

PHARMACY

management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΜΑΡΤΙΟΣ 2010 • ΤΕΥΧΟΣ 05 • Θ. ΧΑΡΑΜΗ ΕΠΕ ΝΙΚΗΣ 57, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΑΓΟΡΑ

Συμπληρώματα διατροφής
για το αδυνάτισμα

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τα προβλήματα
των δοντιών και του στόματος

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πώς να κερδίσετε
τον «ηλεκτρονικό» πελάτη σας...

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Η τέχνη της Διοίκησης



ΠΛΗΡΟΜΕΝΟ
ΤΕΛΟΣ
Κ.Ε.Μ.Π.
Κρουνηρίου
Αριθμός Αδείας
48/09



www.PharmaManage.gr

Η ιστοσελίδα του Περιοδικού

PHARMACY
management
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



Το Μάρκετινγκ, η Διοίκηση
και η Επικοινωνία στο Φαρμακείο

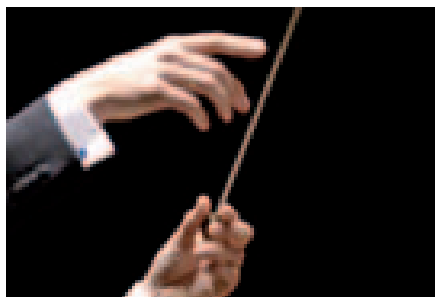
με ένα κλίκ

■ Επικαιρότητα

- 03 **EDITORIAL**
 04 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**
 04 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών
 05 Οι ομιλητές της ημερίδας
 06 Οι χορηγοί της ημερίδας
 07 Οι υποστηρικτές της ημερίδας
 08 Η Card' Advantage επεκτείνεται
 08 «Σύγχρονη Φαρμακολογία», ένα καινούργιο βιβλίο
 08 Η Frezyderm διατηρεί τις ίδιες τιμές
 10 Euromedica Windows: Το 1ο ελληνικό πρόγραμμα διαχείρισης φαρμακείου
 10 Η ISO-PLUS AE στο Συνέδριο των Ομοιοπαθθτικών
 10 Νέος Διευθυντής Πωλήσεων στη Health Aid
 12 Διπλή προσφορά από τη SYNCHROLINE
 12 CSA-ROWA: Συνεργασία «Υψηλής Τεχνολογίας»
 12 Το Wellman στο Men's Health Show
 14 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**
 20 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**

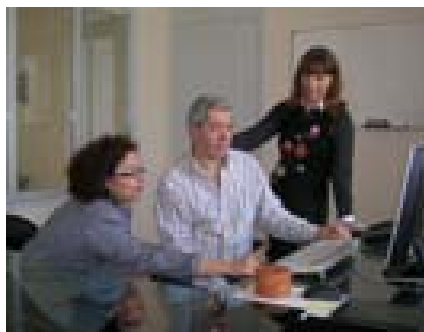
■ Αφιέρωμα

- 26 Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ:
Με στόχο την εξέλιξη
ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ
του προσωπικού του φαρμακείου



■ Αναλύσεις

- 34 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
 ΜΕ ΤΟΝ κ. **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟ ΛΟΥΡΑΝΤΟ**
As μη χάνουμε χρόνο
 38 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΩΝ
 ΑΓΓΕΛΙΚΗΣ ΚΑΡΑΜΠΟΥΛΑ, ΕΛΕΝΗΣ ΑΡΜΑΚΟΛΑ, ΜΑΡΙΟΥ ΡΟΥΣΣΟΥ
Ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό «τρίο»



- 44 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΑΡΜΑΚΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ **Το μεθοδολογικό πρόβλημα και η ανάγκη για εξορθολογισμό του συστήματος**
 48 ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ **Μια αγορά βάρους**



■ Επικοινωνία

- 62 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ
Τα προβλήματα των δοντιών και του στόματος



- 72 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ
Ο ρόλος του φαρμακοποιού στη Φλεβική Ανεπάρκεια
 76 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ
Ενδυναμώνοντας το επιστημονικό προφίλ του φαρμακοποιού, ως προαγωγού υγείας
 78 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ
Τα ευαίσθητα δέρματα στον ήλιο

■ Επιχειρηματικότητα

- 86 MARKETING
Πώς να κερδίσετε τον «ηλεκτρονικό» πελάτη σας...
 92 ΔΙΟΙΚΗΣΗ
Ο άνθρωπός μας, αυτός ο άγνωστος...
 96 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ
Επένδυση στο μέλλον
 98 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
Η αξιολόγηση της οικονομικής σας κατάστασης

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

Αποτελεσματική αντηλιακή προστασία σήμερα, υγεία στην επιδερμίδα αύριο

Για αποτελεσματική και ολοκληρωμένη προστασία από τον ήλιο, ένα αντηλιακό πρέπει να προστατεύει την επιδερμίδα ταυτόχρονα από την ηλιακή ακτινοβολία και από την πρόωρη γήρανση. Πρέπει δηλαδή να παρέχει προστασία από την UVA & UVB ακτινοβολία, την επιβλαβή δράση των ελευθέρων ριζών αλλά και την απώλεια υγρασίας. Είναι ανάγκη να προσέξουμε σήμερα για να διασφαλίσουμε την υγεία της επιδερμίδας στο μέλλον.

