών καταχωρούνται στις καταστάσεις των ασφαλιστικών ταμείων και είναι απολύτως έτοιμα για εκτύπωση σε λίστες ανά ταμείο και ανά ημερομηνία».

Βασίλης Ανυφαντάκης, *γενικός διευθυντής της ΙΛΥΔΑ*

«Η διαχείριση των συνταγών» **μας ενημερώνει ο κ. Βασίλης Ανυφαντάκης, γενικός διευθυντής της ΙΛΥΔΑ,** ***«σύμφωνα με το πρόγραμμα, υποστηρίζεται άριστα από το λογισμικό Dioscourides με το σύγχρονο, ενημερωμένο αρχείο φαρμάκων (νοσοκομειακά, OTC, ενδείξεις) που περιλαμβάνει απαγορεύσεις, προειδοποιήσεις και περιορισμούς στον τρόπο διάθεσης, βάσει εγκυκλίων, νομοθεσίας, συμβάσεων. Επίσης παρέχει άμεση πρόσβαση (links) σε πολλούς δικτυακούς τόπους όπως ΕΟΦ, συλλόγων, ΠΦΣ, κ.α.».***

Περιορισμός των χρεών των πελατών

Η δυνατότητα να βλέπετε γρήγορα τα χρεωστούμενα των πελατών σας με το άνοιγμα της καρτέλας πελάτη για τον ενημερώνετε για την οφειλή του, βοηθά στη βελτίωση των αποδοχών σας.

Για το FarmakoNet η ενημέρωση για το υπόλοιπο του πελάτη γίνεται αυτόματα σε ειδικό πεδίο της οθόνης εκτέλεσης συνταγής, καθώς επίσης και με ειδικό μήνυμα. Επίσης, για το υπόλοιπο του πελάτη μπορεί ο φαρμακοποιός να ενημερωθεί και από την καρτέλα του, όπου παρέχονται και όλες οι πληροφορίες για την αναλυτική κίνηση του λογαριασμού του.

Αλλά και το πρόγραμμα Dioscourides διαθέτει όλα τα απαραίτητα χαρακτηριστικά για αρίστη διαχείριση χορήγησης «δανεικών» με ταυτόχρονη ενημέρωση αποθήκης, εμφάνιση υπολοίπου πελάτη σε κάθε πώληση και προειδοποίηση για οφειλή «δανεικών», δυνατότητα αυτόματης τακτοποίησής τους καθώς και πληροφοριακή κατάσταση υπολοίπων πελατών ή «δανεικών» πελατών.

Το Euromedica Windows παρέχει τη δυνατότητα της αναλυτικής εμφάνισης των προσωπικών δεδομένων των πελατών από την «καρτέλα πελάτη», όπου ο φαρμακοποιός έχει τη δυνατότητα να προσθέσει και τα οικονο-

μικά στοιχεία που τον αφορούν, δηλαδή τα οφειλόμενα φάρμακα, το συνολικό ή μερικό χρηματικό υπόλοιπο και τις αντίστοιχες ημερομηνίες.

Πιθανές κλοπές από πελάτες αλλά και από υπαλλήλους

Στο FarmakoNet έχουν αναπτυχθεί διαδικασίες παρακολούθησης κινήσεων ανά υπάλληλο. Κάθε κίνηση που γίνεται απο το χρήστη είναι κωδικοποιημένη, έτσι ο υπεύθυνος φαρμακείου μπορεί να γνωρίζει τις κινήσεις του κάθε υπαλλήλου, αν έχει διαγράψει κάποιο παραστατικό ή το έχει μεταβάλλει. Η παρακολούθηση του υπολοίπου, σε συνδυασμό με τη φυσική απογραφή και την καθημερινή καταμέτρηση και συμφωνία του ταμείου, προστατεύουν την επιχείρηση από πιθανές κλοπές από πελάτες και υπαλλήλους.

Παράλληλα, το λογισμικό Dioscourides καταγράφει τις παρεμβάσεις των υπαλλήλων στα υπόλοιπα της αποθήκης οι οποίες ανιχνεύονται και καταγράφονται. Αυτό μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά σε συνδυασμό με ένα τακτικό δειγματοληπτικό έλεγχο υπολοίπων.

Στη περίπτωση του προγράμματος Euromedica, η χρήση κωδικών σε καίρια σημεία, όπως αυτό του ταμείου και της αποθήκης είναι απαραίτητη για την αποφυγή ανεπιθύμητων «επισκεπτών», τόσο αγνώστων όσο και των υπαλλήλων του φαρμακείου.

Εξοικονόμηση από τη διαχείριση του στοκ

Στην καρδιά της απόδοσης της επιχείρησης φαρμακείου βρίσκεται αναμφισβήτητα η λειτουργία «κλειδί» που δεν είναι άλλη από τη διαχείριση των αποθεμάτων. Αυτή είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την καλή διαχείριση των αγορών αλλά και τη συμφωνία πίστωσης. Εδώ στηρίζεται η υγιής οικονομική κατάσταση μίας επιχείρησης.

Αλλά το φαρμακείο δεν είναι μια επιχείρηση σαν τις άλλες. Το μεγάλο πλήθος των κωδικών προϊόντων που συναντάμε καθώς και η απαραίτητη διαθεσιμότητά τους στους ασθενείς πελάτες, εξαρτώνται όχι μόνο από τη ζήτηση, αλλά και από τις υπάρχουσες συχνά ελλείψεις στην αγορά, το χρόνο παράδοσης των προμηθευτών αλλά και τις συχνές αλλαγές στις συνήθειες συνταγογραφίας των γιατρών.

Η έλλειψη ενός φαρμάκου δεν έχει την ίδια βαρύτητα με την έλλειψη μιας μάρκας με μακαρόνια από το ράφι του Super Market!

Έτσι, εάν δεν υπάρχουν οι σωστές πληροφορίες όπως το απόθεμα και τα στατιστικά πωλήσεων και αγορών, μπορεί να γίνουν σφάλματα στη δημιουργία της παραγγελίας που συχνά κοστίζουν. Γνωρίζουμε πολύ καλά ότι μια αυτοματοποίηση με λανθασμένες παραμέτρους μπορεί να οδηγήσει σε υπερστοκάρισμα (λανθάνον χρήμα) και σε μία κακή διαχείριση των ληγμένων, το κόστος των οποίων μπορεί να φθάσει σε αρκετά σημαντικό ποσό.

Η σωστή μηχανοργάνωση μπορεί να μας οδηγήσει στην αποφυγή σημαντικών ελλείψεων αλλά και υπερβάλλοντος στοκ.

Στο πρόγραμμα FarmakoNet η διαχείριση του στοκ γίνεται μέσα από μία σειρά ενεργειών που στόχο έχουν τη σωστή διαχείριση των αποθεμάτων. Βασική εργασία για τη σωστή αποτύπωση του υπολοίπου είναι η φυσική απογραφή του φαρμακείου. Έτσι μέσα από μία ευέλικτη διαδικασία καταγραφής των αποθεμάτων, με δυνατότητα δημιουργίας τμηματικών απογραφών και ενοποίησή τους, το φαρμακείο μπορεί εύκολα και σε σύντομο χρονικό διάστημα να έχει το πραγματικό υπόλοιπο περασμένο στο λογισμικό του. Κάνοντας χρήση των φορητών τερματικών, η διαδικασία γίνεται ασφαλέστερη και ταχύτερη.

Επόμενο στάδιο είναι η παραγγελία. Στο FarmakoNet υπάρχουν πολλαπλοί τρόποι δημιουργίας μιας παραγγελίας. Έτσι έχουμε τις επιλογές βάσει πωλήσεων ημέρας, βάσει κινητικότητας, βάσει minimum ή maximum, βάσει ορίου ασφαλείας. Ο ιδανικός τρόπος θα μπορούσε να είναι βάσει κινητικότητας, με τον οποίο ο φαρμακοποιός θα μπορεί να εξασφαλίσει επάρκεια αποθεμάτων για ένα χρονικό διάστημα, σύμφωνα με την κίνηση και το υπόλοιπο του κάθε είδους.

Στο πρόγραμμα Dioscourides τα κριτήρια δημιουργίας παραγγελίας εφαρμόζουν κανόνες που προσδιορίζουν τη σχέση πωλήσεων και ωφέλιμου αποθέματος. Οι προτεινόμενες όμως ποσότητες απαιτούν έλεγχο και πολύ συχνά υπόκεινται σε μεταβολές που έχουν σαν πηγή είτε το βαθμό δυσκολίας εξεύρεσης κάποιων φαρμάκων, είτε την ελάχιστη ποσότητα συνταγογραφίας. Επομένως, χρειαζόμαστε και ένα επιπλέον κριτήριο, την ελάχιστη ποσότητα παραγγελίας.

Το πρόγραμμα Euromedica Windows, συνδέει άμεσα την παραγγελία προς τις φαρμακαποθήκες με τα αποθέματα του φαρμακείου. Η χρήση συσκευών, όπως αυτή του οπτικού αναγνώστη (barcode reader) και του φορητού μεταφορέα δεδομένων (data transfer), διευκολύνουν ακόμη περισσότερο τις διαδικασίες αυτές. Ειδικά για τους φαρμακοποιούς που έχουν εγκατεστημένο στο φαρμακείο τους το ελληνικό ρομπότ φαρμακείου Art&Smart που συνδέεται με το πρόγραμμα, η τήρηση της αποθήκης γίνεται ακόμα πιο απλή και αυτοματοποιημένη διαδικασία, αφού η λειτουργία του ρομπότ εγγυάται την αλάνθαστη εισαγωγή και εξαγωγή του κάθε προϊόντος από αυτό. Στο πρόγραμμα, ελαχιστοποιείται το υπερστοκάρισμα, χωρίς να υποβαθμίζεται η εξυπηρέτηση του πελάτη, έστω και ελάχιστα, λόγω ελλείψεων. Αυτό επιτυγχάνεται α) με την αυτόματη δημιουργία κατάστασης

Η έλλειψη ενός φαρμάκου δεν έχει την ίδια βαρύτητα με την έλλειψη μιας μάρκας με μακαρόνια από το ράφι του Super Market!

ελλείψεων ειδών, β) με την αρχή της αναπλήρωσης των πωληθέντων γ) με την παρακολούθηση των ζημιογόνων αποθεμάτων ή και με συνδυασμό όλων των παραπάνω.

Βελτίωση της εμπορικής διαπραγμάτευσης

Η διαχείριση των αγορών και των παραγγελιών με ένα σύστημα πληροφόρησης που μπορεί παράλληλα να συγκρίνει τις τιμές και την πίστωση των διαφόρων προμηθευτών σε ομοειδή προϊόντα είναι απαραίτητη, ιδιαίτερα τη στιγμή διαπραγμάτευσης με τον εμπορικό αντιπρόσωπο ή κατά τη σύνταξη της παραγγελίας για τον χονδρέμπορο, ιδιαίτερα στα παραφάρμακα και στα OTC. Ας σταματήσουμε «να ακούμε το τραγούδι των σειρήνων» των πωλητών των εταιρειών που συχνά προτείνουν εκπτωτικά πακέτα σε ποσότητες που μπορεί να οδηγήσουν σε μη απαραίτητες αγορές. Αγοράζοντας έξυπνα τις ποσότητες που σας χρειάζονται με τις καλύτερες εκπτώσεις και πίστωση, έχουμε εξοικονόμηση χρήματος! Και εδώ μπορεί να συμβάλλει το λογισμικό σας για να μπορείτε να παρακολουθείτε απλά και σύντομα το ιστορικό των πωλήσεων (sell-out) ανά κατηγορία και ανά εταιρεία. Έτσι αν ένα προϊόν δεν ανακυκλώνεται σύντομα στο ράφι, τι όφελος θα έχει η μεγάλη ποσότητα με τη μεγάλη έκπτωση που σας προτείνει ο πωλητής;

Πρέπει να αγοράζουμε λοιπόν βάσει των πωλήσεων που κάνουμε.

Το πιο σημαντικό για το φαρμακοποιό στη φάση διαπραγμάτευσης και της σύνταξης της παραγγελίας με τον εμπορικό αντιπρόσωπο, είναι να μπορεί από την αρχική τιμή τιμοκαταλόγου να υπολογίζει βάσει των εκπτώσεων ή των δωρεάν προϊόντων που του προτείνονται, το περιθώριο κέρδους του. Αυτή η λειτουργία είναι απαραίτητη.

Αναμφισβήτητα, μια σωστή πολιτική αγορών συνδέεται με τη σωστή διαχείριση των αποθεμάτων. Αυτά τα δύο πάνε πακέτο! Πολλά προγράμματα αφήνουν τον τελευταίο λόγο στη σύνταξη της παραγγελίας στον φαρμακοποιό. Αυτή η εν μέρει αυτονομία στη τελική παραγγελία, η οποία αρχικά συντάσσεται αυτόματα με όρια minimum, maximum ποσοτήτων ανάλογα με την ανακύκλωση των προϊόντων και με άλλα κριτήρια, δίνει τη δυνατότητα προσθήκης κωδικών σε περίπτωση μια ιδιαίτερης ανάγκης πελατών ή μιας πρωτοβουλίας για μείωση ή αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας σε μία μάρκα ή κατηγορία κ.α.

Το να επιλέξει κανείς ένα λογισμικό εμπορικής διαχείρισης ή να αναβαθμίσει το ήδη υπάρχον, προϋποθέτει ιδιαίτερη προσοχή πάνω στα χαρακτηριστικά των εταιρειών πληροφορικής φαρμακείου. Τα ιδιαιτέρα εργαλεία τους, η απλότητα χρήσης και κυρίως η εκπαίδευση και ανθρώπινη υποστήριξη που παρέχουν, είναι πρωταρχικής σημασίας για κάθε ενδιαφερόμενο φαρμακοποιό, ειδικά δε όταν αποφασίζει να εκμεταλλευτεί πλήρως τη λειτουργία του συστήματος. Εδώ θα πρέπει και ο παροχέας να προσαρμόσει σε μερικές λειτουργίες το πρόγραμμα, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του κάθε φαρμακείου.

Το πρόγραμμα FarmakoNet προτείνει αυτόματα στο φαρμακοποιό τις ποσότητες παραγγελίας βάσει της κίνησης του είδους, αλλά διαθέτει και μία σειρά από καταστάσεις από όπου ο φαρμακοποιός μπορεί να συγκρίνει τις τιμές αγορών μέσα από την καρτέλα του είδους και να βλέπει ανά ημερομηνία από την πιο πρόσφατη προς την πιο παλιά, την τιμή και την έκπτωση ανά προμηθευτή. Παράλληλα, πέρα από τις τιμές αγορών, έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τις τιμές προσφορών από διάφορους προμηθευτές. Υπάρχουν καταστάσεις που δείχνουν τις πωλήσεις ανά οίκο – προμηθευτή, δείχνοντας τα πλέον ευπώλητα προϊόντα του κάθε είδους και σε συνδυασμό με τα μη κινηθέντα είδη ανά οίκο και κατηγορία, ο φαρμακοποιός μπορεί να αποφασίσει τελικά το μέγεθος της παραγγελίας του.

Με το πρόγραμμα Dioscourides επικουρικά μπορεί να λειτουργήσει η εκπαίδευση στην αξιοποίηση τέτοιων στοιχείων από το τμήμα υποστήριξης και ανάπτυξης της εταιρείας του λογισμικού. Η εμπειρία σε βάθος χρόνου και η γνώση του αντικειμένου από τους ειδικούς εγγυώνται την ποιότητα τέτοιων υπηρεσιών.

Το Euromedica, έχει τη δυνατότητα να δει σε πίνακα ή σε εποπτικά ιστογράμματα και διαγράμματα τη διαχρονική εξέλιξη των πωλήσεων, καθώς και των οικονομικών μεγεθών κάθε είδους, αλλά και συνολικά όλων των ειδών που διακινούνται μέσω του φαρμακείου. Μπορεί επίσης να δώσει μια καθαρή εικόνα από τη συγκριτική αξιολόγηση συναρτήσει του χρόνου, των οικονομικών παραμέτρων ομοειδών ειδών διαφόρων εταιρειών ή προϊόντων της ίδιας εταιρείας.

Αύξηση του περιθωρίου κέρδους

Το να μπορείς να παρακολουθήσεις αν ένα υπερστοκάρισμα ενός προϊόντος και η παραμονή του στο ράφι, εκμηδένισαν σχεδόν το κέρδος που είχες από την αρχική έκπτωση αγοράς, είναι σημαντικό για τα οικονομικά της επιχείρησης.

Στο πρόγραμμα FarmakoNet μέσα από καταστάσεις που δείχνουν την κινητικότητα του κάθε είδους ανά ημερομηνία, επισημαίνονται τα είδη που δεν έχουν κινηθεί για ένα χρονικό διάστημα, ενώ παράλληλα εμφανίζεται το υπόλοιπο του κάθε είδους καθώς και τα όρια minimum και maximum, στοιχεία που προστατεύουν το φαρμακοποιό από ασύμφορες παραγγελίες και αυξάνουν τη ρευστότητα και το κέρδος του.

Στο πρόγραμμα Dioscourides περιλαμβάνονται πολλές πληροφοριακές καταστάσεις με τις οποίες μπορεί ο φαρμακοποιός να παρακολουθήσει στοιχεία απαραίτητα για να προστατεύσει το κέρδος από ασύμφορες αγορές όπως:

- Συγκριτική τιμών Αγορών/Πωλήσεων
- Είδη που δεν έχουν κινηθεί
- Πωλήσεις ανά μήνα, κατηγορία ειδών, θέση (ράφι)
- Ταξινόμηση πωλήσεων με φθίνουσα ή αύξουσα σειρά.

Για τους φαρμακοποιούς που διατηρούν αποθήκη, το πρόγραμμα Euromedica παρέχει τη δυνατότητα εντοπισμού των ειδών που έχουν χάσει σημαντικό μέρος της αξίας τους μένοντας «στο ράφι» για μεγάλο χρονικό διάστημα και τα καταχωρεί σε ειδική λίστα, επιτρέποντάς τους να τα διαχειριστούν αναλόγως. Έτσι τους διευκολύνει να αποφύγουν το υπερστοκάρισμα και να μειώσουν τον όγκο των ληγμένων φαρμάκων.

Προσαρμογή της πολιτικής τιμών

Σε αρκετά παραφάρμακα και ιδιαίτερα σε καλλυντικά, πολλές φορές ο φαρμακοποιός κάνει εκπτώσεις σε καλούς του πελάτες. Αλλά ακόμη και σε μια περίοδο ειδικής προσφοράς μπορεί να θέλει τέλος σεζόν, να ξεστοκάρει ένα εποχιακό εμπόρευμα (π.χ. αντηλιακά, προϊόντα αδυνατίσματος, ορθοπεδικά υποδήματα κ.α.). Επίσης λαμβάνοντας υπόψη τον ανταγωνισμό στην περιοχή (π.χ. μια αλυσίδα καλλυντικών κοντά που διαθέτει ορισμένες μάρκες του φαρμακείου) αναγκάζεται το φαρμακείο να κάνει εκπτώσεις στις προτεινόμενες τιμές του τιμοκαταλόγου της εταιρείας.

Ο υπολογισμός της σωστής έκπτωσης είναι ένα από τα «κλειδιά» της κερδοφορίας σας. Σημαντική ενέργεια βέβαια είναι η παρακολούθηση, εάν αυτή η πολιτική τιμών τελικά ωφέλησε ή όχι την επιχείρηση. Το ίδιο και η στατιστική παρακολούθηση των αποτελεσμάτων μίας ειδικής προβολής μίας μάρκας ή μιας κατηγορίας προϊόντων, συγκριτικά με τις πωλήσεις της ίδιας κατηγορίας σε μια άλλη ίδια χρονική περίοδο χωρίς την ιδιαίτερη προβολή. Έτσι ο φαρμακοποιός μπορεί συγκεκριμένα να δει, ακόμη και εάν μειώνοντας το περιθώριο κέρδους του, αυξήθηκαν οι πωλήσεις του και πόσο κέρδισε παραπάνω από αυτή την ενέργεια και σε ποιους κωδικούς. Απαραίτητο εδώ είναι να έχει την πληροφόρηση από το σύστημα, μέχρι πόσο δηλαδή μπορεί να μειώσει τις τιμές του, ώστε να έχει αντιστάθμισμα το κέρδος του από την αύξηση των πωλήσεων.

Στο πρόγραμμα FarmakoNet έχουμε τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε μια εκπτωτική πολιτική σε επίπεδο πελάτη και κατηγορία προϊόντων. Έτσι ορίζουμε την έκπτωση που μπορούμε να κάνουμε σε έναν πελάτη βάσει του τζίρου που έχει κάνει ανά κατηγορία ειδών.

Στη συνέχεια μέσα από ενημερωτικές καταστάσεις ο φαρμακοποιός μπορεί να πληροφορηθεί για τον τζίρο του κάθε πελάτη ανά εταιρεία, το συνολικό τζίρο της κάθε εταιρείας ανά κατηγορία προϊόντων, καθώς και για την συνολική έκπτωση που έχει πάρει. Έχοντας αυτά τα στοιχεία, μπορεί να δει αν η αύξηση των πωλήσεων σε συνδυασμό με τις εκπτώσεις ή τη μείωση των τιμών που κάνει προς τους καλούς πελάτες του, του φέρνει αύξηση της κερδοφορίας.

Στο πρόγραμμα Dioscourides υπάρχει δυνατότητα να οριστούν ειδικοί τιμοκατάλογοι, τόσο σε κατηγορίες πελατών όσο και σε κατηγορίες προϊόντων με στόχο το «ξεστοκάρισμα» εποχιακών ή παροχή ποσοτικών εκπτώσεων ανά είδος ή ομάδες ειδών για συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Μέσω δε του Euromedica Windows, ο φαρμακοποιός έχει δυνατότητα να κάνει έκπτωση επί του ποσού και πληκτρολογεί απλά το ποσό που επιθυμεί να αφαιρέσει. Εάν επιθυμεί να κάνει ποσοστιαία έκπτωση, πληκτρολογεί αντίστοιχα το επιθυμητό ποσοστό. Επίσης, έχει τη δυνατότητα να διαπιστώσει εάν η προώθηση κάποιων προϊόντων προσφοράς έχει αποδώσει το προσδοκώμενο κέρδος.