APIVITA SUNCARE, αποτελεσματική και ολοκληρωμένη προστασία με τον πιο φυσικό τρόπο

Τα αντηλιακά APIVITA SUNCARE, προστατεύουν αποτελεσματικά από την UVA & UVB ακτινοβολία συνδυάζοντας φυσικά και οργανικά φίλτρα με εκχύλισμα φραγκόσκου. Βάσει κλινικών μελετών (in vitro), το εκχύλισμα φραγκόσκου αυξάνει κατά 48% την ανοχή των κυττάρων στην UVA ακτινοβολία. Για επιπλέον προστασία από τη φωτογήρανση, οι συνθέσεις έχουν ενισχυθεί με ισχυρούς αντιοξειδωτικούς παράγοντες όπως τα φύλλα ελιάς, το λυκοπένιο και το ρόδι. Το λάδι ελιάς, το αβοκάντο, το φραγκόσυκο και η αλόη παρέχουν στην επιδερμίδα την απαραίτητη ενυδάτωση για να διατηρήσει την ελαστικότητά της.

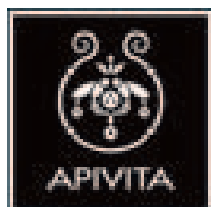
Η συμβουλή σας στο φαρμακείο

Προτείνετε χρήση αντηλιακού προσώπου όλο το χρόνο.

Η UVA ακτινοβολία είναι σε υψηλά επίπεδα όλη την ημέρα, όλο το χρόνο. Είναι βασικό, τις ημέρες με ήλιο να προτείνετε αντηλιακό προσώπου με υψηλό δείκτη (από SPF30 και πάνω) και αντιοξειδωτικούς παράγοντες για να εξασφαλίσετε στον πελάτη σας προστασία από την UV ακτινοβολία και τη φωτογήρανση.

Προτείνετε χρήση εξειδικευμένου αντηλιακού για τις πανάδες.

Σε επιδερμίδες με πανάδες ή τάση για πανάδες, η χρήση ενός αντηλιακού με πολύ υψηλό δείκτη είναι απαραίτητη αλλά όχι αρκετή. Το αντηλιακό APIVITA SUNCARE για τις πανάδες με δείκτη SPF50, πέραν της προστασίας από τον ήλιο μειώνει την ένταση των πανάδων και εμποδίζει τη δημιουργία νέων, χάρη στα εκχυλίσματα αχιλλέας και κριθάμου. Διατίθεται και με χρώμα για ήπια κάλυψη, ομοιόμορφο χρωματικό τόνο και λάμψη.





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

Copyright © 2009 Π. Χαραμή

Το περιοδικό έχει το δικαίωμα της επιλογής και συντόμευσης των άρθρων και δελητίων τύπου που λαμβάνει.

Τα όποια μορφής υλικά, φωτογραφίες κλπ. δεν επιστρέφονται.



Ας αρχίσουμε!

Υπάρχουν τρόποι και τρόποι να βλέπουμε τα πράγματα που συμβαίνουν γύρω μας.

Μια άποψη είναι να συμβιβαστούμε με το γενικό κλίμα του φόβου που κυριαρχεί στο εμπόριο και γενικά στην αγορά, κατάσταση που δεν έχει να κάνει με το δικό σας επάγγελμα. Διότι εσείς δεν είστε έμπορος, αλλά επαγγελματίας υγείας και αρωγός στην πρωτοβάθμια περίθαλψη.

Η άλλη άποψη είναι αυτή που μας οδηγεί στο να πάρουμε την κατάσταση στα χέρια μας και να δούμε τις ευκαιρίες για εξέλιξη. Μια άποψη που το περιοδικό Pharmacy Management και Επικοινωνία υποστηρίζει από την αρχή της κυκλοφορίας του και σας καθοδηγεί για να αναπτύξετε μια επιχειρηματικότητα και μια επικοινωνία προσαρμοσμένη στις ανάγκες των πελατών σας.

Επειδή δε οι ιδέες πάντα είναι δύσκολο να υλοποιηθούν, ας αρχίσουμε λοιπόν από την ερμηνεία απλών εννοιών:

Επιχειρηματικότητα: Σύνολο ενεργειών με στόχο την εξέλιξη της επιχείρησης μέσα από την ικανοποίηση των πελατών.

Επικοινωνία: Κατανόηση αναγκών των πελατών και απόδοση υπηρεσιών με στόχο την ικανοποίησή τους.

Όλα λοιπόν οργανώνονται με στόχο την ικανοποίηση των πελατών και είναι εδώ που τα πράγματα έχουν ενδιαφέρον. Διότι αυτές οι δύο παραπάνω έννοιες περιγράφουν απόλυτα το επάγγελμά σας, επάγγελμα που απευθύνεται απλά στην υγεία και στη συμβουλή προς τον πελάτη.