Για να επιλέξω ένα λογισμικό εμπορικής διαχείρισης ή να αναβαθμίσω το ήδη υπάρχον, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή πάνω στα χαρακτηριστικά των εταιρειών πληροφορικής φαρμακείου!

Εφαρμογή συμπληρωματικής πρότασης και αύξηση της πιστότητας πελατείας

Η ύπαρξη προειδοποίησης κατά τη διάρκεια εκτέλεσης μια συνταγής στον πάγκο ή μιας πώλησης σε καλλυντικά ή άλλα παραφάρμακα, με πληροφορίες για το ποια άλλα προϊόντα μπορούν να συστηθούν στο συγκεκριμένο πρόβλημα ή ανάγκη του πελάτη, η ακόμη και η υπενθύμιση μίας ιδιαίτερης προσφοράς ή προβολής, αποτελούν εργαλεία όχι μόνο αύξησης των πωλήσεων αλλά και δημιουργίας ευχαριστημένου και πιστού πελατολογίου. Για να προτείνουμε τα κατάλληλα συμπληρωματικά προϊόντα στον πελάτη, με στόχο τη μεγιστοποίηση του οφέλους της αγωγής του, πρέπει να προσαρμόσουμε τη προσφορά και την προσέγγισή μας. Το λογισμικό μας και εδώ μπορεί να μας βοηθήσει, αρκεί να τροφοδοτήσουμε το σύστημα με την κατάλληλη πληροφόρηση, δηλαδή να εφοδιαστεί με καρτέλες ανά περίπτωση των βασικών και συμπληρωματικών προϊόντων, ανά ανάγκη υγείας ή ομορφιάς.

Το πρόγραμμα FarmakoNet έχει την υποδομή για την ενημέρωση και πληροφόρηση του πελάτη με συμπληρωματικά προϊόντα. Μέσα από κατάλληλα εργαλεία και πάντα με γνώμονα τις επιστημονικές γνώσεις του φαρμακοποιού, το πρόγραμμα εμφανίζει μηνύματα τα οποία υπενθυμίζουν στο φαρμακοποιό μια συμπληρωματική πρόταση που μπορεί να κάνει σε επίπεδο είδους – κατηγορίας και πάθησης. Το όφελος για την επιχείρηση είναι πολλαπλό, γιατί δείχνει στον πελάτη ότι ο φαρμακοποιός δεν εκτελεί απλά συνταγές, αλλά παρέχει και συμβουλευτικές υπηρεσίες για προϊόντα που εξυπηρετούν και προστατεύουν τον πελάτη.

Το πρόγραμμα Dioscourides μπορεί να αξιοποιηθεί στον τομέα αυτό με βάση την καταχώρηση των εταιρειών στις καρτέλες αποθήκης, τη δημιουργία κατάλληλων παραμέτρων (ομάδων) στατιστικής επεξεργασίας, οι οποίες μπορούν να φθάσουν μέχρι ένατο βαθμό ανάλυσης καθώς και με τη δημιουργία καταλλήλων παραμέτρων ομαδοποίησης των πελατών. Τέλος, υπάρχει η δυνατότητα να εξαχθούν στατιστικές καταστάσεις με συνδυασμό όλων των παραπάνω παραμέτρων.

Στο Euromedica Windows κατά τη διάρκεια της «εκτέλεσης» μίας συνταγής εμφανίζονται αυτόματα πληροφορίες που αφορούν τα φάρμακα και τα ομοειδή του. Επιπρόσθετα, έχει διεθνή πιστοποίηση από την πολυεθνική εταιρία Aegate για την ενσωμάτωση των δωρεάν υπηρεσιών της που παρέχονται σε πραγματικό χρόνο και αναφέρονται σε ημερομηνίες λήξης, ανακλήσεις, αλλαγές συσκευασίας και γνησιότητα φαρμάκων. Μ' αυτό τον τρόπο διευκολύνεται και ταυτόχρονα προστατεύεται τόσο ο έμπειρος φαρμακοποιός, όσο και ο νέος που έχει να αντιμετωπίσει πολλές δυσκολίες στο ξεκίνημά του.

Δημιουργία καρτελών πελατών για πιστό πελατολόγιο

Εκτός από τα προσωπικά στοιχεία των πελατών και τις αγορές τους, σε αυτές τις καρτέλες μπορούν να αναγράφονται και άλλα στοιχεία που αφορούν πόντους αγορών σε ορισμένες κατηγορίες παραφαρμάκων για ενέργειες επιβράβευσης πιστών πελατών, χωρίς απαραίτητα να υπάρχει ηλεκτρονική κάρτα πελάτη, ούτε να συμπληρώνει έντυπα και κουπόνια. Επίσης, με ένα ειδικό χειρισμό να μπορείτε να παίρνετε λίστες πελατών που αγοράζουν περισσότερο σε ορισμένες κατηγορίες και έτσι να οργανώστε μια ιδιαίτερη προβολή π.χ. για προϊόντα για τις νέες μητέρες, αλλά και γιατί όχι και μια εκδήλωση για την αντηλιακή προστασία ή την αντιγήρανση στοχευμένη στο δυνητικό σας πελατολόγιο.

Το πρόγραμμα FarmakoNet και εδώ δίνει μεγάλη βαρύτητα. Πέρα από το ιστορικό αγορών που κρατά ανά ημερομηνία, ο φαρμακοποιός μπορεί να καθορίσει και μία εκπτωτική πολιτική ανά πελάτη σε επίπεδο κατηγορίας προϊόντων ή ακόμα και στο ίδιο το προϊόν. Έτσι έχει τη δυνατότητα να κατασκευάσει σενάρια εκπτωτικής πολιτικής για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα και να στοχοποιήσει τον πελάτη, ώστε είτε με τη μέθοδο των πόντων και την εξαργύρωσή τους, είτε με την μορφή υπηρεσίας, εκπτώσεων και δώρων, ο πελάτης να επιβραβεύεται και να κερδίζει.

Η δομή και ο τρόπος λειτουργίας του Dioscourides θεωρούν ότι η δημιουργία και οργάνωση του αρχείου πελατών στο φαρμακείο, σε συνδυασμό με καταχώρηση των πωλήσεων σε παραστατικά με στοιχεία πελάτη, μπορούν να αποτελέσουν θεμελιώδη στοιχεία στην οικοδόμηση πιστού πελατολογίου.

Η δυνατότητα έκδοσης καρτών (loyalty card) εξυπηρετεί τους παραπάνω στόχους και επιπλέον δημιουργεί στον πελάτη το συναίσθημα ότι έχει μια πιο στενή σχέση, διαχρονική, με το φαρμακείο του. Με ιδιαίτερα απλουστευμένο τρόπο, τόσο κατά την διάρκεια της πώλησης, όσο και μετά, ο κάθε φαρμακοποιός μπο-

ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΣΤΗ ΣΕΛ. 50 >

[Πότε μπορούμε να πούμε «ευχαριστώ» στο λογισμικό μας;]

Δεν αρκεί πλέον σήμερα να έχετε ένα μηχανογραφικό σύστημα για την απλή έκδοση των παραστατικών και τη σύνταξη των μηχανογραφικών καταστάσεων ταμείων. Πρέπει να εκμεταλλευτείτε τα οφέλη μιας «πλήρους» μηχανοργάνωσης χωρίς φόβο και πάθος, που πηγάζουν ίσως από τη λανθασμένη εντύπωση ότι θα χάσετε χρόνο, αλλά κυρίως από άγνοια και τη μη εξοικείωση με τον υπολογιστή.

ΟΙ ΜΑΡΤΥΡΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΔΕΛΦΩΝ ΣΑΣ

ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ FARMAKONET

Χρήστος Ποντίκης, Καλαμάτα

Το φαρμακείο μου ξεκίνησε με μηχανογράφηση από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας του τον Αύγουστο του 1993, διότι θεωρούσα ότι η μηχανογράφηση θα μου έδινε ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην αγορά. Φυσικά, το να φτάσω στο σημείο που είμαι σήμερα δεν ήταν απλό. Ήταν μια συνεχής πορεία με απογοητεύσεις και πισωγυρίσματα αλλά και ικανοποίησης για τον απόλυτο έλεγχο της δουλειάς μου. Αυτή τη στιγμή οι συνεργάτες μου και εγώ, αλλά και στο φαρμακείο της γυναίκας μου, χρησιμοποιούμε κάθε σημείο της εφαρμογής του FarmakoNet. Συγκεκριμένα κρατάμε αποθήκη, κάνουμε ηλεκτρονική αποστολή των παραγγελιών στο συνεταιρισμό, ενημέρωση φαρμάκων και παραφαρμάκων ηλεκτρονικά, κρατάμε καρτέλες πελατών με κοινό πελατολόγιο αλλά και ιστορικό μεταξύ των δύο φαρμακείων, καρτέλες ασφαλιστικών ταμείων, κάνουμε έλεγχο φαρμάκων μέσω AEGATE, στατιστικά για ετήσιο αλλά και μηνιαίο έλεγχο, εκτύπωση τιμολογίων και αποδείξεων μέσω φορολογικού μηχανισμού, τήρηση εκκρεμοτήτων πελατών. Τα τελευταία χρόνια με τη χρήση του διαδικτύου έχω μια οθόνη του φαρμακείου μου όπου έχω το φορητό υπολογιστή (μέσα και έξω από την Ελλάδα). Είμαι ικανοποιημένος με τη συνεργασία μου με τους ανθρώπους της CSA ιδιαίτερα με την δεκτικότητά τους στις προτάσεις μου για αλλαγές στο πρόγραμμα, αφού έτσι νιώθω συμμέτοχος στην ανάπτυξη ενός βασικού εργαλείου της δουλειάς μου.

Άρτεμις Ποθητάκη, Πάτημα Χαλανδρίου

Κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στην Αγγλία είχα εργαστεί για σύντομο χρονικό διάστημα σε πλήρως μηχανογραφημένο φαρμακείο. Με γνώμονα την εμπειρία μου αυτή ήταν αυτονόητο ότι το φαρμακείο μου θα ήταν μηχανογραφημένο. Επέλεξα το πρόγραμμα FarmakoNet της CSA. Αρχικά ξεκίνησα κρατώντας αποθήκη που με βοήθησε πολύ στις παραγγελίες. Σταδιακά ενημέρωνα και το αρχείο παραφαρμάκων μου με τα barcodes και τις τιμές λιανικής ώστε να μπορώ να εξυπηρετώ πιο γρήγορα τους πελάτες μου. Αυτή ήταν μια διαδικασία επίπονη και χρονοβόρα αλλά σου λύνει τα χέρια σε ώρα αιχμής. Με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής παραγγελίας φαρμάκων εξοικονόμησα χρόνο, αλλά και τη δυνατότητα να πληροφορούμαι για την επάρκεια κάποιου είδους πέραν του ωραρίου της φαρμακαποθήκης. Όσο αφορά τις συνταγές, τις εκτυπώνω, όπως και τις καταστάσεις των ταμείων, με αποτέλεσμα ο έλεγχός τους στο τέλος του μήνα να είναι ταχύτερος και αποδοτικότερος. Αυτή τη στιγμή προσπαθώ να ξεκινήσω την εκτύπωση ετικετών με τις οδηγίες λήψης των φαρμάκων και ο επόμενος στόχος μου είναι να καταφέρω να διατηρώ ιστορικό των πελατών μου.

Ευχαριστώ το λογισμικό μου για όλα αυτά που κάνουν τη δουλειά μου ευκολότερη, αποδοτικότερη και κυρίως μου δίνουν χρόνο για να ασχοληθώ με τους πελάτες μου!

Ντίνα Δουβή, Ν. Ερυθραία Αττικής

Η μηχανοργάνωση του φαρμακείου μου ξεκίνησε πριν 12 χρόνια. Στην αρχή, όπως και οι περισσότεροι νομίζω συνάδελφοι, πίστευα πως ένα «πρόγραμμα φαρμακείου» απλώς θα με απάλλασσε από τον κόπο της αναζήτησης των τιμών των φαρμάκων από τον έντυπο τιμοκατάλογο. Σήμερα, μετά από αρκετή προσωπική προσπάθεια και με την τεχνική υποστήριξη της CSA, νομίζω πως το επίπεδο μηχανοργάνωσης του φαρμακείου μου είναι πολύ ικανοποιητικό. Η δυνατότητα καθημερινής παρακολούθησης της αποθήκης μου, ο έλεγχος της εξέλιξης και της διακύμανσης των αγορών και των πωλήσεων ανά ομάδες κωδικών, η διαρκής πρόσβαση στο ιστορικό των πελατών, η εύκολη διαχείριση των συνταγών και του μητρώου των προμηθευτών μου, η λογιστικοποίηση των κινήσεων του ταμείου κ.λπ. αποτελούν απλώς ένα μικρό δείγμα των δυνατοτήτων του προγράμματος FarmakoNet, τις οποίες αξιοποιώ πλέον σε καθημερινή βάση. Η γνώμη μου είναι πως η προσπάθειά μας να εξοικειωθούμε με το μεγάλο, ομολογουμένως, πλήθος των επιμέρους λειτουργιών του προγράμματος, άξιζε και με το παραπάνω τον κόπο. Το άμεσο όφελος σε πολλά επίπεδα είναι πράγματι σημαντικό και μετρήσιμο. Και να σκεφτεί κανείς ότι, όπως μου λένε από την CSA, ούτε τις μισές από τις διαθέσιμες δυνατότητες του προγράμματος δεν αξιοποιώ ακόμα πλήρως!

ρεί να καταχωρήσει τη συναλλαγή μέσω κάρτας, να διαχειρίζεται τις παροχές προς τους πελάτες του, να διαχειρίζεται τις σχετιζόμενες προωθητικές ενέργειες με τις σχετιζόμενες αλυσίδες, ομίλους, εταιρείες κ.λπ. και βεβαίως να αξιοποιεί τα δεδομένα που αφορούν κάρτες πελατών για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη αξιοποίηση του πελατολογίου του.
Αλλά και για το Euromedica η χρήση της «κάρτας πελάτη» αποτελεί βασική λειτουργία του προγράμματος που συμβάλλει δραστικά για ένα πιστό πελατολόγιο. Με ένα απλό σκανάρισμα της κάρτας εμφανίζεται η αναλυτική καρτέλα του πελάτη, με όλες τις χρήσιμες πληροφορίες του ιστορικού των αγορών του και έτσι ο φαρμακοποιός μπορεί να κρίνει την αρμόζουσα ανταμοιβή του πελάτη για αγορά παραφαρμάκων, που μεταφράζεται είτε σε χρηματική έκπτωση, είτε σε κάποιο δώρο. ■

Πόπη Χαραμή

Στο παρόν αφιέρωμα αναφέρθηκαν μόνο τα κυριότερα πρωτογενή προγράμματα της αγοράς και όχι αυτά που δημιουργήθηκαν από τα δίκτυα φαρμακείων

ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ EUROMEDICA

Ανέστης Μηστρίδης,
Κατερίνη

Χρησιμοποιώ το Euromedica περίπου είκοσι χρόνια και εξακολουθώ να είμαι απόλυτα ευχαριστημένος και δικαιωμένος που το εμπιστεύτηκα. Είναι εξαιρετικά απλό και έχει πανελλήνιες καινοτομίες πάντα, όπως η σύνδεση με το μοναδικό ελληνικό ρομπότ φαρμακείου Art&Smart το οποίο και αγόρασα. Με την καινοτομία αυτή αυξήθηκε η πελατεία, γιατί ο κόσμος εντυπωσιάζεται από τον εκσυγχρονισμό του φαρμακείου μου και από την ταχύτητα της εξυπηρέτησης. Με το πρόγραμμά μου και το ρομπότ εξοικονομώ χρόνο και χρήμα, γιατί εξυπηρετώ τους πελάτες σε δευτερόλεπτα και χωρίς την περίπτωση να γίνει κάποιο λάθος. Έτσι, μένει χρόνος για προσωπική επαφή με τους πελάτες και για την προώθηση των υπολοίπων προϊόντων μου και φυσικά κερδίζω την εμπιστοσύνη και την προτίμησή τους. Αυτό αποδεικνύεται καθημερινά από την αύξηση των πωλήσεων. Εκμεταλλεύομαι πλήρως τη λειτουργία του προγράμματος που αφορά τα στατιστικά στοιχεία των πωλήσεων, καθώς και τη λειτουργία της αποθήκης και των ζημιογόνων ειδών. Έτσι έχω τη δυνατότητα να κάνω έξυπνες αγορές, να πετύχω καλύτερες προσφορές και να έχω την πολυτέλεια να προωθώ τα προϊόντα που εγώ επιθυμώ. Το γεγονός ότι χρησιμοποιώ ένα τόσο απλό πρόγραμμα φαρμακείου με βοήθησε σε κάτι ακόμα πολύ βασικό: Ήταν ελάχιστες οι φορές που χρειάστηκα καθοδήγηση και βοήθεια για τη χρήση του προγράμματος. Αλλά και όταν τη χρειάστηκα, βοηθήθηκα άμεσα και αποτελεσματικά.

Στέφανος Κουλουρίδας,
Τρίκαλα

Θεωρώ ότι το πρόγραμμα Euromedica είναι ένα εξελιγμένο σύστημα διαχείρισης για κάθε φαρμακείο. Το βασικό πλεονέκτημά του είναι η ευκολία στη χρήση, που συνεπάγεται γρήγορη προσαρμογή του χρήστη στην εφαρμογή. Η ευχρηστία αυτή εξασφαλίζει τον περιορισμό λαθών καθώς και μια ευχάριστη διαδικασία διαχείρισης για τον υπάλληλο, ο οποίος αποτελεί και τον πιο εντατικό χρήστη του προγράμματος. Στο φαρμακείο μας αποτελεί εργαλείο για τη σωστή διαχείριση της αποθήκης φαρμάκων και όχι μόνο. Οι συγκεντρωτικές καταστάσεις ορίζονται αυτόματα, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα παραμετροποίησης των στοιχείων που θα εκτυπωθούν. Η τηλεφωνική υποστήριξη από την εταιρεία είναι άμεση και εγγυάται τη γρήγορη επίλυση του προβλήματος που μπορεί να προκύψει. Είναι αλήθεια ότι το πρόγραμμα ενημερώνεται έγκαιρα για όλες τις μεταβολές που μπορεί να προκύψουν. Το Euromedica αποτελεί μια καλή entry-level λύση για το σύγχρονο φαρμακείο.

Γιάννης Μακρυγιάννης,
πρόεδρος Φαρμακευτικού Συλλόγου Λάρισας

Είμαι θερμός υποστηρικτής του προγράμματος Euromedica. Πιστεύω στην αποτελεσματική λειτουργικότητά του και την πληθώρα των δυνατοτήτων που μου προσφέρει. Είναι εξαιρετικά απλό στη χρήση και έχει πάρα πολύ καλή υποστήριξη, που είναι ίσως και το πιο βασικό απ' όλα.
Αυτό που μου αρέσει είναι ότι διαρκώς ακολουθεί τις εξελίξεις και αναβαθμίζεται. Ενδεικτικά μόνο αναφέρω ότι η κάρτα πελάτη με τη συγκεκριμένη μορφή που λειτουργεί, αυξάνει την πελατεία του φαρμακείου. Επίσης, η εταιρεία Europharmacy που το διακινεί, πρώτη πανελλήνιως συνεργάστηκε με την πολυεθνική εταιρεία Aegate και ενημερώνει το φαρμακοποιό μέσω του προγράμματος, πέρα από την τιμή και τη μορφή του φαρμάκου, για τις ιδιαιτερότητές του, τον τρόπο συντήρησής του, τη χρήση του, τη δοσολογία του, την ημερομηνία λήξης του, τη γνησιότητά του, τις ενδείξεις και αντενδείξεις του και άλλες πληροφορίες.
Χρησιμοποιώντας το Euromedica στο φαρμακείο μας γλιτώνουμε χρόνο και κερδίζουμε χρήματα, αφού αυξάνεται το πελατολόγιό μας.

ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ DIOSKOURIDES

Στέλιος Κακαγιάννης,
Ηλιούπολη

Η μηχανοργάνωση; Μια πικρή ιστορία για μας με αίσιο τέλος! Το 1989 εγκαθιστώ στο φαρμακείο τον πρώτο ηλεκτρονικό υπολογιστή σε περιβάλλον DOS με σκληρό δίσκο 20MByte με αρκετά προβλήματα στις εφαρμογές. Παραμονές της νέας χιλιετίας μπαίνουμε στα Windows, επιλέγοντας το πρόγραμμα της εταιρείας ΙΛΥΔΑ σε περιβάλλον DOS που εξελίχθηκε στη συνέχεια. Τώρα λέγεται Megatron και έχει τεράστιες δυνατότητες. Έτσι από το 2005 με ένα server απόλυτα «αφοσιωμένο» να καθοδηγεί τα 9 τερματικά μας, δομήσαμε ένα καλά μηχανογραφημένο φαρμακείο.
Ξεφεύγοντας από τα τετριμμένα και «σκαλίζοντας» τις δυνατότητες που δίνει ο SQL-Server, βγάζουμε παραγγελίες με υπολογισμό τη μέχρι τώρα κίνηση σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα με προϋπολογισμένη πιθανή μεταβολή, εκτελούμε τις εργαστηριακές συνταγές, κρατώντας πλήρες αρχείο των συνταγών πελατών, βγάζουμε στατιστικά στοιχεία αγορών, πωλήσεων και συγκριτικά τους.
Το κλείσιμο των συνταγών στο τέλος του μήνα μαζί με την έκδοση των τιμολογίων, καταστάσεων και την τοποθέτησή τους σε φακέλους δεν ξεπερνά τη μισή ώρα! Οι παραγγελίες προς τους προμηθευτές εκτός φαρμακαποθήκης, βγαίνουν σε λιγότερο από 1 λεπτό! Έτσι δεν παραγγέλνεται τίποτα περισσότερο από αυτό που θα χρειασθεί μέχρι την επόμενη επίσκεψη και δεν θα λείψει τίποτα. Αποτέλεσμα, η μείωση του στοκ κατά 40%.
Το πρόγραμμα διαχειρίζεται πλήρως τα βιβλία Γ' κατηγορίας, την κάρτα καταναλωτών αλλά και κάτι πάρα πολύ χρήσιμο για την δουλειά μας: Κάνει διαχείριση logistic, δηλαδή παραλαβές αγορών, επιστροφές αγορών, απογραφές με φορητά ασύρματα τερματικά.
Η σταθερότητα του προγράμματος Dioscourides τα τελευταία χρόνια φαίνεται από το γεγονός ότι τα τηλεφωνήματα προς την εταιρεία ΙΛΥΔΑ έχουν περιορισθεί τόσο, που για να μην ξεχαστούμε, τα λέμε μόνο για τις εθιμοτυπικές ευχές.