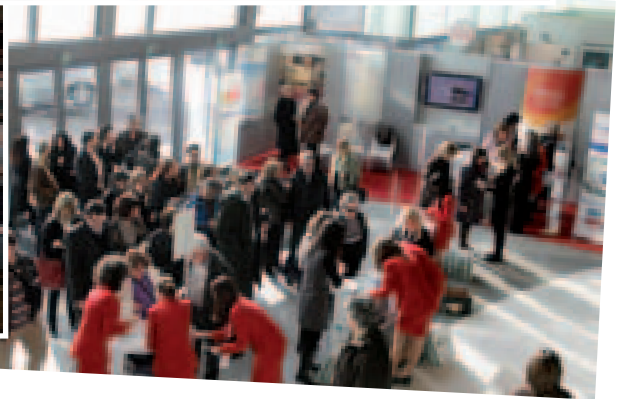
Έφθασε λοιπόν η ώρα να αναθεωρήσετε τις έννοιες «επιχείρηση», «εμπόριο», «επικοινωνία», «συμβουλή» και να τις προσαρμόσετε στη δική σας αποστολή, όπως κάνουν ήδη αρκετοί συνάδελφοι που πάνε πάντα μπροστά, χωρίς να φοβούνται την οποιαδήποτε κρίση και τους δύσκολους καιρούς.

Ας αρχίσουμε λοιπόν χωρίς καμία αναστολή!

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ

Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών



1η Ημερίδα Φαρμακοποιών

**Φαρμακείο:
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Σάββατο, 23 Ιανουαρίου 2010
Άξιζε που ήσασταν εδώ!

Με ιδιαίτερη επιτυχία πραγματοποιήθηκε η **1^η Ημερίδα Φαρμακοποιών** στις 23 Ιανουαρίου 2010, στο «ΘΕΑΤΡΟΝ» του Κέντρου Πολιτισμού «Ελληνικός Κόσμος», Πειραιώς 254, στην Αθήνα.

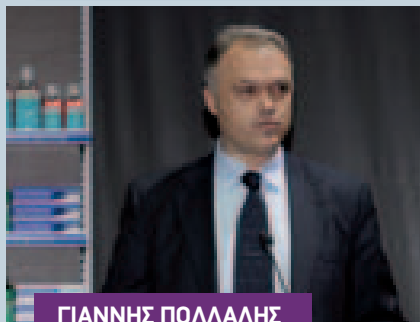
Με 1.257 συμμετοχές από όλη την Ελλάδα, οι φαρμακοποιοί ανταποκρίθηκαν με ενθουσιασμό στο κάλεσμα του περιοδικού «Pharmacy Management και Επικοινωνία» με κεντρικό θέμα: **Φαρμακείο «Επιχειρηματικότητα & Επικοινωνία».**

Η πολύ προσεκτικά σχεδιασμένη διοργάνωση αληθιά και οι ομιλίες, επικεντρωμένες σε θέματα διοίκησης φαρμακείου, marketing, διαχείρισης, merchandising και επικοινωνίας πελάτη, ενθουσίασαν τους συμμετέχοντες.

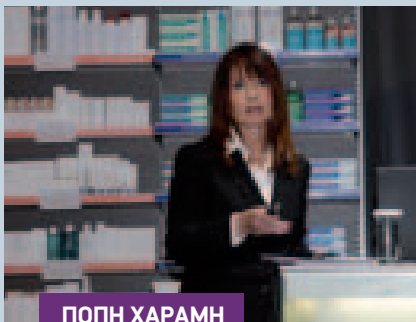
Παράλληλα, οι εταιρείες χορηγοί και υποστηρικτές παρουσίασαν μια άψογη εικόνα με τα περίπερά τους και τους ανθρώπους τους και υποδέχθηκαν εγκάρδια τους συμμετέχοντες φαρμακοποιούς. Η Ημερίδα κατά γενική αποδοχή κατόρθωσε να προσφέρει στο φαρμακοποιοί μια δυναμική ευκαιρία να σχηματίσει μια σαφή εικόνα για τους τομείς και τις μεθόδους που θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί, με κυρίαρχο στόχο την εξέλιξη της επιχείρησής του παράλληλα με τον επιστημονικό του ρόλο ως λειτουργού υγείας.

Οι ομιλητές

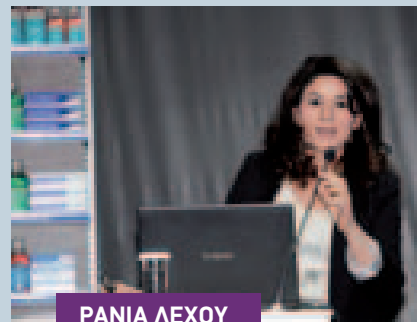
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ



ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΟΛΛΑΛΗΣ
συντονιστής

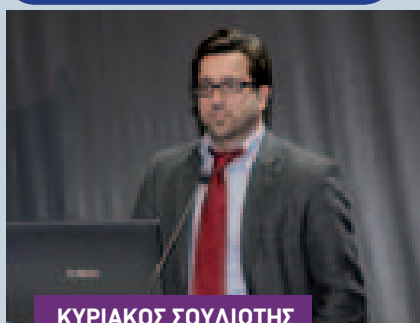


ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ
εισηγήτρια



ΡΑΝΙΑ ΛΕΧΟΥ
εισηγήτρια

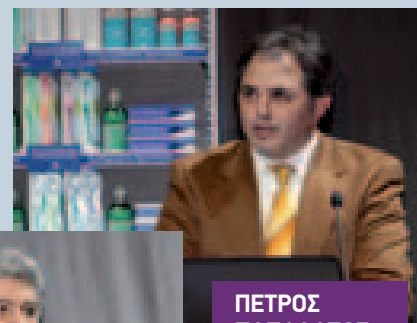
MARKETING - ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ



ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ
συντονιστής



ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ
εισηγητής



ΠΕΤΡΟΣ ΠΑΠΑΔΑΤΟΣ
εισηγητής

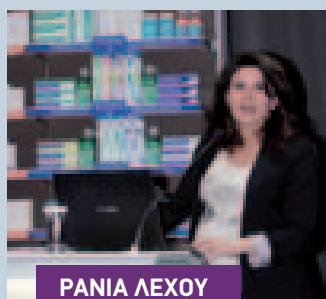


ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΒΟΖΙΚΗΣ
εισηγητής

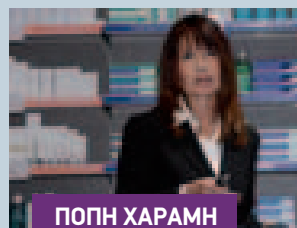
MERCHANDISING



ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΠΑΜΠΑΛΙΑΡΗΣ
συντονιστής



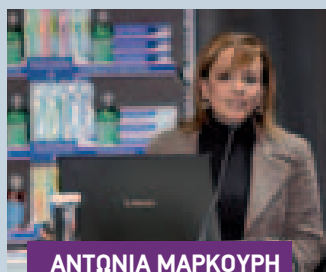
ΡΑΝΙΑ ΛΕΧΟΥ
εισηγήτρια



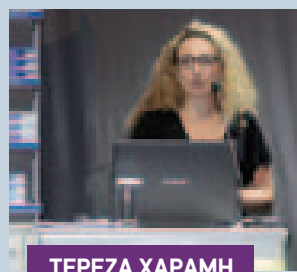
ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ
συντονίστρια



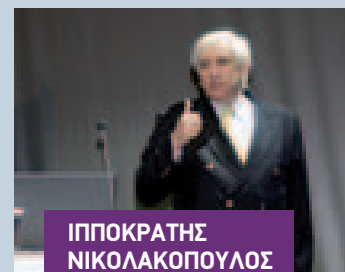
ΚΩΣΤΑΣ ΔΟΥΝΑΣ
εισηγητής



ΑΝΤΩΝΙΑ ΜΑΡΚΟΥΡΗ
εισηγήτρια



ΤΕΡΕΖΑ ΧΑΡΑΜΗ
εισηγήτρια



ΙΠΠΟΚΡΑΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΚΟΠΟΥΛΟΣ
εισηγητής

Χορηγοί Ημερίδας



ALAPIS



CSA



MEDIHELM



NATURE PLUS



SUPERFOODS ASTRA MEDICAL



LILLY



MARFIN EGNATIA



MEDISPES

Υποστηρικτές Ημερίδας



PFIZER



ADELCO



PIERRE FABRE



DOUNI



SANOFI-AVENTIS



MENARINI



NESTLE



VOLVO



PHARMAZAC

Η Card' Advantage επεκτείνεται και προσφέρει περισσότερα!

Προηγμένο σύστημα επιβράβευσης πελατών από το Πανελλαδικό Δίκτυο Φαρμακείων ADVANCE Pharmacies!

Μετρώντας ένα χρόνο λειτουργίας, η Card' Advantage, κάρτα επιβράβευσης για τους πελάτες των φαρμακείων που είναι μέλη του Πανελλαδικού Δικτύου Advance Pharmacies, συνεχίζει τη δυναμική πορεία της, προσφέροντας αποκλειστικά προνόμια σε περισσότερους από 65.000 κατόχους!

Με σεβασμό στην επιλογή του πελάτη και ανταμείβοντας την πιστότητά του, η Card' Advantage παρέχει ελκυστικές και ξεκάθαρες προσφορές, δίνοντας την δυνατότητα στους κατόχους της να επιλέξουν ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία προσφορών, εκπτώσεων και δώρων!

Επιπλέον, συμβαδίζοντας με τον έντονα ανθρωποκεντρικό ρόλο του φαρμακοποιού, διατηρεί παράλληλα την κοινωνική προσφορά της σε διάφορους μη κοινωφελείς οργανισμούς.

Στο νέο κύκλο προσφορών για το 2010, ανάμεσα στα δώρα που οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν, με την εξαργύρωση των πόντων τους, είναι δύο νέα οικολογικά παιχνίδια κατασκευών της εταιρείας ecoFAMILY, συμβάλλοντας έτσι στην ενίσχυση της οικολογικής συνείδησης των παιδιών τους! (Εξαιρούνται όλα τα φαρμακευτικά προϊόντα και τα προϊόντα βρεφικής διατροφής).