Νίκος Βαρλάμης,
Θεσσαλονίκη

Η μηχανογράφηση του φαρμακείου μου ξεκίνησε το 1989. Από τότε, και μέσα από την ικανότητα αναβάθμισης και προσαρμογής του λογισμικού αλλά και του εξοπλισμού στις απαιτήσεις τόσο τις δικές μου όσο και των «καιρών», η μηχανοργάνωση αποτελεί το βασικό εργαλείο της δουλειάς μου.
Το πρόγραμμα διαχείρισης φαρμακείου «Dioscourides» καλύπτει απόλυτα και τους δύο ρόλους μου, ως φαρμακοποιού - επιστήμονα, που πρέπει να δίνει συμβουλές και σωστές πληροφορίες για τα προβλήματα υγείας και ομορφιάς και αυτόν του μάνατζερ που διευθύνει μια επιχείρηση η οποία πρέπει να λειτουργεί σωστά και κερδοφόρα.
Ενδεικτικά αναφέρω τα βασικότερα σημεία των εφαρμογών που αξιοποιώ στο φαρμακείο: Πωλήσεις και εκτέλεση συνταγών. Ταξινόμηση και ανεύρεση φαρμάκων. Αναλυτική παρακολούθηση αρχείου πελατών και παροχή μπόνους σε πελάτες μέσα από κάρτα προνομίων. Αρχεία αποθήκης με αναλυτική παρακολούθηση αποθεμάτων και τιμοκαταλόγων. Αυτόματη δημιουργία παραγγελιών, αποστολή τους ηλεκτρονικά στον προμηθευτή και ταυτόχρονη λήψη του τιμολογίου και καταγραφή του. Μηχανογραφική υποβολή των συγκεντρωτικών καταστάσεων και τιμολογίων στα ασφαλιστικά ταμεία. Αυτόματη ενημέρωση του λογιστηρίου από τα παραστατικά πωλήσεων και αγορών και μηχανογραφική παρακολούθηση βιβλίου Εσόδων-Εξόδων, ΦΠΑ, συγκεντρωτικής κατάστασης τιμολογίων και υπολοίπων πελατών-προμηθευτών.
Τα παραπάνω κινούνται στην κατεύθυνση παροχής υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους πελάτες μου και ταυτόχρονα μου προσφέρουν την πλήρη εικόνα και έλεγχο της επιχείρησης.

Γιώργος Τοράκης,
Χολαργός

Στο φαρμακείο η μηχανοργάνωση ξεκίνησε το 1998, 6 μήνες μετά την ίδρυσή του, με την εφαρμογή Dioscourides και φυσικά εξελίχθηκε. Στην εφαρμογή χρησιμοποιούμε τις πωλήσεις για να περνάμε συνταγές σε πρώτο χρόνο, να ελέγχουμε υπόλοιπα προϊόντων, δοσολογίες, ομοειδή σκευάσματα, ημερομηνίες λήξης, διαχείριση δανεικών. Δημιουργώντας σταδιακά βάση δεδομένων πελατολογίου, μπορούμε να αποφεύγουμε υπερδανεισμό ή υπερσυνταγογράφηση και να κρατάμε χαμηλά τα όρια του πρώτου, αναλόγως του τζίρου. Στις αγορές από φαρμακαποθήκες, καθημερινά η παραγγελία βγαίνει βάσει πωλήσεων, ενώ στις αγορές από εταιρείες, οι παραγγελίες γίνονται βάσει πωλήσεων μηνιαίας κλίμακας, με αποτέλεσμα τη διατήρηση χαμηλού στοκ και εξοικονόμηση χρήματος. Οι παραλαβές γίνονται γρήγορα, αναλόγως του όγκου, με τη χρήση φορητού τερματικού. Αυτό βοηθάει σε συνδυασμό με τις παραμέτρους της εφαρμογής, στις απογραφές. Όσα προϊόντα δεν έχουν, αποκτούν barcode με χρήση θερμικού barcode creator. Στο τέλος του μήνα οι καταστάσεις και τα τιμολόγια προς τα ταμεία βγαίνουν όλα μηχανογραφημένα, με αποτέλεσμα εξοικονόμηση πολύτιμου ελεύθερου χρόνου.

Οι μυκητιάσεις του καλοκαιριού

Πολύ συχνά τώρα το καλοκαίρι αντιμετωπίζετε ασθενείς –πελάτες που ζητούν τη συμβουλή σας σε δερματολογικά προβλήματα που οφείλονται σε μύκητες. Εάν η διάγνωση απλών περιπτώσεων για σας είναι εύκολη λόγω της εμπειρίας σας, σας βοηθάμε με το παρόν άρθρο να εμπλουτίσετε τις γνώσεις και να μεγιστοποιήσετε τη όλη συμβουλευτική σας προσέγγιση.

3 συχνές περιπτώσεις του πάγκου

1η περίπτωση: Το «πόδι του αθλητή»

«Εδώ και λίγο καιρό που πηγαίνω στο γυμναστήριο και στην πισίνα, αισθάνθηκα μια ενόχληση ανάμεσα στα δάχτυλα του ποδιού μου. Σήμερα δε το πρωί είδα ότι το δέρμα εκεί έχει σκάσει και νοιώθω ενόχληση και τσούξιμο. Τι μπορώ να κάνω;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Έχετε το λεγόμενο "πόδι του αθλητή", μια επιφανειακή μυκητίαση που παρουσιάζεται κυρίως στα πόδια που ιδρώνουν από τη ζέστη και είναι κλειστά σε αθλητικά παπούτσια που δεν αερίζονται. Συχνά ο μύκητας μεταδίδεται από μέρη υγρά και ζεστά όπως η πισίνα και το γυμναστήριο. Θα πρέπει να αρχίσετε θεραπεία άμεσα γιατί, μπορεί να έχετε εκτός από τις ενοχλήσεις και επιπλοκές αργότερα».

Το «πόδι του αθλητή» είναι μία επιφανειακή μυκητίαση, πολύ συχνή στις δυτικές χώρες, και οφείλεται σε δερματόφυτα. Προσβάλει στην Ευρώπη σχεδόν το 25% των ενηλίκων κυρίως νέων. Προκαλείται από μικροσκοπικούς μύκητες ,τα δερματόφυτα, που τρέφονται με την κερατίνη της επιδερμίδας, διασπώντας την με ειδικά ένζυμα.

Πώς γίνεται η επιμόλυνση

Μία επιμόλυνση από δερματόφυτα οφείλεται είτε σε άμεση επαφή (με άλλα άτομα επιμολυσμένα ή με τους ίδιους τους μύκητες) ή σε έμμεση (πισίνα, ρουχισμός) με νεκρά επιμολυσμένα κύτταρα της επιδερμίδας. Βέβαια μια απλή επαφή δεν συνάγει πάντα λοίμωξη.

Η εξέλιξη μίας επιφανειακής μυκητίασης συνδέεται και με άλλους παράγοντες που την ευνοούν.

- Έλλειψη μίας σωστής υγιεινής
- Ζέστη και η υγρασία (υπέρμετρη εφίδρωση, παραμονή σε υγρούς και ζεστούς χώρους)
- Μία βλάβη του δέρματος, ένας τραυματισμός
- Ορισμένα επαγγέλματα που έρχονται συχνά σε επαφή με το νερό
- Η ανοσοκαταστολή (χημειοθεραπεία, κορτικοειδή, ανοσοκατασταλτικά...), ένας διαβήτης, ή αγγειακές παθήσεις, μπορούν να επιβαρύνουν την εξάπλωση των μυκητίασης και να κάνουν τη θεραπεία πιο δύσκολη.

Τα συμπτώματα

Η εικόνα στο «πόδι του αθλητή» είναι χαρακτηριστική: διάβρωση και απολέπιση στο δέρμα κυρίως στα μεσοδακτύλια διαστήματα μεταξύ 4ου και 5ου δακτύλου, με ερύθημα και κνησμό .

Διακρίνουμε δύο τύπους μυκητίασης των ποδιών:

- Την οξεία φλεγμονώδη δερματοφυτία, που χαρακτηρίζεται από οξύ φυσαλιδώδες εξάνθημα στα μεσοδακτύλια διαστήματα με έντονη φαγούρα και πόνο, η οποία συνήθως αποτελεί συνέχεια μιας χρόνιας κατάστασης με ήπια συμπτώματα
- Τη χρόνια δερματοφυτία των ποδιών. Εδώ η κατάσταση χαρακτηρίζεται από πιο ήπια συμπτώματα με ελαφρό ερύθημα, κνησμό και απολέπιση.

ΠΟΤΕ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΑΡΑΠΕΜΨΕΤΕ ΣΤΟ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟ

Πρέπει να συστήσετε στον ασθενή πελάτη σας την επίσκεψη σε ειδικό δερματολόγο στις παρακάτω περιπτώσεις:

- **Άγνοια διάγνωσης**
- **Υποψία για ένα άλλο αίτιο της βλάβης (ψωρίαση, λοίμωξη από βακτήρια)**
- **Άτυπη βλάβη δυσιδρωσική**
- **Εξαπλωμένες πολλαπλές βλάβες**
- **Επιμόλυνση και των νυχιών**
- **Άτομο με ανοσοκαταστολή ή διαβητικό**
- **Υποτροπιάζουσα βλάβη**
- **Μη ανταπόκριση σε μια απλή τοπική αντι-μυκητιασική αγωγή**

Η εξέλιξη

Μετά από μερικές εβδομάδες, εάν δεν γίνει θεραπεία, η δερματοφυτία μπορεί να επεκταθεί στις φτέρνες, τα πέλματα, ακόμη και τα νύχια και τα συμπτώματα να επιδεινωθούν ή ακόμη και να γίνει επιμόλυνση των βλαβών με βακτήρια. Είναι λοιπόν σημαντικό να φροντίσουμε άμεσα τη δερματοφυτία κυρίως από το αρχικό της στάδιο, όταν διαπιστωθούν αλλοιώσεις στα μεσοδακτύλια διαστήματα και η παρακολούθηση να είναι πιο επιμελής κυρίως σε άτομα διαβητικά που αυτή η μυκητίαση μπορεί να οδηγήσει σε πιο σοβαρές λοιμώξεις αλλά και σε άτομα με συχνές υποτροπές.

Οι θεραπευτικές προσεγγίσεις

Για την επιφανειακή και ήπια δερματοφυτία των ποδιών η θεραπεία βασίζεται σε ένα τοπικό αντιμυκητιασικό, σε συνδυασμό με ορισμένους κανόνες υγιεινής.

Τα τοπικά αντιμυκητιασικά φάρμακα είναι πολλά, όπως τα παράγωγα του ιμιδαζολίου, η κυκλοπιροξολαμίνη και η τολναφτάτη. Οι περισσότερες διαθέσιμες θεραπείες είναι διάρκειας 1 έως 4 εβδομάδων και απαιτείται εφαρμογή μία ή και δύο φορές καθημερινά. Σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες ιδιαίτερα «στο πόδι του αθλητή» οι αλλυλαμίνες, στην οικογένεια των οποίων ανήκει η τερβιναφίνη, αποδείχθηκαν ιδιαίτερα αποτελεσματικές.

Πρόσφατα κυκλοφόρησε στην Ελλάδα από τη Novartis μία νέα θεραπεία για τις δερματομυκητιάσεις ποδός (Πόδι του Αθλητή) με την οποία μία μόνο εφαρμογή αρκεί, το Lamisil Once® (τερβιναφίνη 1%). Σε αντίθεση με τα άλλα αντιμυκητιασικά προϊόντα που χρειάζονται έως και 4 εβδομάδες καθημερινής χρήσης, το Lamisil Once® εφαρμόζεται τοπικά μία φορά. Αρχίζει να δρα από τα πρώτα 30 λεπτά και συνεχίζει την δράση του για τις επόμενες 13 ημέρες, απαλλάσσοντας τους ασθενείς από την ανάγκη καθημερινής χρήσης φαρμάκων. Η εφαρμογή του γίνεται στο πέλμα και σε όλες τις πλευρές των δυο ποδιών και όχι μόνο στις ορατά προσβεβλημένες περιοχές. Για την επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων προτείνεται τα πόδια να παραμείνουν στεγνά για μία μέρα μετά την εφαρμογή.

Οι συμβουλές υγιεινής

Κατά τη διάρκεια της θεραπείας δώστε τις απαραίτητες συμβουλές υγιεινής στον ασθενή – πελάτη σας:

- Τακτικό πλύσιμο με ένα αντιμικροβιακό σαπούνι,
- Σκούπισμα και καλό στέγνωμα των ποδιών, ιδιαίτερα στα μεσοδακτύλια διαστήματα,
- Συχνή αλλαγή πετσέτας, καθημερινή αλλαγή καλτσών και πλύσιμο του ρουχισμού που έρχεται σε επαφή με τα πόδια στους 60°C.
- Φροντίδα των παπουτσιών με μια αντιμυκητιασική πούδρα.

Για αποφυγή επιμόλυνσης του περιβάλλοντος οι συμβουλές είναι:

- Μην περπατάτε με γυμνά πόδια στο σπίτι
- Καθαρίζετε συχνά τα δάπεδα και τη μπανιέρα με αντιμικροβιακά απορρυπαντικά
- Απολυμαίνετε με οινόπνευμα 70° όλα τα εξαρτήματα μανικιούρ
- Μη χρησιμοποιείτε κοινές πετσέτες ή παντόφλες με άλλα άτομα του περιβάλλοντός σας.

Οι συχνές υποτροπές

Οι μη θεραπευτικά επιτυχείς αγωγές είναι ένα σύνηθες φαινόμενο για αυτούς που υποφέρουν από δερματομυκητιάσεις ποδών (Πόδι του Αθλητή). Η μεγάλη διάρκεια χρήσης που απαιτούν τα περισσότερα αντιμυκητιασικά προϊόντα για την επίτευξη θεραπείας, καθώς και η γενικότερη έλλειψη κατανόησης της φύσης της συγκεκριμένης πάθησης, οδηγεί συχνά τους ασθενείς στη μη σωστή χρήση ή εγκατάλειψη της θεραπείας πριν την πλήρη ίαση, αφού τα συμπτώματα βελτιώνονται από τις πρώτες μέρες της θεραπείας.

Σύμφωνα με μελέτες οι ασθενείς εμφανίζουν υποτροπές στο «πόδι του αθλητή» για 7 έτη κατά μέσο όρο και το 64% αυτών υποτροπιάζει σχεδόν 4 φορές το χρόνο. Επίσης στο ένα τρίτο των περιπτώσεων τα τοπικά αντιμυκητιασικά εφαρμόζονται μόνο μεταξύ των δακτύλων, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην εξάπλωση του μύκητα και σε άλλα σημεία του άκρου ποδός, χωρίς εμφανή συμπτώματα. Για αυτό συνιστάται η αγωγή και στα δύο πόδια και σε όλη την επιφάνεια, επιμένοντας ιδιαίτερα στα μεσοδακτύλια διαστήματα.

Τέλος οι υποτροπές οφείλονται στη χρήση παπουτσιών που έχουν επιμολυνθεί με γυμνά πόδια, η περπάτημα σε χώρους με βρεγμένο δάπεδο (πισίνα, πλαζ).

Για την καθημερινή προστασία σε άτομα με συχνές υποτροπές ή σε άτομα με προδιάθεση, η σειρά φροντίδας ποδιών GEHWOL διαθέτει προϊόντα τα οποία περιέχουν κλοτριμαζόλη, ένα δραστικό συστατικό ενάντια στους μύκητες.

Η σειρά περιλαμβάνει την GEHWOL med Protective Nail & Skin Cream, μια προστατευτική κρέμα με αντιμυκητιασική δράση για τα δάχτυλα των ποδιών και τα νύχια των άκρων, το προστατευτικό λάδι GEHWOL med Nail & Skin Oil για νύχια και δέρμα καθώς και το προστατευτικό Stick νυχιών GEHWOL med Protection Pen.

Μύκητες Ποδιών?

Νέο

LAMISIL ONCE®
Terbinafine 1%

Η μόνη θεραπεία με 1 μόνο εφαρμογή

για τη δερματομυκητίαση ποδών

APR/2009/LAM.O/MD/4 JAT/1 [1]

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ (SmPC)

1. Εμπορική ονομασία του φαρμακευτικού προϊόντος Lamisil ONCE® δερματικό διάλυμα 1% 2. Ποιοτική και ποσοτική σύνθεση σε δραστικά συστατικά. Κάθε γραμμάριο δερματικού διαλύματος περιέχει 10 mg τερβιναφίνης (ως υδροχλωρική). **4. Κλινικά στοιχεία 4.1 Θεραπευτικές ενδείξεις** Θεραπεία για την δερματομυκητίαση ποδών (tinea pedis -πόδι του αθλητή).- βλέπε παράγραφο 4.4 **4.2 Δοσολογία και τρόπος χορήγησης** Ενήλικες : μία και μόνη εφαρμογή.Το Lamisil ONCE® θα πρέπει να εφαρμόζεται μία φορά και στα δύο πόδια, ακόμα και στην περίπτωση που οι βλάβες είναι ορατές μόνο στο ένα πόδι. Αυτό εξασφαλίζει την εξαφάνιση των μυκήτων (δερματόφυτα) οι οποίοι μπορεί να υπάρχουν σε περιοχές του ποδιού όπου δεν υπάρχουν ορατές βλάβες. Οι ασθενείς θα πρέπει να πλένουν και να στεγνώνουν και τα δύο πόδια και χέρια πριν την εφαρμογή του φαρμακευτικού προϊόντος. Πρώτα θα πρέπει να περιποιούνται το ένα πόδι και έπειτα το άλλο. Ξεκινώντας μεταξύ των δακτύλων των ποδιών, οι ασθενείς θα πρέπει να εφαρμόζουν ένα λεπτό στρώμα σε όλη την επιφάνεια ακόμα και μεταξύ των δακτύλων, καθώς και στα πέλματα και στα πλάγια του ποδιού έως και σε ύψος 1,5 cm. Το φαρμακευτικό προϊόν θα πρέπει να εφαρμόζεται με τον ίδιο τρόπο και στο άλλο πόδι, ακόμα και αν το δέρμα φαίνεται υγιές. Το φαρμακευτικό προϊόν θα πρέπει να αφήνεται να στεγνώσει για 1-2 λεπτά για να σχηματιστεί ένα στρώμα (film). Οι ασθενείς θα πρέπει έπειτα να πλένουν τα χέρια τους. Δεν θα πρέπει να γίνεται μάλαξη του Lamisil ONCE® στο δέρμα. Για καλύτερα αποτελέσματα, η υπό θεραπεία περιοχή δεν θα πρέπει να πλένεται για 24 ώρες μετά την εφαρμογή. Συνιστάται, επομένως, το Lamisil ONCE® να εφαρμόζεται μετά το ντους ή το μπάνιο και να περιμένετε μέχρι την ίδια ώρα την επόμενη μέρα πριν να πλύνετε τα πόδια σας ξανά, μετά το πλύσιμο, τα πόδια πρέπει να στεγνώνονται με ήπιες κινήσεις. Οι ασθενείς θα πρέπει να χρησιμοποιούν την απαιτούμενη ποσότητα για την κάλυψη και των δύο ποδιών, όπως εξηγείται παραπάνω. Οποιαδήποτε ποσότητα του φαρμάκου που δεν χρησιμοποιήθηκε θα πρέπει να πετάτε. Η ανακούφιση από τα κλινικά συμπτώματα συμβαίνει συνήθως σε μερικές ημέρες. Αν δεν υπάρξουν σημεία βελτίωσης μετά από μία εβδομάδα, η διάγνωση πρέπει να αναθεωρείται και οι ασθενείς θα πρέπει να επισκέπτονται γιατρό. Δεν υπάρχουν δεδομένα σχετικά με επαναληπτική θεραπεία με το Lamisil ONCE®.Επομένως, δεν συνιστάται δεύτερη θεραπεία για ένα συγκεκριμένο επεισόδιο δερματομυκητίασης "ποδιού του αθλητή". Παιδιά και έφηβοι: Το Lamisil ONCE® δεν έχει μελετηθεί στον παιδιατρικό πληθυσμό. Η χρήση του επομένως δεν συνιστάται σε ασθενείς ηλικίας μικρότερης των 18 ετών. Ηλικιωμένοι: Δεν απαιτείται διαφοροποίηση της δοσολογίας **4.3 Αντενδείξεις** Υπερευαισθησία στην τερβιναφίνη ή σε οποιοδήποτε από τα έκδοχα **4.4 Ιδιαίτερες προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση.** Το Lamisil ONCE® δεν συνιστάται για την αντιμετώπιση της χρόνιας υπερκερατωτικής δερματομυκητίασης των πελμάτων (tinea pedis -τύπου moccasin).Το Lamisil ONCE® προορίζεται μόνο για εξωτερική χρήση. Δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται στο πρόσωπο, καθώς ενδέχεται να προκαλέσει ερεθισμό στα μάτια. Σε περίπτωση τυχαίας επαφής με τα μάτια, ξεπλύνετε σχολαστικά τα μάτια με πραγματικό νερό. Στην περίπτωση αλλεργικής αντίδρασης, το στρώμα (φιλμ) θα πρέπει να αφαιρεθεί με έναν οργανικό διαλύτη όπως το μεθυλικό αλκοόλ και τα πόδια να πλυθούν με ζεστό νερό και σαπούνι. Περιέχει αιθανόλη. Κρατήστε το μακριά από γυμνή φλόγα. **4.5 Αντιπάθειες ενέργειες** Στις ανεπιθύμητες ενέργειες περιλαμβάνονται ήπιες και προσωρινές αντιδράσεις στο σημείο εφαρμογής. Σε πολύ σπάνιες περιπτώσεις, μπορεί να εκδηλωθούν αλλεργικές αντιδράσεις. Διαταραχές του δέρματος και του υποδόριου ιστού: Πολύ σπάνιες (<1/10.000, συμπεριλαμβανομένων και των μεμονωμένων αναφορών): αλλεργικές αντιδράσεις όπως εξάνθημα, κνησμός, δερματικές φυσαλίδες και κνίδωση. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις στο σημείο χορήγησης : Μη κοινές (>1/1.000, <1/100): αντιδράσεις στο σημείο εφαρμογής όπως ξηρότητα δέρματος, ερεθισμός δέρματος ή αίσθηση καύσου. **7. Κάτοχος άδειας κυκλοφορίας** Novartis (Hellas) AEBE **8. Αριθμός άδειας κυκλοφορίας** 31334 **Τρόπος Διάθεσης: Το προϊόν αυτό χορηγείται και χωρίς ιατρική συνταγή. Λ.Τ.:10,996-Χ.Τ.:7,47€ «Περαιτέρω πληροφορίες διατίθενται από τον Κάτοχο Αδείας κυκλοφορίας»**

NOVARTIS

Novartis (Hellas) A.E.B.E.
Τ.Θ.5200Ι
144 10 Μεταμόρφωση
Τηλ. 210 28 11.712
www.novartis.gr

ΦΑΡΜΑΚΟΕΠΑΓΡΥΠΝΗΣΗ: 210 28 28 812

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή.
Σημειώσατε την "ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ"
Ανοφάρατε:
- ΟΛΕΣ τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Νέα φάρμακα &
- Τις ΣΟΒΑΡΕΣ ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Γνωστά φάρμακα

ΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΩΝ ΥΠΟΤΡΟΠΩΝ

- **Στεγνώνετε καλά τα πόδια ανάμεσα στα δάχτυλα**
- **Αλλάζετε κάλτσες κάθε μέρα και προτιμάτε τις βαμβακερές**
- **Προτιμάτε παπούτσια από δέρμα ή που αερίζονται**
- **Χρησιμοποιείστε ειδικά προϊόντα για την εφίδρωση των ποδιών**
- **Αποφεύγετε να πατάτε ξυπόλυτοι στο χώρο γύρω από τη πισίνα ή στο γυμναστήριο**
- **Κόψτε κοντά τα νύχια**

2η περίπτωση: Οι ονυχομυκητιάσεις

«Μερικά νύχια του ποδιού μου πάχυναν και έχουν αλλάξει χρώμα και όψη. Αυτό άρχισε από το νύχι στο μεγάλο δάκτυλο και τώρα έχει εξαπλωθεί σχεδόν σε όλα τα νύχια. Τι μπορώ να κάνω;»

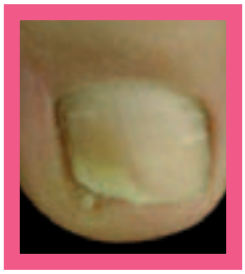
Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Αυτό που μου περιγράφετε είναι χαρακτηριστικό μίας ονυχομυκητίασης, δηλαδή μίας επιμόλυνσης των νυχιών από μύκητες. Επειδή η προσβολή δεν είναι μεμονωμένη, χρειάζεται μάλλον μια θεραπεία όχι μόνο τοπική αλλά και από το στόμα. Επισκεφτείτε λοιπόν τον δερματολόγο σας για τη σωστή διάγνωση και θα σας συστήσει την κατάλληλη θεραπεία».

Η ονυχομυκητίαση δεν αποτελεί ένα απλό αισθητικό πρόβλημα. Είναι μία λοίμωξη του δέρματος κολλητική που δεν θεραπεύεται από μόνη της. Προσβάλλει κατά 90% τα νύχια των ποδιών. Οι ονυχομυκητιάσεις συνδέονται με το φύλο. Είναι συχνότερες στους άνδρες στα πόδια και στις γυναίκες στα χέρια.

Ποια άτομα έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο για ονυχομυκητιάσεις

- Οι ηλικιωμένοι, κυρίως όταν τα δάχτυλα των ποδιών τους πάει το ένα πάνω στο άλλο
- Τα άτομα που κάνουν σπόρ με γυμνά πόδια (ιστιοπλοΐα), ή λόγω επαναλαμβανόμενων πιέσεων του ποδιού μέσα στο παπούτσι και εφίδρωση (ποδηλασία, τένις κ.ά.)
- Τα άτομα που εργάζονται σε επαφή με το νερό ή με μπότες και παπούτσια προστασίας που προκαλούν «μούλιασμα» στα πόδια
- Οι ασθενείς σε ανοσοκαταστολή (κορτικοθεραπεία, χημειοθεραπεία κ.ά.)
- Οι διαβητικοί και οι παχύσαρκοι ή τα άτομα με παθήσεις των περιφερειακών αγγείων, παθήσεις που προκαλούν αλλοιώσεις στα νύχια.



Εικόνα 1

Εικόνα 2

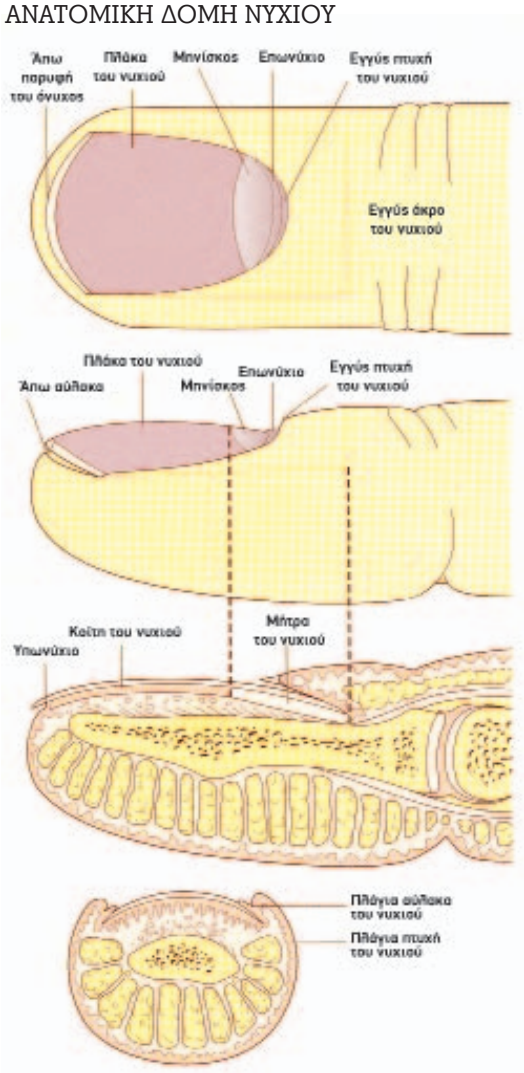
Τα κλινικά συμπτώματα

Τα νύχια των ποδιών εννιά φορές στις δέκα προσβάλλονται από δερματόφυτα. Στο επίπεδο των νυχιών των χεριών, το 50% οφείλονται σε δερματόφυτα και το άλλο 50% σε επιμολύνσεις από candida. Επιμολύνονται εύκολα τα διπλανά νύχια αλλά και σε μερικές περιπτώσεις και το δέρμα κοντά στα νύχια. Η ανάπτυξη των νυχιών δυστυχώς δεν περιορίζει την εξέλιξη της ονυχομυκητίασης.

Οι δερματοφυτίες

Η προσβολή των νυχιών συνοδεύεται σχεδόν πάντα με την προσβολή των μεσοδιαστημάτων των δακτύλων και του πέλματος. Αρχίζει κάτω από την ελεύθερη άκρη του νυχιού στο επίπεδο του υπονύχιου. Τα άκρα του νυχιού γίνονται άσπρα και υποκίτρινα. Πολλές φορές η χρώση μπορεί να είναι και καφέ ή μαύρη(χρώση λόγω εξάπλωσης του μύκητα στην κεράτινη στοιβάδα της κοίτης του νυχιού.

ΑΝΑΤΟΜΙΚΗ ΔΟΜΗ ΝΥΧΙΟΥ



ΝΕΟ

ΤΟΠΙΚΗ ΑΓΩΓΗ
ΓΙΑ ΤΙΣ ΟΝΥΧΟΜΥΚΗΤΙΑΣΕΙΣ

Απλά
αποτελεσματικό

ONYSTER®

Η κερατολυτική δύναμη της ουρίας

Pierre Fabre
DERMATOLOGIE

Στη συνέχεια η υπερκεράτωση εμφανίζεται στην ελεύθερη άκρη του νυχιού και η μυκητίαση προχωρά σε όλη τη πλάκα του νυχιού και μπορεί να εμφανισθεί και ένας πόνος κατά το βάδισμα.
Η πιο συχνή κατάσταση είναι η Περιφερική ονυχομυκητίαση. Η σταδιακή αυτή προσβολή φαίνεται στις εικόνες 1 και 2, από το μικρό διαχωρισμό που μπορεί να υπάρχει μεταξύ του νυχιού και του δέρματος, του στρώματος του νυχιού από κάτω. Δημιουργείται υπερκεράτωση και η πλάκα του νυχιού ανασηκώνεται.
Στη συνέχεια το νύχι σπάει με αποτέλεσμα να δημιουργούνται οι κατάλληλες συνθήκες για δευτερογενή εποικισμό από βακτηρίδια.

Οι καντιτιάσεις

Σε αντίθεση με τις δερματοφυτίες, η ονυχομυκητίαση από candida επιμολύνει το παρωνύχιο και είναι συχνή στις γυναίκες που φοράνε συνεχώς πλαστικά γάντια για δουλειές. Παρατηρείται ερυθρότητα και οίδημα του παρονυχίου συνοδευόμενη από πόνο. Το νύχι επιμολύνεται δευτερογενώς και παίρνει μια καστανή χροιά κυρίως γύρω από τη περιοχή της μήτρας.

Ποιες αγωγές ακολουθούνται

Σήμερα υπάρχουν διαφορετικοί τύποι θεραπειών με αντιμυκητιασικά φάρμακα που χορηγούνται από τον ειδικό δερματολόγο με τοπικές θεραπείες και από του στόματος. Η θεραπεία εξαρτάται από τη βαρύτητα της λοίμωξης και είναι αποκλειστικά τοπική, εάν δεν έχει προσβληθεί η μήτρα του νυχιού ή συνδυασμός τοπικής και από του στόματος, εάν η μήτρα του νυχιού είναι προσβεβλημένη.
Για να θεραπευτεί η ονυχομυκητίαση, η λοίμωξη πρέπει να εξαλειφθεί, κάτι που σημαίνει ότι πρέπει να ακολουθηθεί πιστά η θεραπεία για όσο καιρό χρειάζεται το νύχι για να μεγαλώσει. Αυτό μπορεί να διαρκέσει 9-12 μήνες για τα νύχια των ποδιών και 4-6 μήνες για τα νύχια των χεριών.
Στις ονυχομυκητιάσεις από δερματόφυτα η χρήση τοπικών αντιμυκητιασικών (φιλμογενή διαλύματα ή κρέμες με επίθεμα για επικάλυψη) δεν είναι συνήθως επαρκής εκτός από ήπιες επιμολύνσεις χωρίς υπερκεράτωση.
Σε περιπτώσεις υπερκεράτωσης απαραίτητη είναι η παρατεταμένη θεραπεία από του στόματος. Επίσης μια προγενέστερη χημική αφαίρεση του νυχιού θα κάνει αποτελεσματικότερη τη θεραπεία. Σε τέτοιες περιπτώσεις είναι ιδιαίτερα χρήσιμα προϊόντα που ευνοούν την αποκόλληση του επιμολυσμένου τμήματος του νυχιού σε συντομότερο χρονικό διάστημα.
Ένα τέτοιο προϊόν κυκλοφόρησε πρόσφατα από την Pierre Fabre Dermatologie. Πρόκειται για το Onyster®, ένα κερατολυτικό ιατροτεχνολογικό βοήθημα σε αλοιφή με ουρία σε συγκέντρωση 40% (συνδυαζόμενη με επιθέματα) με επιλεκτική κερατολυτική δράση στο παθολογικό τμήμα του νυχιού. Στη συνέχεια το προσβεβλημένο τμήμα του νυχιού αποσπάται εύκολα και γρήγορα (σε 3 εβδομάδες), ανώδυνα, χωρίς να υπάρχει κίνδυνος τραυματισμού ή λοίμωξης.
Επίσης πρόσφατα κυκλοφόρησε και το ιατροτεχνολογικό προϊόν MONODERMA U2 από τη Pharma Q που προτείνει αγωγή 2 φάσεων.
Πιο συγκεκριμένα με τη Φάση 1, λόγω της ουρίας, ασκεί κερατολυτική δράση, ενώ η Φάση 2, με Piroctone Olamine, έχει αντιμυκητιασική και ενυδατική δράση.
Στις ονυχομυκητιάσεις από candida με περιονυχία, αν μόνο ένα νύχι έχει προσβληθεί, μια θεραπεία τοπική με ένα αντισηπτικό και ένα τοπικό αντιμυκητιασικό είναι συνήθως αποτελεσματική. Αν έχουν προσβληθεί όμως περισσότερα νύχια, απαιτείται εκτός από τη τοπική θεραπεία η παράλληλη χορήγηση κετοκοναζόλης από του στόματος.

ΟΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΤΟΠΙΚΗ ΘΕΡΑΠΕΙΑ

- **Πλύσιμο και καλό στέγνωμα των ποδιών πριν κάθε τοπική εφαρμογή**
- **Ιδιαίτερος καθαρισμός των προσβεβλημένων νυχιών με ένα διαλυτικό ή μια λίμα μίας χρήσης, για να απομακρυνθούν όσο το δυνατόν τα νεκρά επιμολυσμένα κερατινοκύτταρα**
- **Εφαρμογή του προϊόντος σύμφωνα με τις οδηγίες χρήσης του**
- **Μην χρησιμοποιείτε τα ίδια εργαλεία περιποίησης (ψαλιδάκι, πένσα, λίμα) στα υγιή νύχια**
- **Καθαρίστε όλα τα παραπάνω εργαλεία και απολυμάντε τα επιμελώς με οινόπνευμα**
- **Ακολουθείστε τους ίδιους κανόνες υγιεινής όπως και στη περίπτωση για το πόδι του αθλητή**
- **Μετά το τέλος της μακράς θεραπείας παρακολουθήστε επιμελώς τα νύχια καθώς και τα μεσοδακτύλια διαστήματα και περιορίστε την εφίδρωση με ένα ειδικό προϊόν**

3η περίπτωση: Η ποικιλόχρους πιτυρίαση

«Εδώ και λίγο καιρό που άρχισα τα μπάνια στη θάλασσα, κάτι καφέ κηλίδες εμφανίστηκαν στο άνω μέρος του κορμού μου πάνω και γύρω από το στήθος. Τι είναι αυτό;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Πρόκειται για ποικιλόχρου πιτυρίαση, μια μυκητίαση που εμφανίζεται συχνά το καλοκαίρι σε ορισμένα νέα κυρίως άτομα, από τη ζέστη και τον ήλιο. Εάν αυτές οι κηλίδες είναι περιορισμένες, μπορείτε να εφαρμόστε στη περιοχή αυτή την αντιμυκητιασική λοσιόν 2 φορές τη μέρα για 3 εβδομάδες και να κάνετε παράλληλα καθημερινό μπάνιο και λούσιμο με ένα κατάλληλο αντιμυκητιασικό καθαριστικό».

Η ποικιλόχρους πιτυρίαση, είναι μια πολύ συχνή μυκητίαση σε νεαρά κυρίως άτομα και έφηβους και των δύο φύλων. Οφείλεται στο λιπόφιλο σαπροφυτικό μύκητα Malassesia furfur που συναντάται στη συνήθη χλωρίδα της επιδερμίδας. Η μετάβαση του μύκητα σε παθογενή κατάσταση σε ορισμένα άτομα, οδηγεί στην εμφάνιση της δερματοπάθειας και οφείλεται σε διάφορους παράγοντες που την ευνοούν και συνεργούν μεταξύ τους: λιπίδια από τους σμηγματογόνους αδένες, έκκριση ιδρώτα, ζέστη

και υγρασία, ορμονική διαταραχή, γενετική προδιάθεση, ανοσολογικές διαταραχές, χρήση ελαιωδών παρασκευασμάτων για το σώμα.

Τα κλινικά συμπτώματα

Η ποικιλόχρους πιτυρίαση είναι μια μη φλεγμονώδης επιφανειακή μυκητίαση του δέρματος και προσβάλλει επιλεκτικά το θώρακα και την πλάτη και πιο σπάνια το λαιμό, τα μπράτσα και το πρόσωπο. Χαρακτηρίζεται από καφεγαλακτόχροες ή καφέ κηλίδες ποικίλου μεγέθους, που αφήνουν μεταξύ τους ζώνες ανοιχτόχρωμες, αποχρωματισμένες μετά την έκθεση στον ήλιο. Αυτή η παρασιτική αχρωμία είναι μία αδυναμία μελανογέννεσης λόγω αυξημένης κερατινοποίησης ή και αδυναμίας κατανομής των κοκκίων μελανίνης.

Κατά την απόξεση των πλακών αποπίπτουν πιτυρώδη και ελαφρά λιπαρά λέπια.

Αυτή η μυκητίαση έχει αυξημένο ποσοστό υποτροπών και το τριχωτό της κεφαλής είναι ο τόπος ανάπτυξης των παθογόνων μυκήτων.

Πρέπει να καθησυχάσουμε τον ασθενή ότι η πάθηση δεν είναι κολλητική.

Η θεραπεία

Η ποικιλόχρους πιτυρίαση είναι μία πολύ επίμονη μορφή μυκητιάσεως. Η διάγνωση θα πρέπει να γίνει από τον ειδικό δερματολόγο. Η θεραπεία συνιστάται σε τοπικά αντιμυκητιασικά σε μορφή λοσιόν ή γέλης: τολναφτάτη, κυκλοπιροξολαμίνη και παράγωγα του ιμιδαζολίου, από 1-3 εφαρμογές τη μέρα για 2-3 εβδομάδες.

Ανάμεσα στα πρωτότυπα ΜΥΣΥΦΑ φάρμακα το Lamisil® Spray/Novartis (τερβιναφίνη 1%), συνδυάζει την πρακτική μορφή του εκνεφώματος και την αποτελεσματικότητα της πατενταρισμένης σύνθεσης του για την αποτελεσματική αντιμετώπισή της. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλες τις θέσεις, ακόμα και ανάποδα διευκολύνοντας την εφαρμογή σε περιοχές που δεν είναι εύκολη η πρόσβαση. Με χρήση μόνο μίας εβδομάδας, δύο φορές την ημέρα, μπορεί και θεραπεύει την ποικιλόχρου πιτυρίαση, τη στιγμή που πολλά φάρμακα απαιτούν εφαρμογή πολλών εβδομάδων.

Ο γιατρός μπορεί να γράψει παράλληλα και σαμπουάν με κετοκοναζόλη ή με θειούχο σελήνιο, για καθημερινό λούσιμο, αφού οι μύκητες αποικούν στο τριχωτό της κεφαλής.

Αν δεν γίνει θεραπεία η μυκητίαση εξελίσσεται σε χρόνια. Αλλά και εάν θεραπευτεί συχνά υποτροπιάζει, λόγω μη επαρκούς χρόνου αγωγής ή και λόγω συνυπαρχόντων προδιαθεσικών παραγόντων.

Πρέπει να τονίσουμε στον ασθενή ότι μία αχρωμία που παραμένει, δεν σημαίνει αναποτελεσματική θεραπεία. Η επαναμελάχρωση θα συμβεί μετά από 2-3 μήνες ή και συντομότερα λόγω έκθεσης στον ήλιο. ■

ΟΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΠΡΟΛΗΨΗ

- **Για την αποφυγή υποτροπών πρέπει να μειωθούν οι προδιαθεσικοί παράγοντες.**
- **Στα άτομα με προδιάθεση να συστήσουμε αποφυγή συνθετικών ρούχων, τη χρήση λιπαρών καλλυντικών και την αποχή από υγρά και ζεστά μέρη (σάουνα). Επειδή η μυκητίαση δεν είναι μεταδοτική και ο μύκητας δεν ζει πάνω από λίγες μέρες έξω από την ανθρώπινη επιδερμίδα, η απολύμανση του ρουχισμού δεν είναι απαραίτητη.**

Το παρόν συντάχθηκε από την Πόπη Χαραμή με την επιμέλεια του Καθηγητή Δερματολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, κύριο Δημήτρη Ιωαννίδη.

ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΙΕΙΝΗ
Προσέγγιση και Επικοινωνία πελάτη

«Διατηρείστε τα δόντια σας υγιή», «Προφυλάξτε την υγεία των δοντιών σας». Μηνύματα ευαισθητοποίησης του πελάτη που μπορούν μαζί με τις απαραίτητες ενέργειες συμβουλής και προβολής να ενεργοποιήσουν τις πωλήσεις της κατηγορίας της στοματικής υγιεινής, αλλά κυρίως να αναδείξουν τη διαφορά του φαρμακείου από το ράφι του S/M .