Ένα καινούργιο βιβλίο με τίτλο «Σύγχρονη Φαρμακολογία»

Μόλις κυκλοφόρησε από το συνάδελφό μας, Γιώργο Παπαχαρίση η «Σύγχρονη Φαρμακολογία». Πρόκειται πραγματικά για μία πολύ σημαντική δουλειά και χρήσιμη για κάθε συνάδελφο που εργάζεται στο χώρο υγείας. Το βιβλίο αποτελείται από 820 σελίδες μεγέθους Α4. Είναι έγχρωμο και χωρίζεται σε 22 ενότητες που αποτελούνται από 145 κεφάλαια, σύμφωνα με το Εθνικό Συνταγολόγιο. Περιλαμβάνει ό,τι πιο καινούργιο στοιχείο αφορά στο χώρο του φαρμακείου. Αναφέρονται μερικές χαρακτηριστικές κατηγορίες όπως τα ανοσοκατασταλτικά, ανοσοτροποιοποιητικά, μονοκλωνικά αντισώματα, αναστολείς αγγειογένεσης, αντικαρκινικά εμβόλια, το μέλλον της φαρμακευτικής επιστήμης, η φαρμακογονιδιωματική, η γονιδιακή θεραπεία, θεραπεία βασισμένη στις πρωτεΐνες, εξατομικευμένη φαρμακευτική θεραπεία, αντιρετροϊκά και πλήθος άλλων κατηγοριών. Επίσης, περιλαμβάνονται τα φάρμακα του ΙΦΕΤ και τα Ορφανά Φάρμακα.

Το σημαντικό με το βιβλίο είναι ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν ευρετήριο σύμφωνα με τη δραστηκή ουσία αλλά και σαν ευρετήριο φαρμάκων.

Σε κάθε ενότητα και σε κάθε κεφάλαιο αρχικά γίνεται περιγραφή της παθολογίας της κάθε κατάστασης και αναπτύσσεται ο μηχανισμός δράσης του φαρμάκου. Σε κάθε φάρμακο αναφέρονται οι αλληλεπιδράσεις και οι ανεπιθύμητες ενέργειές του.

Ένα βιβλίο που προωθεί τη γνώση και το λειτουργήμα του φαρμακοποιού και δεν πρέπει να λείπει από τον πάγκο κανενός φαρμακείου. Αποσπάσματα του βιβλίου μπορείτε να δείτε στο site www.pharmacyathens.com ή να το παραγγείλετε στο 210 7487256 ή 6977 347373.



Η Frezyderm διατηρεί τις ίδιες τιμές στα προϊόντα της και το 2010

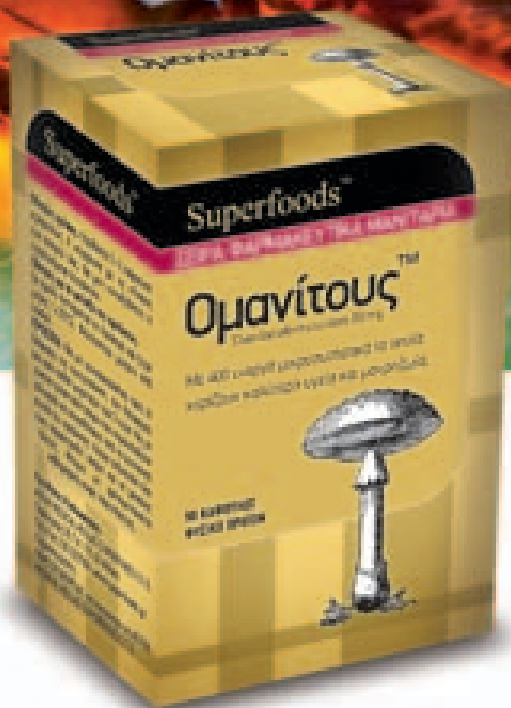
Η Frezyderm, πρωτοπόρος εταιρεία στην παραγωγή και διακίνηση δερμοκαλλυντικών προϊόντων, αποφάσισε να μην προβεί σε ανατίμηση των προϊόντων της για το έτος 2010, συμμεριζόμενη την οικονομική δυσχέρεια των καταναλωτών.

Παράλληλα, δεσμεύεται να διατηρήσει σταθερή την υψηλή ασφάλεια και ποιότητα των προϊόντων αλλά και των υπηρεσιών που παρέχει, καθώς και την εμπιστοσύνη που τόσα χρόνια δείχνουν οι καταναλωτές.

Η Frezyderm δημιουργήθηκε το 1986 από τον κ. Αναστάσιο Αναστασίου με σκοπό τη διακίνηση δερμοκαλλυντικών προϊόντων, την παρουσίασή τους μέσω της ιατρικής ενημέρωσης σε δερματολόγους, γυναικολόγους και παιδίατρος και τη διακίνησή τους μέσω των φαρμακείων. Το δίκτυό της αναπτύσσεται σε όλο τον ελληνικό χώρο σε 2.500 φαρμακεία-συνεργάτες. Παράλληλα, τα προϊόντα της έχουν επιτυχώς διεισδύσει και σε διεθνείς αγορές όπως η Μέση Ανατολή, τα Βαλκάνια, η κεντρική και ανατολική Ευρώπη.