Από τον **ΛΕΩΝΙΔΑ ΠΕΤΕΙΝΑΤΟ**
Υπεύθυνο Marketing & Ιατρικής Ενημέρωσης σε προϊόντα στοματικής υγιεινής

Δεν αρκεί ένα λευκό χαμόγελο για να αναγνωρίσουμε ένα υγιές στόμα. Πίσω από τα λευκά δόντια κρύβονται δυσεκατομμύρια βακτήρια που προκαλούν σοβαρά προβλήματα. Η υγεία των δοντιών και των ούλων είναι για πολλούς ένας δείκτης ευμάριας και πολιτισμού. Η σωστή ενημέρωση και πρόληψη που οργανώνεται τόσο σε επίπεδο πολιτείας αλλά και από τους ειδικούς υγείας, μπορεί να βελτιώσει την στοματική υγεία, συμβάλλοντας έτσι στην καλύτερη ποιότητα ζωής αλλά και στην εξοικονόμιση εκατομμυρίων εργατοωρών και διαθέσιμου εισοδήματος. Στην Ελλάδα τα στοιχεία της τελευταίας επιδημιολογικής έρευνας της Ε.Ο.Ο. το 2005 με την υποστήριξη της Colgate έδειξαν ότι τόσο τα παιδιά όσο και ενήλικες αντιμετωπίζουν σε πολύ υψηλό βαθμό προβλήματα με τα δόντια και τα ούλα. Τα στοιχεία επιβεβαιώνονται και από το γεγονός ότι οι Έλληνες δυστυχώς ερχόμαστε τελευταίοι στην Ευρώπη στην κατά κεφαλή κατανάλωση οδοντόκρεμας με 190ml το χρόνο, ενώ ο μέσος όρος βρίσκεται στα 310ml (AC Nielsen, 2005). Επίσης, αλλάζουμε την οδοντόβουρτσά κατά μέσο όρο κάθε 1,5 έτη αντί για κάθε 3 μήνες που είναι η σωστή πρακτική.

Η κακή ή ελλειπής στοματική υγιεινή σε συνδυασμό με την κακή διατροφή, μπορούν να οδηγήσουν σε δύο βασικά νοσήματα: την τερηδόνα και την περιοδοντίτιδα. Περίπου το 80% του παγκόσμιου πληθυσμού πάσχει από τερηδόνα, ενώ 9 στους 10 θα εμφανίσουν κάποιο πρόβλημα στα ούλα τους με κυριότερο σύμπτωμα την αιμορραγία των ούλων. Η οδοντική υπερευαισθησία είναι επίσης μία ακόμη επώδυνη κατάσταση την οποία εμφανίζει το 25% του ενήλικου πληθυσμού.

Τελευταίες έρευνες μας αναγκάζουν να δούμε τη στοματική υγεία πιο σφαιρικά σαν μέρος της γενικής υγείας. Τα προβλήματα δοντιών και ούλων θεωρούνται το έκτο βασικό σύμπτωμα του διαβήτη. Όλα δείχνουν ότι υπάρχει συσχετίση μεταξύ νοσημάτων του στόματος και καρδιαγγειακών και αναπνευστικών προβλημάτων αλλά και γεννήσεων πρόωρων και ελλειποβαρών παιδιών. Ιδιαιτέρως θα πρέπει να προσέξουμε τις ευπαθείς ομάδες, όπως καρκινοπαθείς σε ακτινοθεραπεία αλλά και γυκαίκες σε εγκυμοσύνη, που παρουσιάζουν αυξημένη προδιάθεση για τερηδόνα και περιοδοντίτιδα αντίστοιχα. Το φαρμακείο μπορεί να είναι ο τόπος όπου προάγεται η στοματική υγεία. Ο πελάτης αναζητά τόσο τα προϊόντα συνταγογράφησης αλλά κυριότερα τη συμβουλή ενός ειδικού για την καλύτερη πρόληψη των νόσων του στόματος.

Το φαρμακείο ...«κλειδί» για τη στοματική υγεία

Το φαρμακείο είναι ο κατάλληλος χώρος για την κάλυψη της συνταγογράφησης των οδοντιάτρων και ο φαρμακοποιός επενδύει στην αξιοπιστία του μέσω της επιλογής προϊόντων που διαθέτει. Το φαρμακείο αποτελεί το κανάλι διανομής «κλειδί» για τη λύση προβλημάτων των δοντιών και των ούλων με εγγύηση τη «φαρμακευτική» σύνθεση των προϊόντων, αλλά και για τη διατήρηση της στοματικής υγείας όλης της οικογένειας με τη διάθεση προϊόντων καθημερινής χρήσης.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Ισπανία. Αντίθετα με την Ελλάδα, που το μερίδιο του φαρμακείου βρίσκεται στο 15% της συνολικής αγοράς, στην Ισπανία το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται στο 35% και με πολλά περιθώρια βελτίωσης. Στην Ιβηρική χερσόνησο η στοματική υγιεινή αντιμετωπίζεται ως κατηγορία που δημιουργεί κίνηση πελατών στο φαρμακείο (traffic builder). Focus groups με άτομα από ομάδες στόχους έδειξαν ότι 20% έως και 50% των επισκέψεων σε φαρμακεία μπορούν να δημιουργηθούν από την ανάγκη για προϊόντα στοματικής υγιεινής (Zed Marketing Research, Σεπτέμβριος 2006, Market Arena, Ιούνιος 2007). Για την ακρίβεια είναι η κατηγορία που μπορεί να φέρνει πιο συχνά τον πελάτη στο φαρμακείο για αγορές όλο το χρόνο και για όλη την οικογένεια. Επίσης δίνει τη δυνατότητα συνδυαστικής πώλησης δύο ή περισσότερων προϊόντων κάθε φορά.

Στη χώρα μας τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι οι μάρκες φαρμακείου έχουν ιδιαίτερα πιστό κοινό με επαναλαμβανόμενες αγορές στη διάρκεια του χρόνου. Τα τελευταία χρόνια η αγορά του φαρμακείου κερδίζει συνεχώς έδαφος παρουσιάζοντας πολύ μεγαλύτερη αύξηση από άλλα κανάλια διανομής.

Τι αναζητά λοιπόν ο καταναλωτής φαρμακείου για να αγοράζει και τη στοματική υγιεινή από το αγαπημένο του κανάλι διανομής; Το αυτονόητο! Τη συμβουλή του ειδικού, όπως την αναζητά για τη ξηρότητα του δέρματος, τις αλλεργίες ή την τριχόπτωση. Ο φαρμακοποιός, μέσω της κατάλληλης συμβουλής του, μπορεί να φέρει σχεδόν όλους τους πελάτες του να αγοράζουν από το φαρμακείο του την οδοντόκρεμα, την οδοντόβουρτσα και όλα τα υπόλοιπα «εργαλεία» για την υγεία του στόματος, που

τώρα τα αγοράζουν σε άλλα κανάλια διανομής.
Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις που ο φαρμακοποιός μπορεί να προτείνει και να συμβουλέψει τους πελάτες του σχετικά με τη στοματική υγιεινή και όχι μόνο να αυξήσει τις πωλήσεις του αλλά και να συμβάλλει ενεργά στην προαγωγή της στοματικής υγείας των Ελλήνων.

Η συνταγή του οδοντιάτρου

Ο ασθενής που μπαίνει στο φαρμακείο με συνταγή οδοντιάτρου είναι ο πιο κατάλληλος δέκτης των μηνυμάτων της συνδυαστικής πώλησης. Μιλήστε μαζί του και μάθετε το πρόβλημά του. Συμβουλέψτε τον να αγοράσει τα κατάλληλα προϊόντα που απευθύνονται στην περίπτωσή του, συνδυάζοντας τα με τη συνταγή του οδοντιάτρου. Για παράδειγμα αν μια συνταγή περιέχει διάλυμα χλωρεξιδίνης, τότε ο ασθενής έχει πρόβλημα με τα ούλα του, που σημαίνει ότι μπορούμε να του προτείνουμε καθημερινό διάλυμα και οδοντόκρεμα με αντιβακτηριακό παράγοντα, βουρτσάκια μεσοδοντίων, οδοντικό νήμα. Επίσης, καλό είναι να υπενθυμίσουμε στο πελάτη μας ότι η χρήση της χλωρεξιδίνης δεν πρέπει να διαρκεί περισσότερο από δύο εβδομάδες εκτός και αν συστήσει διαφορετικά ο οδοντίατρος.

Η επώνυμη ζήτηση προϊόντων

Υπάρχουν πελάτες που αγοράζουν κάποιο προϊόν επώνυμα χωρίς τη συμβουλή του οδοντιάτρου. Όπως και στην παραπάνω περίπτωση, το ίδιο το προϊόν μας φανερώνει μια ανάγκη που μπορεί να μας οδηγήσει στη συνδυαστική πώληση.
Για παράδειγμα, μια λευκαντική οδοντόκρεμα με υψηλό δείκτη αποτριβής και για περιορισμένη χρήση θα μπορούσε να συνδυαστεί με μια καθημερινή λευκαντική οδοντόκρεμα με χαμηλό Δείκτη Αποτριβής (RDA) και οδοντόβουρτσα με επιφάνειες αφαίρεσης χρωστικών. Καλό θα είναι σε αυτές τις περιπτώσεις, μέσα από σειρά ερωτήσεων να καταλάβουμε αν το προϊόν που θέλει ο πελάτης είναι το κατάλληλο για την περίπτωσή του και αν όχι, τότε να προτείνουμε κάτι άλλο. Σημαντικό είναι να προτρέπουμε τους πελάτες μας να επισκέπτονται τον οδοντίατρο όταν διακρίνουμε ότι υπάρχει κάποιο σοβαρό πρόβλημα, όπως έντονη αιμορραγία των ούλων, έντονη ξηροστομία ή φυσικά πόνος σε κάποιο δόντι.

Τι να προτείνω;

Ο φαρμακοποιός που επενδύει στην παροχή συμβουλών υγείας προς τους πελάτες του είναι πολλές φορές εκτεθειμένος στην γνωστή ερώτηση: «Ποιο καλό προϊόν μου συστήνεις;» ή «Ποιο προϊόν κάνει για την περίπτωσή μου;».
Όπως και για οποιοδήποτε άλλη συμβουλή θα πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι έχουμε καταλάβει ακριβώς τις ανάγκες του πελάτη.
Παρακάτω θα βρείτε ορισμένες ευαίσθητες κατηγορίες που θα πρέπει να προσέξουμε ιδιαίτερα.

1 Γυναίκες σε εγκυμοσύνη

Στην εγκυμοσύνη λόγω των ορμονικών μεταβολών αυξάνεται σημαντικά ο κίνδυνος για ανάπτυξη νόσων του περιοδοντίου και ειδικά σε γυναίκες με ιστορικό ουλίτιδας και περιοδοντίτιδας. Η πρόταση του φαρμακοποιού μπορεί να βασισθεί στη χρήση οδοντόκρεμας και στοματικού διαλύματος που προορίζονται για την υγεία των ούλων. Επίσης κρίνεται απαραίτητη η χρήση νήματος, μεσοδοντίων και κατάλληλης μαλακής οδοντόβουρτσας. Καλό είναι να αποφεύγονται προϊόντα με υψηλή δόση χλωρεξιδίνης ή οινοπνεύματος, εκτός και αν το συστήσει ο οδοντίατρος. Επίσης, τώρα είναι η κατάλληλη στιγμή για να μιλήσουμε για τα πρώτα στάδια της πρόληψης της στοματικής υγείας των νεογιλών δοντιών του μωρού που έρχεται σε μερικούς μήνες.

2 Η πρόληψη στα παιδιά

Τα παιδιά χρειάζεται να μάθουν τους κανόνες στοματικής υγιεινής από πολύ μικρά. Προτείνετε να τους αγοράζουν οι γονείς οδοντόβουρτσα και να χρησιμοποιούν ελάχιστη ποσότητα ειδικής παιδικής φθοριούχου οδοντόκρεμας (500ppm) από την ανατολή των πρώτων δοντίων. Το βασικότερο είναι το καθημερινό σωστό παράδειγμα των γονιών! Συμβουλέψτε τους να βουρτσίζουν τα δόντια πρωί και βράδυ μαζί με τα παιδιά τους κάνοντας τη στοματική υγιεινή μια ευχάριστη δραστηριότητα. Η επίσκεψη στον παιδοδοντίατρο πρέπει να γίνει πριν το δέυτερο έτος και πριν ολοκληρωθεί η πρώτη οδοντοφυΐα.

3 Διαβήτης και προβλήματα των ούλων

Πρόσφατα αναγνωρίστηκαν τα προβλήματα του περιοδοντίου ως το 6ο σύμπτωμα του διαβήτη. Οι διαβητικοί σας ασθενείς θα πρέπει να προσέχουν την υγεία των ούλων τους όπως και τα πόδια τους. Προτείνετε μαλακή οδοντόβουρτσα, βουρτσάκια μεσοντίων ή νήμα και οπωσδήποτε οδοντόκρεμα και στοματικό διάλυμα με αντιβακτηριακούς παράγοντες για καθημερινή χρήση.

4 Κάπνισμα και στοματική υγεία

Υπάρχουν πολλές μελέτες που αποδεικνύουν ότι το κάπνισμα μπορεί να αυξήσει κατά 5-20 φορές τις πιθανότητες για την εμφάνιση περιοδοντίτιδας και να επηρεάσει αρνητικά και τη βαρύτητα της νόσου. Επίσης ένα σημαντικό στοιχείο είναι ότι το 50-75%

Πρώτες Βοήθειες για Ούλα που Αιμορραγούν

Colgate Total Προστασία των ούλων – *PharmaSystem*

Ολοκληρωμένο σύστημα για την υγεία των ούλων

Διατίθεται στα Φαρμακεία

Colgate®

Ο ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΚΑΛΗ ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

των περιπτώσεων με τη νόσο είναι καπνιστές. Σε αυτή την κατηγορία πελατών προτείνουμε τη χρήση οδοντόκρεμας και στοματικού διαλύματος με αντιβακτηριακούς παράγοντες για καθημερινή χρήση και οπωσδήποτε την επίσκεψη στον οδοντίατρο δύο φορές το χρόνο. Πριν προτείνουμε προϊόντα λεύκανσης, είναι προτειμότερο να συμβουλεύουμε πρώτα την επίσκεψη στον οδοντίατρο.

ΠΡΟΣΗΛΩΣΗ ΣΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΤΟΥ MARKETING

Οι απαραίτητες ενέργειες επικοινωνίας

Εξασφαλίστε μια ολοκληρωμένη προσφορά προϊόντων. Φροντίστε να προμηθευτείτε μια ποικιλία προϊόντων που να ανταποκρίνονται στις κυριότερες σημερινές ανάγκες της πελατείας σας, όπως: προϊόντα για ευαίσθητα ούλα και δόντια, προϊόντα για περισσότερο λευκά δόντια, για πρόληψη και αντιμετώπιση της τερηδόνας. Μην αμελήσετε φυσικά να διαθέτετε προϊόντα συμβατά με την ομοιοπαθητική καθώς και φυτικά προϊόντα.
Παράλληλα είναι απαραίτητο να διαθέτετε εκτός από τις πολύ γνωστές μάρκες στην αγορά και τα πιο εξειδικευμένα, συνταγογραφούμενα κυρίως από τους ειδικούς οδοντιάτρους (π.χ. ορθοδοντικούς, περιοδοντολόγους). Φυσικά πάνω απ' όλα επιλέξτε αξιόπιστες και επώνυμες μάρκες προϊόντων!

Φροντίστε για την άρτια εκπαίδευση του προσωπικού σας

Αναθέστε σε κάποιο άτομο από την ομάδα σας να βρει το κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό για τις συνήθεις περιπτώσεις αναγκών και προβλημάτων της στοματικής κοιλότητας που αντιμετωπίζετε στο φαρμακείο , καταφεύγοντας σε μια αξιόπιστη εταιρεία του χώρου που σίγουρα θα την ενδιαφέρει όχι μόνο να στείλει ένα σύντομο και πρακτικό οδηγό αναγνώρισης και αντιμετώπισης των προβλημάτων των δοντιών και του στόματος, αλλά μπορεί και να φροντίσει για μία σύντομη εκπαίδευση της ομάδας σας από ένα ειδικά καταρτισμένο άτομο.

Εφαρμόστε το κατάλληλο merchandizing για να διευκολύνετε την πώληση

Αν σας ενδιαφέρει λοιπόν να αναδείξετε την κατηγορία της στοματικής υγιεινής, φροντίστε ιδιαίτερα την «οπτική επικοινωνία» της κατηγορίας.
Αφιερώστε της λοιπόν μία ραφιέρα σε μια θέση δυναμική στο χώρο πώλησης, κατά προτίμηση δίπλα στον πάγκο, και ακολουθήστε ένα θεματικό merchandizing στα ράφια με μια ξεκάθαρη σήμανση.
Τοποθετήστε τα προϊόντα σας (οδοντόκρεμες, οδοντόβουρτσες, στοματικά διαλύματα), χωρίς να παραλείψετε και τα αξεσσουάρ ανά ένδειξη, βάζοντας από κάτω ρεγκλέτες 15-20 cm, με μηνύματα που αναδεικνύουν και διαφοροποιούν τη διαφορετικότητά τους όπως: «Ούλα που ματώνουν», «Ευαίσθητα δόντια», «Λευκά δόντια», «Προστασία από τερηδόνα», «Για γερά δόντια στα παιδιά», «Τεχνητές οδοντοστοιχίες» κ.ο.κ.
Αυτή η θεματική τοποθέτηση είναι η πιο κατάλληλη για να διευκολύνετε όχι μόνο τον πελάτη στην επιλογή του, αλλά και εσάς στη συμπληρωματική σας πρόταση.
Προσπαθείστε να τοποθετήσετε τους τρεις πιο κινήσιμους κωδικούς σε κεντρικά σημεία της ραφιέρας και αν είναι δυνατόν σε οριζόντια διάταξη του facing του κουτιού και όχι της μικρής πλαϊνής πλευράς του κουτιού.
Καλό θα είναι να μη γεμίζετε το ράφι σας στο ύψος του ματιού με προϊόντα που θα κινηθούν μόνο μέσω συνταγής π.χ. γέλες ή διαλύματα χλωρεξιδίνης. Εναλλακτικά, τοποθετήστε τα σε πιο χαμηλά ράφια ή πίσω από τον πάγκο.
Παράλληλα, μην αμελείτε να τοποθετήτε κατά περιόδους στον πάγκο εξυπηρέτησης ή σε άλλο εμφανές σημείο μέσα στον χώρο, τα προωθητικά stands με τις καινοτομίες των εταιρειών, ιδιαίτερα όταν χρονικά συνοδεύονται από έντονη διαφημιστική καμπάνια στα Μ.Μ.Ε.

Προσεγγίστε τον πελάτη με τις κατάλληλες ερωτήσεις

Η «λεκτική επικοινωνία» είναι το Α και το Ω στην προσέγγιση του πελάτη και στη συμβουλή υγείας. Κάντε λοιπόν σε κάθε περίπτωση τις κατάλληλες ερωτήσεις για να ανακαλύψετε τις ανάγκες και τις επιθυμίες του.
Μέσα από αυτές τις ερωτήσεις θα καταλάβετε ποια είναι η στάση του πελάτη σας απέναντι στη στοματική υγιεινή και θα μπορέσετε να κατευθύνετε τη συμβουλή σας ανάλογα. Άτομα με καλή στοματική υγεία είναι πιο ανοιχτά σε νέες προτάσεις και η συνδυαστική πώληση ευνοείται.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- **Πότε αλλάξατε τελευταία φορά την οδοντόβουρτσά σας;**
- **Πόσο συχνά βουρτσίζετε τα δόντια σας;**
- **Πότε πήγατε τελευταία φορά στον οδοντίατρο;**
- **Χρησιμοποιείτε νήμα ή μεσοδόντια βουρτσάκια;**
- **Κάνετε ομοιοπαθητική αγωγή;**

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΟΥΛΩΝ

- **Όταν βουρτσίζετε, ματώνουν τα ούλα σας;**
- **Νιώθετε ότι έχετε κακοσμία του στόματος ακόμα και μετά το βούρτσισμα;**
- **Έχετε κάνει πρόσφατα περιοδοντική θεραπεία;**
- **Έχετε κάνει πρόσφατα προσθετικές εργασίες δοντιών;**

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑ ΤΩΝ ΔΟΝΤΙΩΝ

- **Όταν πίνετε ή τρώτε κάτι κρύο νοιώθετε έντονο πόνο;**
- **Όταν βουρτσίζετε σε ορισμένα σημεία νοιώθετε στιγμιαίο και έντονο πόνο;**
- **Έχουν υποχωρήσει τα ούλα σας σε ορισμένα σημεία;**

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΕΡΗΔΟΝΑ

- **Κάνατε πρόσφατα σφράγισμα στον οδοντίατρο;**
- **Τρώτε πολλά γλυκά κατά τη διάρκεια της ημέρας;**
- **Έχετε ξηροστομία;**
- **Κάνετε ορθοδοντικές εργασίες;**

Επικοινωνία είναι πάνω απ' όλα η επιμόρφωση του καταναλωτή

Εφόσον πάρετε έστω και ένα «ναι» στις παραπάνω ερωτήσεις, θα καταλάβετε τι κατηγορία προϊόντος χρειάζεται ο πελάτης σας.
Υπάρχει το ενδεχόμενο να έχουμε καταφατικές απαντήσεις για περισσότερες από μία ενδείξεις. Τότε θα πρέπει να προτείνουμε συνδυασμό προϊόντων. Για παράδειγμα σε άτομο με πρόβλημα στα ούλα και υψηλό κίνδυνο για τερηδόνα μπορούμε να προτείνουμε οδοντόκρεμα με υψηλή συγκέντρωση φθορίου και στοματικό διάλυμα με αντιβακτηριακούς παράγοντες.
Σε κάθε περίπτωση προβλήματος, είναι καλό να προτρέπετε την επίσκεψη στον οδοντίατρο, ειδικά αν η τελευταία έγινε σε διάστημα μεγαλύτερο από 6 μήνες.

Τολμήστε τη συμπληρωματική πρόταση

Η συμπληρωματική πρόταση προϊόντων είναι σχεδόν πάντα απαραίτητη για μια ολοκληρωμένη συμβουλή υγείας στη στοματική υγιεινή και αν γίνει με την κατάλληλη εισήγηση χωρίς πίεση για αγορά έχει 8 στις 10 φορές πιθανότητες επιτυχίας!
Παράδειγμα, αν θέλετε μαζί με την οδοντόκρεμα να προτείνετε και μία οδοντόβουρτσα ρωτήστε τον πελάτη σας:

Λέμε λοιπόν

«Η οδοντόβουρτσά σας είναι σε καλή κατάσταση; Γνωρίζετε ότι πρέπει να αντικαθιστούμε την οδοντόβουρτσα 3-4 φορές το χρόνο γιατί μετά από 3 μήνες απομακρύνουμε 30% λιγότερη βακτηριακή πλάκα; Θα θέλατε να σας προτείνω την κατάλληλη για την περίπτωσή σας;»

Με τον ίδιο τρόπο μπορείτε να εισηγηθείτε συμπληρωματικά ένα στοματικό διάλυμα μαζί με την οδοντόκρεμα ή ένα οδοντικό νήμα:

Λέμε λοιπόν

«Βλέπω ότι χρησιμοποιείτε μια οδοντόκρεμα για ούλα που ματώνουν. Θα θέλατε να σας προτείνω το κατάλληλο στοματικό διάλυμα για να δείτε πολύ γρηγορότερα και καλύτερα αποτελέσματα;»

Να έχετε πάντα στο μυαλό σας ότι οι άνθρωποι δεν μπαίνουν στο φαρμακείο για να αγοράσουν μια οδοντόκρεμα που μπορούν να βρούνε και στο Super Market.
Ο στόχος σας είναι με τη συμπληρωματική σας πρόταση να πάτε λίγο πιο μακριά από το βασικό προϊόν!

Προγραμματίστε ειδικές προβολές για τη Στοματική Υγεία μέσα στο χρόνο

Τουλάχιστον 2 φορές το χρόνο προγραμματίστε ειδικές προβολές στο φαρμακείο αφιερωμένες στη Στοματική υγιεινή.

ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

- **Προγραμματίστε τις παραγγελίες σας 15 μέρες τουλάχιστον πριν, για επάρκεια προϊόντων**
- **Δημιουργείστε ένα χώρο προβολής σε μία γόνδολα προβολής ή σε ένα τραπεζάκι**
- **Προετοιμάστε και στήστε το υλικό προβολής στη βιτρίνα και στο χώρο πώλησης με τα κατάλληλα μηνύματα όπως: «Διατηρείστε τα δόντια σας υγιή», «Προφυλάξτε την υγεία των δοντιών σας»**
- **Ενημερώστε και κινητοποιήστε κατάλληλα το προσωπικό σας**

ΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΜΑΣ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

- **Τα ράφια σας να είναι γεμάτα**
- **Η διάταξη των προϊόντων να είναι ομοιογενής σε κάθε θεματική κατηγορία στοματικής ανάγκης**
- **Δώστε έμφαση στην επικοινωνία στις καινοτομίες των εταιρειών και στα προϊόντα με έντονη διαφήμιση**
- **Ρωτήστε τον πελάτη για τις προτιμήσεις και τις συνήθειές του**
- **Υιοθετήστε μια ενδιαφέρουσα εκπτωτική πολιτική σε πωλήσεις πάνω από 2 προϊόντων**
- **Δώστε ενημερωτικά έντυπα για την επιμόρφωση των πελατών σας**
- **Εκφράστε εγκάρδια τη διαθεσιμότητά σας σε κάθε του απορία ή ανάγκη**

ΔΙΑΚΟΠΕΣ, η μεγάλη προετοιμασία!

Πώς να ετοιμάσετε και να προβάλετε το τσαντάκι με το «Φαρμακείο των διακοπών» για τους πελάτες σας

Από την **ΑΣΠΑΣΙΑ ΣΚΟΥΦΙΔΗ**
Βοηθό φαρμακείου, σύμβουλο ανάπτυξης και προώθησης πωλήσεων

Δεν χρειάζεται να κουβαλήσει κανείς όλο το ντουλάπι ή το συρτάρι με το φαρμακείο του σπιτιού του στις διακοπές του. Ο φαρμακοποιός μπορεί να προτείνει απλές και πρακτικές λύσεις στους πελάτες του με τα απαραίτητα προϊόντα πρώτης ανάγκης για τις διακοπές, αρκεί να εφαρμόσει ορισμένες απλές ενέργειες δημιουργίας , προβολής και επικοινωνίας.

Κάθε χρόνο λίγο πριν την έναρξη των καλοκαιρινών διακοπών ρίχνουμε το βάρος της προετοιμασίας μας στο τόπο, τον εξοπλισμό, τις μετακινήσεις και τα ρούχα που θα πάρουμε μαζί μας. Πόσες όμως φορές δεν έτυχε να χρειαστούμε το πιο απλό φάρμακο ή να μας συμβεί ένα μικρό ατύχημα και να θυμηθούμε πως δεν έχουμε πάρει μαζί μας το φαρμακείο των πρώτων βοηθειών ή να διαπιστώσουμε ότι σχεδόν όλα τα φάρμακά του είναι ληγμένα από πρόπερσι;

Αυτό συμβαίνει και στους περισσότερους πελάτες σας. Είναι λοιπόν υποχρέωσή σας να τους το θυμίσετε και θα σας ευγνωμονούν όταν θα το χρειαστούν!

Δεν χρειάζεται να τους προτείνετε ένα φαρμακείο δύσκολο στη χρήση και πολύ ογκώδες. Με ένα μικρό τσαντάκι που θα ετοιμάσετε ειδικά γι' αυτούς και θα περιέχει τα απαραίτητα, θα τους βοηθήσετε να ξεκινήσουν τις διακοπές τους πιο ξέγνοιαστοι και ήσυχοι, ενώ εσείς θα έχετε βάλει ακόμη ένα λιθαράκι στο χτίσιμο της σχέσης εμπιστοσύνης ανάμεσα σε εσάς και τους αγαπητούς πελάτες σας. Μην ξεχνάτε πως είστε ο άνθρωπός τους και σκέφτεστε πριν από αυτούς γι' αυτούς!

Το τσαντάκι με τα βασικά προϊόντα

Μπορείτε να έχετε έτοιμο ένα βασικό σκελετό για το «φαρμακείο των διακοπών», στον οποίο θα προσθέτετε κάθε φορά τα ιδιαίτερα προϊόντα που θα χρειασθεί ο καθένας.

Ένα απλό βασικό φαρμακείο θα πρέπει να περιλαμβάνει προϊόντα:

- για μικροτραυματισμούς (αντισηπτικό, επιδεσμικά, φροντίδα για εγκαύματα κ.λπ.)
- για τον ήλιο (αντηλιακό προσώπου και σώματος, καταπραϋντικό για ηλιακά εγκαύματα...)
- για τα έντομα και τις τσούχτρες (εντομοαπωθητικό, ανακούφιση από τσιμπήματα εντόμων)
- για μικροπροβλήματα υγείας (παυσίπονο, αντιερεθιστικό κολλύριο για τα μάτια, κάτι για τη ναυτία).

Από εκεί και πέρα θα προσθέσετε στο τσαντάκι των διακοπών έναν αριθμό σκευασμάτων ανάλογα με τις εξατομικευμένες ανάγκες του κάθε πελάτη σας.

- Για παράδειγμα αν υπάρχουν παιδιά, θα πρέπει να είναι διαθέσιμα φάρμακα, σε συνεννόηση με τον παιδίατρο, που να μπορούν να προσαρμοστούν σε παιδικές δοσολογίες ή για κάποια ιδιαίτερη πάθηση του παιδιού.
- Για τους ηλικιωμένους θα πρέπει να λάβετε υπόψη αρχικά την επάρκεια σε ποσότητα των φαρμάκων που ήδη λαμβάνουν (ιδίως αν ταξιδεύουν στο εξωτερικό) και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των φαρμάκων που παίρνουν και αυτών που θα περιλαμβάνει το φαρμακείο τους.
- Τέλος, για τις εγκυμονούσες και θηλάζουσες μητέρες θα πρέπει να γίνει ειδική μέριμνα ώστε το φαρμακείο να περιλαμβάνει ομοιοπαθητικά και φυτικά προϊόντα.

Μια ολοκληρωμένη θήκη φορητού φαρμακείου θα πρέπει να περιλαμβάνει τις απαραίτητες οδηγίες χρήσης και πρώτων βοηθειών γραπτά. Μόνο έτσι θα είστε σίγουροι πως θα γίνει σωστή χρήση των φαρμάκων. Τέλος, μην ξεχνάτε να υπενθυμίζετε ότι τα φάρμακα λήγουν. Μετά από μια ημερομηνία δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται. Συμβουλέψτε τους πελάτες σας να κοιτούν τις ημερομηνίες λήξης μια φορά το χρόνο.

Η πρωταρχική προσέγγιση και διερεύνηση του πελάτη

Αρχικά θα πρέπει να κάνετε μια σειρά ερωτήσεων ώστε να δημιουργήσετε ένα «φαρμακείο διακοπών» φτιαγμένο ειδικά για τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του καθενός πελάτη που σας εμπιστεύεται.

Ποιοι θα είναι οι ταξιδιώτες: **Μας ενδιαφέρει το φύλο τους, η ηλικία τους και η φυσική τους κατάσταση.**

Ποιος είναι ο προορισμός: **Στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό; Θα είναι στη θάλασσα, στο βουνό ή την εξοχή; Σε αναπτυγμένη χώρα ή σε απομονωμένο μέρος; Σε πόλη ή στην ύπαιθρο;**

Ποιες θα είναι οι συνθήκες ταξιδίου: **Πρόκειται για μεμονωμένο ταξίδι ή με γκρουπ; Το έχει οργανώσει κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο ή μόνοι τους; Θα υπάρχει κάποιος γιατρός στο γκρουπ;**

Θα υπάρχουν κάποιες ιδιαίτερες δραστηριότητες; **Για παράδειγμα, διακοπές σε σκάφος, κατασκήνωση στην ύπαιθρο ή σε βουνό, επικίνδυνα σπορ.**

Ποια θα είναι η διάρκειά του: **Θα είναι σύντομες διακοπές (διάρκειας έως μια εβδομάδα) ή πολυήμερο ταξίδι (15 ημέρες, 1 μήνας ή και περισσότερο);**

ΦΡΟΝΤΙΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΑΚΤΙΚΟΤΗΤΑ

- **Αποφύγετε τα υπόθετα διότι λειώνουν με τη ζέστη, καθώς και τα φάρμακα των οποίων η σύσταση επηρεάζεται από τις μεταβολές της θερμοκρασίας.**
- **Προβλέψτε τις δόσεις ώστε να μπορούν να προσαρμοστούν σε κάθε ηλικία.**
- **Επωφεληθείτε από φάρμακα πρακτικά όπως ταμπλέτες, μονοδόσεις για τα κολλύρια και εμποτισμένες κομπρέσες, ώστε να μην χρειάζεται κάποιος να πάρει ολόκληρο το κουτί αλλά ένα blister από το κάθε φάρμακο.**
- **Αποφύγετε φάρμακα φωτοευαίσθητα που μπορούν να αλλοιωθούν από την έκθεση στον ήλιο.**
- **Αποφύγετε τα σιρόπια και τις γυάλινες συσκευασίες φαρμάκων που σπάνε και προτιμήστε τις αντίστοιχες ξηρές μορφές, όπως ταμπλέτες, σκόνες κ.λπ.**
- **Τέλος λάβετε υπόψη τους περιορισμούς που αφορούν τη μεταφορά φαρμάκων με αεροπλάνο ή στο εξωτερικό, ώστε να μην δημιουργηθούν δυσάρεστες καταστάσεις.**

Η επικοινωνία σας

Ο καλύτερος τρόπος για να προωθήσετε το τσαντάκι των φαρμάκων των διακοπών αλλά και τα υπόλοιπα προϊόντα των διακοπών, είναι να δημιουργήσετε ένα περιβάλλον διακοπών στη βιτρίνα και το εσωτερικό του φαρμακείου σας.

Χρησιμοποιήστε ένα μήνυμα που θα προδιαθέτει τους πελάτες σας για τις ερχόμενες διακοπές του καλοκαιριού. «Φαρμακείο διακοπών, για να φύγετε εφοδιασμένοι», «Ελάτε να φτιάξουμε μαζί το φαρμακείο σας ανάλογα με τις διακοπές σας» ή «Φεύγετε για διακοπές, είστε έτοιμοι για όλα;», είναι μερικές μόνο ιδέες για το μήνυμα που θα περάσετε στους πελάτες σας, σε μια καρτολίνα στον πάγκο εξυπηρέτησης ή σε ένα τραπεζάκι προβολών.

Η προβολή της βιτρίνας

Η δημιουργία της βιτρίνας θα πρέπει να συμβαδίζει με όλο το κλίμα των διακοπών που θέλετε να προβάλετε. Αφίσες με εξωτικούς προορισμούς, φυλλάδια από ταξιδιωτικά γραφεία, αποκόμματα εισιτηρίων, ένας χάρτης της Ελλάδας ή του κόσμου, μια βαλίτσα με μαγιό και καλοκαιρινά ρούχα, κοχύλια, άμμος βαρκούλες και οτιδήποτε άλλο έχει σχέση με διακοπές μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να κινήσει το ενδιαφέρον της πελατείας σας. Επίσης, θα εμπλουτίσετε τη βιτρίνα σας με τα κουτιά κάποιων από τα προϊόντα που προτείνετε π.χ. αντηλιακά, εντομοαπωθητικά, προϊόντα για τα ηλιακά εγκαύματα. Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε δύο ή περισσότερες «υποβιτρίνες» που θα απευθύνονται σε διαφορετικό τρόπο διακοπών όπως ένα ορειβατικό σακίδιο, μποτάκια ορειβασίας, λάμπα κατασκηνωτή, σκοινί ορειβασίας και εντομοαπωθητικά για τους κατασκηνωτές του βουνού ή σαγιονάρες, πετσέτα θαλάσσης, γυαλιά ηλίου και αντηλιακά για τις διακοπές στη θάλασσα!

ΠΡΟΦΙΛ

Η κ. Ασπασία Σκουφίδη είναι πτυχιούχος της Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας του ΤΕΙ-Α στο τμήμα Διοίκησης Μονάδων Υγείας και Πρόνοιας (2004). Έχει λάβει κατόπιν εξετάσεων στη φαρμακευτική σχολή άδεια ασκήσεως επαγγέλματος βοηθού φαρμακοποιού (2002). Έχει παρακολουθήσει μεταπτυχιακή εκπαίδευση στην ανάπτυξη και προώθηση πωλήσεων από το ΕΚΠΑ και την ΕΕΔΕ. Από το 1997 εργάζεται στο χώρο της προώθησης πωλήσεων, ενώ από το 2000 εργάζεται σε φαρμακείο.

Η προβολή στο χώρο πώλησης

Μέσα στο χώρο του φαρμακείου θα πρέπει να υπάρχει το αντίστοιχο κλίμα διακοπών. Μουσική που να προδιαθέτει σε διακοπές, αιθέρια έλαια λεμόνι ή γιασεμί θα σας βοηθήσουν σε αυτό. Επίσης θα είναι καλό να συγκεντρώσετε όλα τα προϊόντα που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε ένα φαρμακείο διακοπών σε μια ραφιέρα ή μια γόνδολα προβολών, ώστε να μπορεί ο πελάτης εύκολα να εντοπίσει τις ελλείψεις ή τις ανάγκες του. Δεν χρειάζεται να βάλετε ξεχωριστή σήμανση στο καθένα ράφι αλλά να ομαδοποιήσετε όλα τα προϊόντα με ρεγκλέτες του ίδιου χρώματος (π.χ. κίτρινο ή μπλε) και να χρησιμοποιήσετε τον γενικό τίτλο «Φαρμακείο Διακοπών». Μπορείτε να βοηθήσετε ακόμη περισσότερο τους πελάτες σας δημιουργώντας μια λίστα με κατηγορίες προϊόντων για τις διακοπές (check list), την οποία θα τοποθετήσετε σε εμφανές σημείο και έτσι θα μπορούν να ελέγχουν αν έχουν προμηθευτεί τα απαραίτητα!

Η επιχειρηματολογία σας

Για να ανοίξετε την συζήτηση δεν χρειάζεται να περιμένετε να σας ρωτήσουν οι πελάτες σας. Τολμείστε τις σωστές ερωτήσεις σε κάποιον που αγοράζει αντηλιακά ή τα φάρμακά του σε μεγαλύτερες ποσότητες από το συνηθισμένο, δείγμα πως κάποιος ετοιμάζετε για διακοπές. Μπορείτε να ξεκινήσετε την συζήτηση ρωτώντας πολύ απλά «Ετοιμάζεστε για διακοπές;» και στη συνέχεια να του προτείνετε να ελέγξει από τη λίστα αν έχει προμηθευτεί τα απαραίτητα, ώστε να μην του δημιουργηθούν δυσάρεστα προβλήματα κατά τη διάρκεια των διακοπών. Μπορείτε να τον παρακινήσετε ρωτώντας τον αν ποτέ είχε κάποια δυσάρεστη εμπειρία αναζητώντας κάποιο φάρμακο που του τελείωσε ή είχε ξεχάσει να το πάρει μαζί του και πόσο πιο χαλαρές θα ήταν οι διακοπές του αν είχε ξεκινήσει με ένα ολοκληρωμένο φαρμακείο διακοπών. Επίσης, μπορείτε να τους δώσετε συμβουλές ανάλογα με το μέσο με το οποίο θα ταξιδέψει, για τον ασφαλή τρόπο μεταφοράς των φαρμάκων του, τις εναλλακτικές μορφές, καθώς και τους κανόνες που θα πρέπει να ακολουθήσει σε περίπτωση ταξιδιού στο εξωτερικό (υγρά φάρμακα, σύριγγες, ειδικά εμβόλια κ.λπ.).

Στόχος σας είναι να θυμίσετε στους πελάτες σας πως η ανανέωση του φαρμακείου τους και η επιλογή των σωστών προϊόντων θα τους εξασφαλίσει διακοπές χωρίς άγχος και δυσάρεστες εκπλήξεις. Μην ξεχνάτε πως ο ρόλος σας δεν μόνο η πώληση αλλά η παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών υγείας στους πελάτες σας, οι οποίοι έχουν την ανάγκη να αισθάνονται πως έχουν κάποιον να τους προσέχει.

Εσάς, το φαρμακοποιό τους! ■

olvos SCIENCE

Εγκαύματα; Μικροτραυματισμοί;

- Οικιακά εγκαύματα
- Κοψίματα
- Εκδορές
- Ηλιακό έγκαυμα

Flamigel®

Επουλώνει - Προστατεύει - Ανακουφίζει

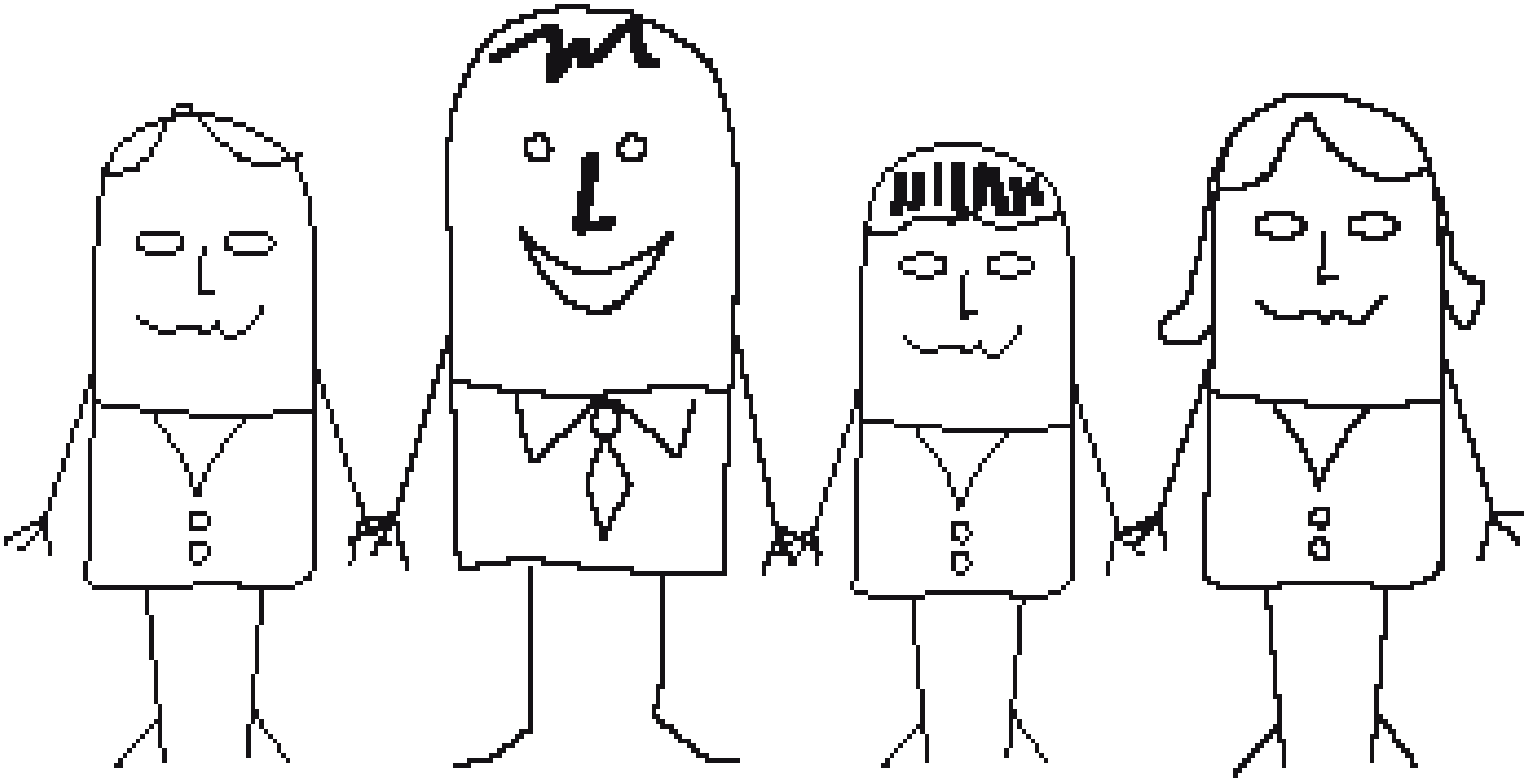
Το *Flamigel* είναι ο σύγχρονος, αποτελεσματικός και εύκολος τρόπος αντιμετώπισης των πληγών, όπως τα τραύματα (κοψίματα, εκδορές) και τα εγκαύματα (θερμικά, χημικά, ηλιακά κλπ.)

- **Επουλώνει γρήγορα** γιατί ρυθμίζει την υγρασία της πληγής, αποτρέποντας τη δημιουργία ουλών και σημαδιών.
- **Προστατεύει από μόλυνση** χάρη στην αντιμικροβιακή του δράση.
- **Ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο** χάρη στη δροσιστική και καταπραϋντική δράση της υδρογέλης.