Γνωρίζοντας τις ανάγκες των καταναλωτών, βελτιώνει συνεχώς την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών της, ενώ παράλληλα διατηρεί πολιτική σεβασμού και ειλικρίνειας απέναντι στον καταναλωτή. Το 2003 η Frezyderm απέκτησε Πιστοποιητικό Ποιότητας ISO 9001:20.





Ομανίτους™

Ήρθε το Μανιτάρι των Θεών

Το Ομανίτους, το νέο πρωτοποριακό φυτικό συμπλήρωμα διατροφής της Astra Medical Hellas Superfoods, έρχεται και αλλάζει τα δεδομένα στον τομέα της φυσικής διατροφής. Προέρχεται από το έλαιο του κόκκινου μανιταριού *Ganoderma lucidum*, που είναι γνωστό ως «Μανιτάρι των Θεών» και χρησιμοποιείται εδώ και 2.000 χρόνια στην ασιατική ιατρική για την καταπολέμηση πολλών ασθενειών. Θεωρείται το πιο ισχυρό φάρμακο της φύσης που ενισχύει συνολικά την υγεία του οργανισμού.



Το Ομανίτους™ είναι το μόνο που περιέχει το έλαιο των σπόρων του μανιταριού *Ganoderma lucidum* και είναι 70 φορές πιο ισχυρό απ' ό,τι η φυσική ή αποξηραμένη μορφή του.

Το κορυφαίο φυτικό συμπλήρωμα διατροφής με 400 συστατικά

Με περισσότερα από 400 ευεργετικά μικροσυστατικά που περιέχει το *Ganoderma lucidum*, το Ομανίτους™ αναδεικνύεται σε έναν πολύτιμο σύμμαχο υγείας. Περιέχει σπέρμες, ακόρεστα λιπαρά οξέα, βιταμίνες, μέταλλα, αμινοξέα, τερπενοειδή, πολυσακχαρίτες, γανοθερικά οξέα και πολλά ακόμα ενεργά συστατικά τα οποία δρουν ρυθμιστικά ομαλοποιώντας τις λειτουργίες του σώματος. Επίσης, το *Ganoderma lucidum* είναι γνωστό ως το ελιξήριο της μακροζωίας καθώς αποτρέπει την πρόωπη γήρανση των κυττάρων, χαρίζει πνευματική διαύγεια, μειώνει την κόπωση και το άγχος και προσφέρει τεράστια αποθέματα ενέργειας και ευεξίας.

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, το Λόδι του *Ganoderma lucidum* μπορεί να βοηθήσει στην:

- Ενίσχυση της υγείας του ήπατος
- Μείωση των επιπέδων σακχάρου στο αίμα
- Αντιισταμινική, αντιαλλεργική και αντιική προστασία
- Καταπολέμηση της ανδρικής ανικανότητας
- Αποτελεσματική μείωση της χοληστερόλης
- Βελτίωση της υπέρτασης και της υπότασης
- Καταπολέμηση της αϋπνίας, του στρες, της κατάθλιψης
- Ισχυρό αντιοξειδωτικό που εμποδίζει τη μεταφορά της οξειδωσης στα κύτταρα

Astra Medical Hellas Superfoods

Η εξέλιξη στη φυσική διατροφή

Πάντα πιστή στο πενήταπτυχο «Χρήσιμα, Καινοτόμα, Ποιοτικά, Ασφαλή και Προσιτά για όλους προϊόντα», η Astra Medical Hellas Superfoods είναι σήμερα μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες φυτικών συμπληρωμάτων διατροφής στην Ελλάδα.

Όλα τα προϊόντα της είναι πραγματικές καινοτομίες, καθώς είναι 100% φυτικά, προέρχονται από την καλύτερη και πιο ακριβή παγκόσμια πρώτης ύλης και φτάνουν στο ράφι στην πιο προσιτή τιμή.



Η ISO-PLUS ΑΕ δηλώνει έντονα το «παρών», ενημερώνει και εντυπωσιάζει και στο Συνέδριο των Ομοιοπαθητικών!

Η παρουσία της ISO-PLUS ΑΕ, αποκλειστικής αντιπρόσωπου των SOLGAR, RANSOM, LYME REGIS, AINSWORTH για την ελληνική αγορά, έκληψε την παράσταση και στο 15ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ομοιοπαθητικής Ιατρικής, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 4-6 Δεκεμβρίου στο Ίδρυμα Ευγενίδου.

Το εντυπωσιακό ηθευκό περίπτερο της ISO-PLUS, στελεχωμένο από το εξειδικευμένο προσωπικό της, παρέμεινε γεμάτο και τις 3 ημέρες της οργάνωσης, από τους ομοιοπαθητικούς γιατρούς οι οποίοι παρακολούθησαν τις εργασίες του συνεδρίου και οι οποίοι έδειξαν τεράστιο ενδιαφέρον για τις φυσικές προτάσεις της ISO-PLUS ΑΕ.

Το συνέδριο αποτέλεσε την αρχή μόνο για μια στενότερη σχέση συνεργασίας και ανταλλαγής απόψεων και γνώσεων γύρω από τα θέματα της επιστήμης της διατροφής στο μέλλον.