Κατάλληλο για **Βρέφη, Παιδιά** και **Ενήλικες**. Για **πρόσωπο** και **σώμα.**

...και όλα περνάνε γρήγορα

3 στάδια και 4 κανόνες για να εφαρμόσετε με επιτυχία τα MEETING εργασίας



Η αναγκαιότητα και η αποτελεσματικότητα μίας συνάντησης εργασίας δεν είναι ανάλογη με τον αριθμό των ατόμων της ομάδας. Θα διαπιστώσετε πως εδώ θα ακουστούν τα αναπάντεχα, θα εκφραστούν οι διαφωνίες αλλά και θα ληφθούν οι απαραίτητες αποφάσεις, ενώ θα δεθεί το ομαδικό πνεύμα!

Τουλάχιστον κάθε μήνα πρέπει να αρχίσετε να εφαρμόζετε μια συνάντηση εργασίας, ένα μεσημέρι μετά το κλείσιμο του φαρμακείου. Παρόλες τις δικαιολογίες για έλλειψη χρόνου, για τυχόν κολλήματα που σχεδόν κάθε φορά αναβάλλουν τη εφαρμογή τους ή για απόψεις ότι είναι «χαμένος χρόνος», η αναγκαιότητά τους δεν χρειάζεται να αποδειχθεί, είναι δεδομένη, αρκεί να μεθοδευτούν σωστά και να υπάρχει ο κατάλληλος χειρισμός και συντονισμός από τη πλευρά του φαρμακοποιού μάνατζερ.

3 στάδια

1 Σεβαστείτε το χρόνο

Ιδιαίτερα αν η συνάντηση ορισθεί το μεσημέρι που όλοι βιαζόμαστε να πάμε σπίτι για το γεύμα ή για λίγη ξεκούραση, πρέπει να φροντίζουμε να μην ξεπερνούμε το χρόνο.
20 – 30 λεπτά είναι ένα καλό χρονικό όριο που αξίζει να θυσιάσουν όλοι στην ομάδα μια φορά το μήνα.

ΠΩΣ ΝΑ ΚΕΡΔΙΣΕΤΕ ΧΡΟΝΟ:

• Καταγράψτε από προηγουμένως τα θέματα προς συζήτηση και παρουσιάστε τα στην αρχή, δίνοντας προτεραιότητα στα πιο σημαντικά και επείγοντα και καθορίζοντας ανώτερο χρόνο λήξης της συνάντησης
• Για κάθε σημαντικό θέμα όλοι θα πρέπει να είναι έτοιμοι από προηγουμένως (1-2 μέρες πριν) για να εκφράσουν την άποψή τους
• Για κάθε θέμα ορίστε χρόνο, αφήστε πρώτα να πουν την άποψη τους οι άλλοι σύντομα ή να θέσουν τις ερωτήσεις τους και εσείς να μιλάτε μόνο στο τέλος και να ολοκληρώνετε
• Για τη λήψη αποφάσεων προς ενέργεια, δώστε πρώτα το λόγο στους συνεργάτες σας να εκθέσουν τη γνώμη τους σύντομα και στο τέλος εσείς να συμπεραίνετε
• Τέλος, αν λήξει ο χρόνος και μείνουν θέματα σε εκκρεμότητα, ορίστε μια άλλη συνάντηση και καθορισμένο χρόνο για να τα συζητήσετε.

2 Φροντίστε κατά τη διάρκεια της συνάντησης, τη «γλώσσα του σώματος»

• Επιλέξτε να είστε καθιστός ή όρθιος ανάλογα με τη στάση των άλλων, για να μη φανεί ότι εσείς ξεχωρίζετε, για να δείχνετε ίσος με αυτούς
• Την ώρα έκθεσης των απόψεων των άλλων, μη σταυρώνετε τα χέρια μπροστά στο στήθος ή τα πόδια, στάση που δείχνει επιφυλακτικότητα και απομάκρυνση. Αντίθετα κρατήστε μία θέση «ανοικτή», με το σώμα , τα χέρια και την έκφραση του προσώπου σε στάση αναμονής και παρακολούθησης με ενδιαφέρον
• Κατά τη διάρκεια λήψης αποφάσεων και αν υπάρχει διαφωνία και ένταση, σταθείτε όρθιος καταλαγιάζοντας με χέρια την ομάδα, ενώ παράλληλα βοηθήστε και ενθαρρύνετε τον άλλο να εκφραστεί, νεύοντας του με κεφάλι ή με τα χέρια με πρεμία.

3 Μάθετε να συμπεραίνετε σύντομα με 2-3 προτάσεις σε κάθε θέμα και να δίνετε μια γραπτή σύνοψη των τελικών συμπερασμάτων

• Για να διευκολυνθείτε στα συμπεράσματα και στη λήψη αποφάσεων, κατά τη διάρκεια της συνάντησης κρατάτε σύντομες σημειώσεις με τις προτάσεις και απόψεις των άλλων για κάθε θέμα
• Για να συμπεράνετε, αναφερθείτε συνοπτικά στις απόψεις τους και καταλήξτε σύμφωνα και με τη δική σας γνώμη
Παράδειγμα: «Σύμφωνα με αυτά που είπατε ότι ...(αναφέρατε τις απόψεις τους) και σύμφωνα και με τη δική μου εμπειρία και άποψη, πιστεύω ότι θα πρέπει να ...(αναφέρατε το τελικό συμπέρασμα με ενέργειες από τα αρμόδια άτομα)»
• Στο τέλος, αφού συμπεράνετε σε όλα τα θέματα, δώστε τους μια γραπτή αναφορά (μισή σελίδα) σε όλους: Τι κάνει ποιος, πότε και πώς.
Αυτό το γραπτό, αποτελεί ένα θαυμάσιο οδηγό για τη σωστή εφαρμογή των αποφάσεων και για να μην υπάρχουν παρερμηνείες.

Η ΓΡΑΠΤΗ ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Πρέπει να περιέχει:
- **Την ημερομηνία της συνάντησης**
- **Τους συμμετέχοντες**
- **Τα θέματα που εξετάσθηκαν**
  Εδώ αναφέρονται οι σημαντικές απόψεις των άλλων και τα τελικά συμπεράσματα με τις ενέργειες που θα πρέπει να γίνουν, από ποιον και μέχρι πότε
- **Τα θέματα που έμειναν σε εκκρεμότητα και πότε θα εξετασθούν**

Σημείωση: Κρατείστε σε ένα ντοσιέ ένα αρχείο με όλες αυτές τις γραπτές αναφορές

4 κανόνες

Εφόσον είσαστε ο συντονιστής της συνάντησης, θα πρέπει να μεριμνάτε ώστε όλοι οι συμμετέχοντες να μιλούν και να εκφέρουν τη γνώμη τους σε ίσο χρόνο, βάζοντας τους φλύαρους στη «θέση» τους: «Κατερίνα αυτό που μας λες είναι ενδιαφέρον, αλλά πρέπει να σεβαστούμε το χρόνο και να αφήσουμε και τους άλλους να μιλήσουν, δεν νομίζεις;».

Κανόνας Νο 1
Αφήστε ελεύθερα την ομάδα να εκφραστεί

Ο συντονιστής δεν θα πρέπει να δείχνει κάποια αντίθεση ή δυσαρέσκεια την ώρα που μιλάει κάποιος άλλος. Αφού όλοι έχουν μιλήσει, τότε ο συντονιστής θα πρέπει να οδηγήσει όλους με κατάλληλους χειρισμούς και κλειστές ερωτήσεις, σε κοινή συμφωνία, σε κοινή παραδοχή. Αυτό το στάδιο είναι πολύ σημαντικό, γιατί αν κάποιος δεν συμφωνήσει, υπάρχει κίνδυνος αργότερα να παρασύρει και άλλα άτομα με την αντίθετη άποψή του.

Κανόνας Νο 2
Διαπραγματευτείτε βήμα - βήμα

Για να φθάσετε σε ένα σημείο κοινής αποδοχής, πρέπει να χειρίζεστε κατάλληλα την κάθε αντίρρηση. Σπάνια τα άτομα εμμένουν στην άποψή τους όταν τους προβάλλουν λογικά επιχειρήματα. Ο συντονιστής μπορεί με την κατάλληλη τεχνική να μεταβάλει τη θέση και την άποψη των συμμετεχόντων.
Παράδειγμα: «Μαρία μας λες αυτό..., αλλά αν το βλέπαμε και από την άποψη ότι... (αναφέρατε τη θέση σας ...) θα μπορούσαμε να καταλήξουμε ότι αυτό μπορεί να γίνει έτσι... Τι λες λοιπόν, συμφωνείς;».

Κανόνας Νο 3
Επισημάνετε τις βασικότερες προτεινόμενες λύσεις ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή όλων

Παράδειγμα: «Η Κατερίνα έκανε εδώ μια προσπάθεια σωστή και αξιόλογη με το να ...(αναφέρατε πρόταση ή ενέργεια της Κατερίνας). Μήπως όλοι πρέπει να υιοθετήσουμε την άποψή της ή το παράδειγμά της;».

Κανόνας Νο 4
Κατευνάστε τα πνεύματα

Αν υπάρχουν έντονες διαφωνίες, καλό είναι να σταματήσετε εκεί το θέμα και να το φέρετε σε συζήτηση στην επόμενη συνάντηση. Να είστε σίγουρος ότι η ένταση θα έχει περάσει και τα άτομα θα είναι πιο συζητήσιμα. ■

Πόπη Χαραμή

[ΜΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΑ ΑΠΟΨΗ]

Από τη **Διώνη Σιγάλα**
Λειτουργός φαρμακοποιός
στο Αιγάλεω Αττικής

Το θέμα δεν είναι να δουλεύεις πολύ αλλά να δουλεύεις «έξυπνα»
Daniel Goleman

Συμμετέχοντας στο δίκτυο φαρμακοποιών Active Health κατόρθωσα να εφαρμόσω αυτήν την προτροπή για συναντήσεις εργασίας και τελικά με τον ίδιο κόπο να επιτύχω μεγαλύτερη απόδοση στο φαρμακείο μου. Από τα σεμινάρια ανάπτυξης και επιμόρφωσης του δικτύου μας, πήρα τις απαραίτητες γνώσεις και με τη στήριξη τους έκανα την καλύτερη για μένα επένδυση στο φαρμακείο μου! Επένδυσα στο ανθρώπινο δυναμικό και εφάρμοσα τις «συναντήσεις εργασίας» που εξελίχθηκαν σε συμμετοχικές διαδικασίες στην ανάπτυξη της επιχείρησής μου. Δημιουργήσαμε έτσι μία αποτελεσματική ομάδα που χαρακτηρίζει το φαρμακείο μας και δουλεύει με όραμα.
Χρειάστηκε αρκετός καιρός για να πάρω την απόφαση να εφαρμόσω την πρόταση των συναντήσεων εργασίας. Δεν είναι απλή ενέργεια, θέλει σύστημα, προσήλωση, επιμονή και κυρίως αποφασιστικότητα. Αρκεί να σας αναφέρω ότι στις δύο πρώτες συναντήσεις είχαμε γελάκια και ειρωνικά σχόλια, την τρίτη φορά αγανάκτησα και τους είπα να σταματήσουμε, όμως μετά την έβδομη φορά χειροκροτούσαμε για τις επιτυχίες μας!
Με δεδομένο ότι οι εργαζόμενοι στο φαρμακείο είναι άξιοι και ικανοί για να είναι μαζί μας, με τις συναντήσεις εργασίας τους βοηθάμε να αναπτύξουν τις ικανότητές τους και να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητά τους. Μέσα από αυτές τις συναντήσεις θα τους εκπαιδεύσουμε, θα τους καθοδηγήσουμε, θα τους ακούσουμε, θα τους εντάξουμε σε ένα ομαδικό πνεύμα εργασίας όπου η ομάδα «δουλεύει» γι' αυτούς, θα τους δώσουμε πρωτοβουλίες, θα πάρουμε κοινές αποφάσεις, θα πετύχουμε την κινητοποίησή τους, μειώνοντας το άγχος και την ανασφάλειά τους. Έτσι θα έχουμε ευχαριστημένους υπαλλήλους, που θα εξυπηρετούν ευχαριστημένους πελάτες!
Δυσκολεύομαι να καταλάβω γιατί εμείς οι φαρμακοποιοί αντιστεκόμαστε στην ιδέα να γίνουμε «ηγέτες - μάνατζερ» και επιμένουμε να μένουμε μόνον «υπηρέτες» του πάγκου. Δεν εκπαιδεύουμε τους συνεργάτες μας να αποδίδουν και δεν τους υποστηρίζουμε για να γίνουν υπεύθυνοι. Ο χώρος του φαρμακείου μας θα «ανθίσει» αν εμείς αντιληφθούμε το ρόλο μας και διαχειριστούμε τις συναντήσεις εργασίας με συνέχεια και συνέπεια. Θα αποδειχθούν η πιο αποτελεσματική επένδυση με το μικρότερο συγκριτικά κόστος και το μεγαλύτερο όφελος.

Υγιές σώμα με ιδανικές αναλογίες

Το **Dietrim** είναι ένα επαναστατικό συμπλήρωμα με βασικό συστατικό το Tonalin CLA και 25 επιπλέον συστατικά που δρα με 5 διαφορετικούς τρόπους. Αποτελεί την πιο πλήρη λύση για όσους προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα καλλίγραμμο σώμα, σε συνδυασμό με καλή διατροφή και άσκηση.

5 στοχευόμενες δράσεις και συνδυασμός συστατικών:

- Μείωση λίπους & τόνωση μυϊκού ιστού με Tonalin CLA
- Ενεργοποίηση του μεταβολισμού & έλεγχος της όρεξης με ιοδίνη & χρώμιο
- Απελευθέρωση ενέργειας με βιταμίνες Β και συνένζυμο Q10
- Σωστή διάσπαση πρωτεϊνών και υποστήριξη του μυϊκού ιστού με εκχύλισμα παπάγιας
- Πλήρης διατροφική υποστήριξη & αντιοξειδωτική προστασία κατά τη διάρκεια προγράμματος άσκησης και δίαιτας, με 26 βιο-δραστικά συστατικά (βιταμίνες, ιχνοστοιχεία & αντιοξειδωτικά)

Dietrim®
capsules

Ιδανικό για όσους ακολουθούν οποιοδήποτε πρόγραμμα άσκησης και επιθυμούν γρήγορη καύση λίπους και γράμμωση μυών

Tonalin CLA®
The Shape Of Things To Come™
Αποδεδειγμένη δράση σε κλινικές έρευνες

Douni health products

Παναγή Ελή 19, 16452, Αργυρούπολη, τηλ.: 210 9941451, fax: 210 9952265, email: douni@otenet.gr, www.douni.gr

VITABIOTICS
WHERE NATURE MEETS SCIENCE

ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ και οικονομική διαχείριση

Συνεχής παρακολούθηση για να μην ξεφύγουμε!

Οι τελευταίες οικονομικές εξελίξεις επιβάλλουν αποφασιστικούς χειρισμούς τόσο σε μακροοικονομικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο επιχειρησιακών λειτουργιών. Τελικά, με τι ποσοστό κέρδους λειτουργεί το φαρμακείο; Μήπως το ποσοστό κέρδους μας ροκανίζεται καθημερινά; Ποιες διορθωτικές κινήσεις πρέπει να γίνουν για τη διασφάλισή του στο επιθυμητό επίπεδο;

Από την **ΤΕΡΕΖΑ ΧΑΡΑΜΗ**

Αβεβαιότητα είναι η λέξη που χαρακτηρίζει τη φάση που διανύει η παγκόσμια κοινότητα. Αβεβαιότητα για το βάθος, τη διάρκεια και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης, που κάνει αισθητή την παρουσία της με τους ρυθμούς της οικονομικής δραστηριότητας να επιβραδύνονται και τις χρηματιστηριακές αξίες να δέχονται ισχυρά πλήγματα.
Η σύγχρονη επιχείρηση, που στην περίπτωσή μας δεν είναι άλλη από το φαρμακείο, οφείλει να εξελίσσεται και να προσαρμόζεται στο περιβάλλον που λειτουργεί, κυρίως όταν αυτό γίνεται λιγότερο ευνοϊκό.

Διαφορετικά οικονομικά μεγέθη

Στους δύσκολους αυτούς καιρούς ας κάνουμε μια ενδοσκόπηση και ας πάρουμε τα πράγματα από την αρχή.
Πριν προχωρήσουμε λοιπόν στον υπολογισμό του κέρδους της επιχείρησής μας, θα πρέπει να κάνουμε 2 σημαντικές παραδοχές:
1η Παραδοχή: Όλα τα φαρμακεία έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό. Είναι επιχειρήσεις και επομένως παράλληλα με το θεσμικό τους ρόλο στη δημόσια υγεία, ασκούν επαγγελματική δραστηριότητα με σκοπό το κέρδος.
2η Παραδοχή: Δεν είναι όλα τα φαρμακεία ίδια όσον αφορά την οικονομική τους ανάλυση. Παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές στα έσοδα, στις δαπάνες και στους φόρους που πληρώνουν.
Στα έσοδα, είναι ευνόητο ότι συναντάμε φαρμακεία με μηνιαίο τζίρο αρκετών χιλιάδων ευρώ έως κάποιων εκατοντάδων χιλιάδων ευρώ. Διαφέρουν επίσης στο ποσοστό του τζίρου τους που οφείλεται σε πώληση παραφαρμάκων (μπορεί να κυμαίνεται από 3%-50%).
Στις δαπάνες διαφέρουν τόσο στις σταθερές, όσο και στις μεταβλητές.
Για παράδειγμα, το ενοίκιο καταστήματος (σταθερή δαπάνη) που στεγάζει φαρμακείο σε κεντρικό δρόμο μεγάλης πόλης μπορεί να αγγίζει τα 4.000€. Αντίθετα το ενοίκιο καταστήματος που στεγάζει φαρμακείο σε χωριό της επαρχίας μπορεί να περιορίζεται στα 100€.
Επίσης, οι δαπάνες για το προσωπικό (μεταβλητή δαπάνη) διαφέρουν από φαρμακείο σε φαρμακείο, ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που εργάζονται στο φαρμακείο και τα προσόντα τους.
Τέλος, ο φόρος που επιβαρύνει τα φαρμακεία δεν είναι ενιαίος. Κυμαίνεται από περίπου 20% έως 40%, αναλόγως με τη νομική μορφή της επιχείρησης (εταιρεία ή ατομική επιχείρηση). Μπορεί να διαφέρει ακόμα και ο ΦΠΑ, ανάλογα με την περιοχή της Ελλάδας όπου δραστηριοποιείται το φαρμακείο.
Επομένως, θα πρέπει να παραδεχτούμε ότι μάλλον δεν ταιριάζει στην περίπτωση του φαρμακείου ένας γενικευμένος τύπος προσδιορισμού του κέρδους, διότι οι διαφορές στα οικονομικά μεγέθη που παρατηρούνται ανάμεσα στα φαρμακεία, δεν το επιτρέπουν.
Ωστόσο, ο κάθε φαρμακοποιός - μάνατζερ αξιοποιώντας βασικές αρχές και τα χρηματοοικονομικά του μεγέθη, είναι δυνατό να υπολογίσει το κέρδος του δικού του φαρμακείου.

Μιλώντας για κέρδος

Όταν μιλάμε για κέρδος, σε ποιο οικονομικό όρο αναφερόμαστε;
Η απάντηση είναι ότι στις περισσότερες περιπτώσεις αναφερόμαστε στο καθαρό κέρδος, το οποίο είναι ένα μέγεθος διαφορετικό από το περιθώριο κέρδους, το mark-up, το ποσοστό μικτού κέρδους, το λειτουργικό κέρδος και το κέρδος προ φόρων.

Περιθώριο κέρδους

Για να υπολογίσουμε το περιθώριο κέρδους αρκεί να αφαιρέσουμε από την καθαρή τιμή πώλησης το κόστος κτήσης προϊόντος:
Περιθώριο κέρδους = Καθαρή τιμή Πώλησης – Κόστος κτήσης
(Στα μεγέθη αυτά δεν συμπεριλαμβάνεται ο ΦΠΑ)

Ποσοστό Mark-up

Περιθώριο κέρδους διατυπωμένο ως ποσοστό (%) του Κόστους κτήσης
Παράδειγμα: Τιμή Αγοράς: 20 €, Τιμή Πώλησης: 25 €, Περιθώριο κέρδους: 5 €
% mark-up: 5 x (100/20) = 25%

Ποσοστό Μικτού Κέρδους

Περιθώριο κέρδους διατυπωμένο ως ποσοστό (%) της λιανικής τιμής πώλησης
Παράδειγμα: Τιμή Αγοράς: 20 €, Τιμή Πώλησης: 25 €, Περιθώριο κέρδους: 5 €
Ποσοστό μικτού κέρδους: 5 x (100/25) = 20%

Λειτουργικό κέρδος

Μικτό Κέρδος – Συνολικές Δαπάνες (χωρίς αποσβέσεις και φόρους)

Κέρδος προ φόρων

Λειτουργικό κέρδος – αποσβέσεις

Καθαρό κέρδος

Κέρδος προ φόρων – φόροι

Σύμφωνα με τα παραπάνω, για τον υπολογισμό του καθαρού κέρδους είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε την αξία των πωλήσεων, το κόστος κτήσης προϊόντων, τις δαπάνες και τους φόρους που επιβαρύνουν την επιχείρηση.
Αφού πραγματοποιήσουμε τον υπολογισμό του καθαρού κέρδους της επιχείρησής μας, το επόμενο βήμα είναι να διερευνήσουμε τις συνθήκες μεγιστοποίησής του.
Η παρακάτω εξίσωση φανερώνει πως μπορεί να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση του κέρδους:
[Πωλήσεις x Μικτό Ποσοστό Κέρδους] – [Δαπάνες + Φόροι] = Καθαρό Κέρδος

Για τη μεγιστοποίηση του καθαρού κέρδους θα πρέπει:

Α. Να επιδιώξουμε αύξηση των πωλήσεών μας.
Β. Να στοχεύσουμε στη μεγιστοποίηση του ποσοστού (%) μικτού κέρδους, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με μείωση του κόστους κτήσης ή με αύξηση της λιανικής τιμής πώλησης. Το κόστος κτήσης μειώνεται όταν διαπραγματευόμαστε καλύτερα με τους προμηθευτές μας τις εκπτώσεις και την πιστωτική πολιτική. Η αύξηση της λιανικής τιμής πώλησης είναι ικανή να μεγιστοποιήσει το ποσοστό μικτού κέρδους και εφαρμόζεται κυρίως όταν η ζήτηση των προϊόντων δεν είναι ελαστική (π.χ. παραφάρμακα).
Γ. Να περιορίσουμε τις δαπάνες και όπου είναι εφικτό (μετά από συμβουλή φοροτεχνικού) τους φόρους.