Health Aid

Νέος Διευθυντής Πωλήσεων



Ο Κώστας Παρτσινέβεβλος ανέλαβε τη Διεύθυνση Πωλήσεων στην PHARMA CENTER ΑΕ από τις αρχές του 2010. Έχει πτυχίο Bachelor of Science στη Διοίκηση Επιχειρήσεων με ειδίκευση στο μάρκετινγκ και προϋπηρεσία 13 ετών στο χώρο του φαρμακείου. Ξεκίνησε από το Τμήμα Πωλήσεων της Cosmetique Active L'OREAL HELLAS, όπου διετέλεσε Περιφερειακός Διευθυντής Πωλήσεων και National Account Manager. Στη συνέχεια, ανέλαβε Διευθυντής Πωλήσεων στη RECKIT BENCKISER HELLAS στον κλάδο φαρμακείου για την οργάνωση του τμήματος σε όλη την Ελλάδα.

Κατά γενική ομολογία πέτυχε εξαιρετικά αποτελέσματα στη διοίκηση και ανάπτυξη των Τμημάτων Πωλήσεων, με στόχο τη δημιουργία δυναμικής ομάδας συνεργατών - φαρμακοποιών για την προώθηση προϊόντων OTC.

Γνωρίζοντας άριστα την αγορά του φαρμακείου, αναλαμβάνει με ιδιαίτερες φιλοδοξίες τη Διεύθυνση Πωλήσεων της PHARMA CENTER, με στόχο τη δυναμική πορεία της HEALTH AID, μιας από τις πιο ολοκληρωμένες σειρές Συμπληρωμάτων Διατροφής που βρίσκονται στα καλύτερα φαρμακεία και καλύπτουν τις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών με προϊόντα απαραίτητα για την προστασία και διατήρηση της υγείας.

Euromedica Windows

Το 1ο ελληνικό πρόγραμμα διαχείρισης φαρμακείου



Η Europharmacy Hellas με τη δυναμική της παρουσία στο χώρο της μηχανογράφησης φαρμακείου πανελληνίως, έχει σαν κύριο αντικείμενό της το πρώτο ελληνικό πρόγραμμα διαχείρισης φαρμακείου, Euromedica Windows, που απευθύνεται τόσο στους φαρμακοποιούς που ακολουθούν τις εξελίξεις

και την τεχνολογία και επιθυμούν συνεχή αναβάθμιση του φαρμακείου τους, όσο και στους φαρμακοποιούς που δεν έχουν ιδιαίτερες γνώσεις χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών.

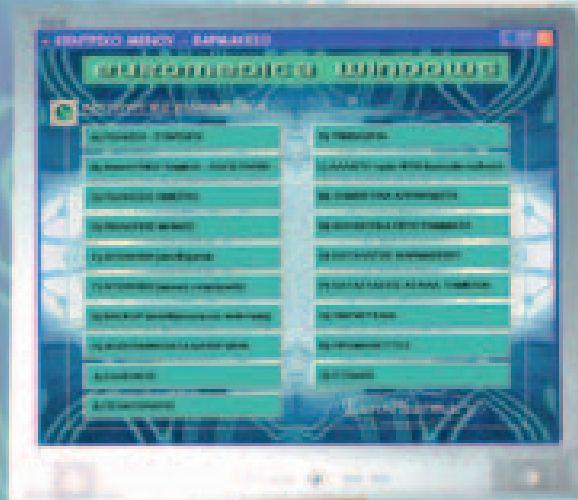
Σκοπός της εταιρείας είναι πάντοτε:

- Η άμεση και σωστή ενημέρωση των φαρμακοποιών-πελατών της
- Οι συνεχείς καινοτομίες που προστίθενται στο πρόγραμμα (όπως είναι η σύνδεση του προγράμματος με το 1ο Ελληνικό Ρομπότ φαρμακείου Art@Smart)
- Η διατήρηση της απλότητας και λειτουργικότητας του προγράμματος
- Το οικονομικό όφελος των φαρμακοποιών πελατών της (ανταγωνιστικές τιμές στην αγορά του προγράμματος, ετήσια συνδρομή και τεχνική κάλυψη καθώς και διατήρηση του ήδη υπάρχοντος ηλεκτρονικού εξοπλισμού, αφού συνήθως δεν κρίνεται απαραίτητη η αλλαγή του)
- Η εξαιρετική ταχύτητα κατά τη διάρκεια της χρήσης του προγράμματος.

Το Euromedica Windows το έχουν εμπιστευτεί χιλιάδες φαρμακοποιοί, γιατί αποτελεί το ιδανικό εργαλείο για την υπεύθυνη και κουραστική δουλειά τους. Εσείς;

Europharmacy Hellas ΕΠΕ, τηλ. 2310 403353 www.europharmacy.gr

Πρόγραμμα Διαχείρισης Φαρμακείου **Europharmacy Windows**



**Τώρα που
οι εξελίξεις τρέχουν,
ακολουθήστε
τους πρωτόδρους!**

Η “συνταγή” της επιτυχίας!

**ΚΑΡΤΑ ΠΕΛΑΤΗ
ROBOT ART & SMART
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ AEGATE**

ΑΠΛΟ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ

ΔΟΚΙΜΑΣΜΕΝΟ

Europharmacy Hellas Ε.Π.Ε.