Αυξάνοντας την κερδοφορία

Έχοντας στα χέρια μας χρήσιμα εργαλεία για τον υπολογισμό του κέρδους της επιχείρησής μας, αρκεί να τα χρησιμοποιήσουμε προκειμένου να διερευνήσουμε την κερδοφορία της και να τη μεγιστοποιήσουμε. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η κερδοφορία της επιχείρησής μας εξαρτάται όχι μόνο από το ονομαστικό μικτό κέρδος (ποσοστό κέρδους που προκύπτει από την πώληση μιας μονάδας προϊόντος) αλλά και από την ταχύτητα ανακύκλωσης (πόσες φορές ανακυκλώνεται το εμπόρευμα που διατηρούμε). Συμφέρον της επιχείρησης είναι να πουλάει ταχυκίνητα προϊόντα με χαμηλό μικτό κέρδος, αντί για αργοκίνητα προϊόντα με σχετικά υψηλό μικτό κέρδος. Ο ιδανικός συνδυασμός, φυσικά, είναι η πώληση ταχυκίνητων προϊόντων με μεγάλο περιθώριο μικτού κέρδους.

Η οικονομική διαχείριση του φαρμακείου απαιτεί στρατηγικές επιλογές και αποφάσεις, ειδικά στις μέρες μας που το κέρδος μας ροκανίζεται καθημερινά με μειώσεις στις τιμές των φαρμάκων, τη μη αποζημίωση όλο και περισσότερων φαρμάκων από τα ασφαλιστικά ταμεία, μεγαλύτερες συσκευασίες, μικρότερες εκπτώσεις από τους προμηθευτές και αλλαγή στην πιστοληπτική ικανότητα. Κι ενώ τα μηνύματα, εν μέσω οικονομικής κρίσης, είναι δυσοίωνα με έντονη κινδυνολογία για μείωση του ποσοστού κέρδους του φαρμακοποιού, ας είμαστε έτοιμοι για διορθωτικές κινήσεις. ■

[ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ]

Τα έσοδα

Έστω φαρμακείο με πωλήσεις 30.000 ευρώ μηνιαίως.
Ας υποθέσουμε επίσης ότι το 10% του τζίρου αντιστοιχεί σε παραφάρμακα (3.000 ευρώ) και το 90% σε φάρμακα (27.000).
Μικτό κέρδος παραφαρμάκων: 3.000 x 25% = 750 ευρώ (το μικτό ποσοστό κέρδους υπολογίζεται στο 25%, δεδομένου ότι το markup είναι 40% και ο ΦΠΑ 19%)
Μικτό κέρδος φαρμάκων: 27.000 x 24% = 6.480 ευρώ (το μικτό ποσοστό κέρδους υπολογίζεται στο 24%, δεδομένου ότι το markup είναι 35% και ο ΦΠΑ 9% - δεν υπολογίζονται οι εκπτώσεις από τις φαρμακαποθήκες)
Μικτά κέρδη = 750 + 6.480 = 7.230 Ευρώ

Τα έξοδα

Έστω πάγια μηνιαία έξοδα τα εξής: Ενοίκιο 800 ευρώ, ΔΕΗ, νερό, τηλέφωνο 200 ευρώ, Υπάλληλος 1.000 ευρώ, λογιστής 100 ευρώ, λοιπά έξοδα 50 ευρώ.
Σύνολο εξόδων: 2.150 ευρώ/μήνα

Καθαρά κέρδη προ φόρων = 7.230 – 2.150 = 5.080 ευρώ/μήνα
Υπολογιζόμενο αυτό το κέρδος σε ετήσια βάση, αντιστοιχεί σε 5.080 x 12 = 60.960 ευρώ

Οι φόροι

Στο ποσό αυτό για φαρμακείο που είναι ατομική επιχείρηση, για εισόδημα 60.960 ευρώ θα αντιστοιχούσε φόρος περίπου 15.000 ευρώ (χωρίς την προκαταβολή φόρου). Αν καταμεριστεί μηνιαίως, το ποσό αυτό αντιστοιχεί σε φόρο 1.250 ευρώ το μήνα.

Τελικά καθαρά κέρδη: 5.080 – 1.250 = 3.830 ευρώ/μήνα
Τελικό ποσοστό καθαρού κέρδους (%) = 3.830 / 30.000 x 100 = 13%

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ

Σταθερές Δαπάνες μη ελεγχόμενες

Δαπάνες που υφίστανται σε προκαθορισμένα ποσά και δεν συνδέονται με τις πωλήσεις:

- **Ενοίκια**
- **Κοινόχρηστα**
- **Δημοτικά τέλη**
- **Απόσβεση**
- **Τόκοι**
- **Επαγγελματική ασφάλιση (πυρός, κλοπής, αστικής ευθύνης)**

Σταθερές Δαπάνες ελεγχόμενες

Αυτές οι δαπάνες δεν αυξάνονται με τις πωλήσεις, αλλά μπορούν να ελεγχθούν

- **Ενέργεια (ΔΕΗ, υγραέριο, φυσικό αέριο, πετρέλαιο)**
- **Τηλέφωνο**
- **Ύδρευση και αποχέτευση**
- **Επισκευές και συντήρηση**
- **Οδοιπορικά**
- **Εισφορές και συνδρομές**
- **Δωρεές και χορηγίες**
- **Αμοιβές τρίτων (λογιστής, δικηγόρος)**

Μεταβλητές δαπάνες

Αυξάνονται με τον τζίρο της επιχείρησης, αλλά όχι με σταθερή αναλογία. Εντάσσονται σε 2 κατηγορίες

1. **Δαπάνες Προσωπικού**
2. **Άλλες μεταβλητές δαπάνες**

- **(Διαφήμιση και προβολή, υλικά συσκευασίας, μεταφορικά, προμήθειες πιστωτικών καρτών, γραφική ύλη)**

ΠΡΟΦΙΛ

Η κυρία Τερέζα Χαραμή είναι απόφοιτος του τμήματος Φαρμακευτικής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Έχει παρακολουθήσει το μεταπτυχιακό πρόγραμμα ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος ειδίκευσης στη «Φαρμακογνωσία - Φυτικά Φαρμακευτικά Προϊόντα» του τμήματος Φαρμακευτικής του ΑΠΘ. Από το 2006 διατηρεί φαρμακείο στην πόλη της Κοζάνης.

Lactofemme®

Lactobacillus GR-1 ™ & Lactobacillus RC-14 ™

Η στοχευμένη απάντηση στη διατάραξη της χλωρίδας του γυναικείου κόλπου

- Συμβάλει στην αποκατάσταση και διατήρηση της χλωρίδας του γυναικείου κόλπου.
- Ιδιαίτερα χρήσιμο κατά την διάρκεια της αντιμυκητιασικής και αντιβιοτικής θεραπείας καθώς και στις βακτηριακές κολπίτιδες.
- Προστατεύει από επαναλαμβανόμενες κολπίτιδες
- Εύχρηστο αφού λαμβάνεται από το στόμα.
- Καλά ανεκτό

- **20 καψάκια φυτικής προέλευσης.**
- **Κάθε καψάκιο περιέχει 5,4 δισεκατομμύρια λακτοβάκιλλους.**

png gerolymatos® health | beauty | care

Για περισσότερες πληροφορίες-παραγγελίες: ΠΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε.
Αθήνα: 2108194450, 2108194581 • **Θεσ/νίκη:** 2310 533243, 2310 534510

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ Αναλογεί και στο ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ;

Μπορεί η –σχετικά νέα για την Ελλάδα– τάση των επιχειρήσεων για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη να βρει εφαρμογή στο χώρο του φαρμακείου; Ή μήπως αποτελεί υπόθεση μόνο μεγάλων οργανισμών, με ισχυρούς προϋπολογισμούς;
Οι περισσότεροι γνωστοί και δημοφιλείς τρόποι κοινωνικής προσφοράς είναι οικονομικά δυσβάσταχτοι, αλλά το «κοινωνικό συνεισφέρειν» δεν περιορίζεται μονάχα στις «χρυσές χορηγίες».

Από την **ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΟΥΚΑ**, Marketing Director του Πανελλαδικού Δικτύου Φαρμακοποιών Advance Pharmacies

Κάθε επιχείρηση αποτελεί μέλος της κοινωνίας και έτσι επηρεάζεται και δύναται να επηρεάσει τα κοινωνικά δρώμενα. Κατά συνέπεια, από τη θέση της εταιρείας μέσα στην κοινωνία, προκύπτει και η αντίστοιχη ευθύνη απέναντί της.

Ο όρος «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» περιγράφει τις ενέργειες των επιχειρήσεων που σκοπεύουν στη συνεισφορά τους σε κοινωνικά ζητήματα. Οι δραστηριότητες αυτές βρίσκουν εφαρμογή σε τομείς όπως το περιβάλλον (πρωτοβουλίες και οργάνωση δεντροφύτευσης), οι τέχνες και ο πολιτισμός (χορηγίες επικοινωνίας), ο αθλητισμός (υποστήριξη εθνικών ομάδων) και ο άνθρωπος (υποτροφίες, χορηγίες σε κοινωφελείς οργανισμούς).

Ορισμένες φορές οι επιχειρήσεις προωθούν την προβολή της κοινωνικής τους δράσης (κοινωνικό marketing) και καθημερινά γινόμαστε δέκτες σχετικών μηνυμάτων. Παράλληλα με την κοινωνική συνεισφορά, σκοπός σε αυτές τις περιπτώσεις είναι η ανάδειξη του κοινωνικού προφίλ της εταιρείας και η καλλιέργεια σεβασμού και αναγνώρισης του έργου της από το κοινωνικό σύνολο.
Προκειμένου να «ενεργοποιηθεί κοινωνικά», κάθε εταιρεία θα πρέπει αφενός να το επιθυμεί και αφετέρου να διαθέσει πόρους.
Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας του επαγγέλματος του φαρμακοποιού αποτελεί το ιδανικό υπόβαθρο για κοινωνική δράση. Αρκεί να υπάρχει η θέληση! Όσο για τους πόρους... οι προτάσεις που ακολουθούν απαιτούν από μηδαμινούς έως οικονομικά ανεκτούς πόρους.

Κοντά στον άνθρωπο

• Μπορείτε να συγκεντρώνετε τα ληξιπρόθεσμα (ή μη) προϊόντα και να τα διαθέτετε σε κοινωφελείς οργανισμούς που παρέχουν ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες και τα έχουν άμεση ανάγκη.
• Διαμορφώστε το χώρο του φαρμακείου σας έτσι, ώστε να εξυπηρετεί την προσβασιμότητα για τα Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ).
• Μην παραμελείτε τα έντυπα που σας στέλνουν προς διανομή οι κοινωφελείς οργανισμοί, εάν, φυσικά, εγκρίνετε το περιεχόμενό τους.

«Πράσινο» φαρμακείο

• Υιοθετήστε συνήθειες εξοικονόμησης ενέργειας στο φαρμακείο σας, όπως ελεγχόμενη χρήση φωτισμού και κλιματισμού – όχι στην άσκοπη σπατάλη.
• Πριν εκτυπώσετε άρθρα, mail ή οποιοδήποτε υλικό, αναλογιστείτε εάν πραγματικά χρειάζεστε την εκτύπωση αυτή.
• Επιπλέον τρόπος εξοικονόμησης χαρτιού είναι και η δημιουργία «πρόχειρων σελίδων». Πριν πετάξετε στα σκουπίδια εκτυπώσεις που δεν σας είναι πια χρήσιμες, μπορείτε να τις γυρίσετε στην αχρησιμοποίητη πλευρά τους και να δημιουργήσετε έτσι ένα «μπλοκ» από έτοιμα για τις σημειώσεις σας χαρτιά.
• Ανακυκλώστε! Μεγάλος όγκος από περιοδικά, έντυπα,

υλικά προβολής και άλλα υλικά από χαρτί μπορούν, αντί να αυξήσουν τον όγκο των απορριμμάτων, να ανακυκλωθούν.

• Σκεφτείτε το ενδεχόμενο να ξαναγεμίζετε τα μελάνια των εκτυπωτών σας.

• Χρησιμοποιείτε υλικά φιλικά προς το περιβάλλον στο εργαστήριό σας και επιλέξτε ανακυκλώσιμα υλικά για τη συσκευασία των εργαστηριακών σας σκευασμάτων.

• Επιλέγετε αναλώσιμα (τσάντες, σακουλάκια κ.ά.) μόνο από ανακυκλώσιμα υλικά. Αντικαταστήστε τις κοινές πλαστικές τσάντες, δίνοντας τα προϊόντα σας σε βιοδιασπώμενες τσάντες. Ενθαρρύνετε τους πελάτες σας να επαναχρησιμοποιούν τις πάνινες τσάντες που θα τους προμηθεύσετε.

• Ρωτήστε εάν μπορείτε να τοποθετήσετε στο φαρμακείο σας το ειδικό «δοχείο» συλλογής χρησιμοποιημένων μπαταριών προς ανακύκλωση.

Υπέρ στον πολιτισμό / αθλητισμό

• Φροντίστε ώστε το φαρμακείο να αποτελεί σημείο επικοινωνίας και προβολής για τα πολιτιστικά ή και αθλητικά δρώμενα της τοπικής σας κοινωνίας, χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα από τους οργανωτές επικοινωνιακά υλικά.

• Μπορείτε να αναλάβετε την κάλυψη των φαρμακευτικών αναγκών κάποιας τοπικής αθλητικής ομάδας.

Καλό θα ήταν να ενημερωθείτε από το λογιστή σας για ενδεχόμενες φοροαπαλλαγές που προκύπτουν από τις όποιες δωρεές.

Απόφαση δική σας, υπόθεση όλων

Σημαντικό είναι να ενημερώσετε το προσωπικό του φαρμακείου σας για την απόφασή σας για κοινωνική δραστηριοποίηση, να συζητήσετε όλοι μαζί ως ομάδα για ευκαιρίες κοινωνικής συνεισφοράς και να ενθαρρύνετε ιδέες και προτάσεις για σχετικές πρωτοβουλίες. Η κοινωνική συνεισφορά είναι υπόθεση όλων και τα αποτελέσματα θα είναι ουσιαστικά, εάν όλη η ομάδα του φαρμακείου ενστερνίζεται την ανάληψη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης του φαρμακείου.

Σκεφτείτε. Αποφασίστε. Δραστηριοποιηθείτε! ■

Τρόποι για να βγάζετε χρήματα

■ Από τον **ΙΩΑΝΝΗ-ΕΥΑΓΓΕΛΟ Χ. ΧΑΡΑΜΗ**, Χρηματοοικονομικό Σύμβουλο

Ως επένδυση ορίζεται γενικά η μετατροπή των «σίγουρων» κεφαλαίων σε κεφάλαια με «ρίσκο» που όμως έχουν προοπτική μεγαλύτερης απόδοσης.

Κάθε επένδυση συνδέεται με ένα ορισμένο βαθμό κινδύνου. Μπορείτε να ελαχιστοποιήσετε τον κίνδυνο, αν μπορέσετε να κατανοήσετε τα διαφορετικά χαρακτηριστικά των διαφόρων επενδύσεων και να φτιάξετε ένα ανάλογο χαρτοφυλάκιο. Ίσως λοιπόν αναρωτηθείτε: Εφόσον υπάρχει κίνδυνος, γιατί να επενδύσετε; Γιατί εμπειρικά, η ύπαρξη μεγαλύτερου κινδύνου είναι ανάλογη με μεγαλύτερη απόδοση για τους επενδυτές.

Οι τρόποι για να βγάζετε χρήματα σε αυτόν τον κόσμο είναι απλοί:

Παντρευτείτε κάποιον πλούσιο, κληρονομήστε κάποιον πλούσιο, βρείτε πετρέλαιο, ανακαλύψτε χρυσό, κερδίστε το λαχείο, ληστέψτε μια τράπεζα, δουλέψτε σκληρά και για πολλά χρόνια ή αφήστε να δουλέψουν για εσάς οι επενδύσεις!

Στις επενδύσεις δεν χρειάζεται να είστε ειδικός για να επωφεληθείτε από τις πραγματικές ευκαιρίες! Για να επενδύσετε όμως με εμπιστοσύνη, επιτυχία και συνέπεια και για να είστε σε θέση να αξιοποιήσετε τις ευκαιρίες, πρώτα θα πρέπει να διασφαλίσετε ότι όλες οι ουσιαστικές σας οικονομικές ανάγκες και υποχρεώσεις έχουν καλυφθεί.

Έπειτα ξεκινήστε κάνοντας τα ακόλουθα βήματα:

1. **Βάζοντας στην άκρη αρκετό ρευστό για περιπτώσεις ανάγκης.**
2. **Διασφαλίζοντας ότι είστε πλήρως και επαρκώς ασφαλισμένος.**
3. **Εκπονώντας ένα λογικό πλάνο συνταξιοδότησης.**
4. **Εξοφλώντας τα χρέη σας ώστε να μείνετε χωρίς χρέη!**
5. **Θέτοντας χρονικά πλαίσια, και**
6. **Αρχίζοντας να επενδύετε με στόχο να γίνετε οικονομικά ανεξάρτητος!**

Όλοι μας μπαίνουμε σταδιακά σε διαφορετικές φάσεις της ζωής μας. Τόσο η οικογενειακή μας κατάσταση όσο και οι στόχοι, τα έσοδά μας και οι δαπάνες μας αλλά και τα κριτήρια διαβίωσής μας αλλάζουν και διαμορφώνουν την επενδυτική μας στρατηγική.

Έχοντας καταλήξει στο τι θέλετε να επιτύχει η επένδυσή σας, θα μπορέσετε να τοποθετήσετε τα χρήματά σας ώστε να αποδώσουν πιο παραγωγικά.

ΕΛΤΑ

Business Express Post

Ο οικονομικότερος "courier"...
στο συρτάρι σας

Η άμεση συλλογικότητα για τα υπηρεσιακά σας πληροφόρησης υπηρεσιών Courier σας δίνει δυνατότητες

Τι σας προσφέρει το Business Express Post:

- Κατάθεση στο αλληλογραφείο σας μέχρι τις 17:00 στο οδικό γραμματοκιβώτιο Business Express Post.
- Εγγυημένη παράδοση επόμενης εργάσιμης ημέρας σε κτίριο σε όλες τις μεγάλες πόλεις σε ολόκληρη τη χώρα.
- Αποστολή πολλαπλών τεμαχίων.
- Εξοικονομείτε έως και 40% για ανάλογη υπηρεσία ταχυδρομείου Business Express Post.
- Δίνεται δυνατότητα, για τον κατάλογο των λαμβανόντων σας υπηρεσιών σας σε ένα μόνο φύλλο Business Express Post, για υπηρεσία παρακολούθησης ταχυδρομείου.
- Εκτυπώνεται σας εξοικονομήσετε χρήματα από τον ταχυδρομικό σας κατάλογο για τον υπηρεσιακό σας ταχυδρομείο.

Για πληροφορίες παρακαλούμε ή για περισσότερες πληροφορίες
Κέντρο Αθήνας 210 [illegible], [illegible], 7[illegible]77, Β. Ελλάδα: 210 [illegible], [illegible], [illegible], Δυτικά Περιοχές Αθήνας 210 [illegible], [illegible], Κέντρο Θεσσ/κης 2310 [illegible],
Δυτικά Περιοχές Θεσσ/κης/Κρήτη: 210 [illegible], [illegible], [illegible], [illegible], Θεσσ/κη: 2310 [illegible], Δυτικά [illegible] 2610 [illegible], Δυτικά Θεσσ/κης 2610 [illegible], Δυτικά Θεσσ/κης Κρήτη: 2610 [illegible], Ξυρά [illegible] 2310 [illegible],
Πελοπόννησος 2[illegible]10 [illegible], Θεσσ/κη: 2610 [illegible], Θεσσ/κη: 2610 [illegible], Κρήτη: 2810 [illegible].

© ΕΛΤΑ ΑΕ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΕΛΤΑ ΑΕ

*Ενδεικτική λιανική τιμή.

Η Vichy δημιουργεί την τονωτική ενυδάτωση.

24ωρη ενυδάτωση σε βάθος για τόνωση της επιδερμίδας.

19,20 €*

15,00 €*

AQUALIA THERMAL

24ΩΡΗ ΕΝΥΔΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΝΩΤΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

Το Ιαματικό Νερό της Vichy αντλεί από έναν ηφαιστειογενή βράχο οπάνια μέταλλα και ιχνοστοιχεία με τονωτικές και καταπραϋντικές ιδιότητες:

Σίδηρος	Οξυγονώνει το κύτταρο
Μαγνήσιο	Διεγείρει την κυτταρική ανανέωση
Μαγγάνιο	Αντιοξειδωτικό
Πυρίτιο	Αναγεννά τους ιστούς
Ασβέστιο	Προστατεύει τους ιστούς

NEO ROLL-ON ΜΑΤΙΩΝ ΜΕ ΑΠΟΣΥΜΦΟΡΗΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

ενάντια σε σακούλες + μαύρους κύκλους

Η ΥΓΕΙΑ ΕΙΝΑΙ ΟΜΟΡΦΗ

VICHY

LABORATOIRES

Για την προσωπική σας αξιολόγηση επισκεφθείτε το www.vichyconsult.gr

ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ

ΔΩΜΑΤΙΟ 365

ΜΗΝ ΕΝΟΧΛΕΙΤΕ

Cialis
tadalafil
"κάθε μέρα"

Lilly