Α. Αμπατζή - Μ. Τολίκα
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ - ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Γ. Παπανδρέου 37 (Περιοχή Μαρτίου) Τ.Κ. 546 46 * Θεσσαλονίκη
τηλ: 2310 403353 - 4 * fax: 2310 428320

www.europharmacy.gr
info@europharmacy.gr



Διπλή προσφορά από τη SYNCHROLINE ΜΕΓΑΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ φέτος μαυρίστε στο ΜΑΥΡΙΚΙΟ...



Φέτος, τα SUNWARDS και η SYNCHROLINE ταξιδεύουν εσάς και τους πελάτες σας στον εξωτικό Μαυρίκιο!

Με πολύ απλό τρόπο, όλοι οι καταναλωτές του φαρμακείου σας που θα αγοράσουν έστω κι ένα προϊόν Sunwards παίρνουν μέρος στη μεγάλη κλήρωση με έπαθλο ένα 1 ταξίδι 6 ημερών για 2 άτομα στο Μαυρίκιο!

Αλλά κερδισμένοι δεν θα είναι μόνο οι πελάτες σας. Και εσείς έχετε τη δυνατότητα να ταξιδέψετε στον εξωτικό Μαυρίκιο με 1 ακόμα δικό σας άτομο, μια και το φαρμακείο από το οποίο θα προέρχεται το «τυχερό κουπόνι» του καταναλωτή, κερδίζει αυτόματα το ίδιο δώρο! Εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία. Όσο περισσότερες συμμετοχές (κουπόνια) συγκεντρωθούν στην κλήση του δικού σας φαρμακείου, τόσο περισσότερες πιθανότητες αποκτάτε να είστε εσείς ο τυχερός που θα... μαυρίσει στο Μαυρίκιο!

Τα SUNWARDS φέτος προστατεύουν ΔΙΠΛΑ!!

Παράλληλα, επωφεληθείτε από τη μεγάλη προσφορά καταναλωτών! Όλες οι κρέμες προσώπου Sunwards κυκλοφορούν σε ειδική συσκευασία 1+1 ΔΩΡΟ.

Οι κρέμες προσώπου Sunwards έχουν ειδικά μελετημένη σύνθεση για την προστασία του προσώπου από τον ήλιο, βασισμένη στη συνδυασμένη δράση:

- **Synchroblock Technology®**, μίας κατοχυρωμένης τεχνολογίας με την οποία αποφεύγονται οι αλλεργικές αντιδράσεις.
- **Φίλτρων Tinosorb®**, καινοτομικών φίλτρων ευρέως φάσματος κατά της UV ακτινοβολίας.
- **MSM**, συστατικού που παρέχει σημαντική φωτο-προστατευτική δράση ενώ παράλληλα αυξάνει την κυτταρική βιωσιμότητα και αναστέλλει την ερυθρότητα που προκαλεί το υπόλοιπο της ακτινοβολίας. Εκμεταλλευτείτε κι εσείς τη διπλή προσφορά των Sunwards της Synchronoline και κερδίστε διπλά!

Για περισσότερες πληροφορίες:

**Κ.Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) ΑΕΒΕ, τηλ. 210 6626201-7,
info@costaspapaellinas.gr**

CSA-ROWA Συνεργασία «Υψηλής Τεχνολογίας»

Η CSA δραστηριοποιείται από το 1985 στη δημιουργία λογισμικού, επενδύοντας συνεχώς σε τεχνολογίες αιχμής, ώστε οι εφαρμογές της να προσφέρουν σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις σύγχρονο τρόπο λειτουργίας και αυτοματοποίηση διαδικασιών. Σήμερα, περισσότερα από 4.000 φαρμακεία εμπιστεύονται το πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης FARMAKON, οδηγώντας τη CSA στην κορυφή της ελληνικής αγοράς στον τομέα του φαρμακείου.

Η γερμανική εταιρεία ROWA και η CSA υπέγραψαν συμβόλαιο συνεργασίας, που περιλαμβάνει την αποκλειστική αντιπροσώπευση καθώς και την τεχνική υποστήριξη των συστημάτων αυτοματισμού της ROWA από την CSA, για την ελληνική αγορά.

Από το 1996 μέχρι σήμερα, στην Ευρώπη, περισσότερα από 2.750 φαρμακεία λειτουργούν με συστήματα αυτοματισμού φαρμακείων της ROWA, κατέχοντας έτσι το 71% της ευρωπαϊκής αγοράς, ενώ κάθε μήνα 37,5 πελάτες κατά μέσο όρο εμπιστεύονται την τεχνολογία της. Το πνεύμα πρωτοπορίας, η γοητεία για ολοκληρωμένα συστήματα, η προσαρμογή στις ανάγκες του πελάτη και τα καινοτόμα προϊόντα «υψηλής τεχνολογίας», οδήγησαν σε σύντομο χρονικό διάστημα τη ROWA σε γέφυρα της αγοράς.

CSA: Αποκλειστικός αντιπρόσωπος και υπεύθυνος τεχνικής στήριξης • Αθ. Παναγούλη 51, ΤΚ 15343, Αγ. Παρασκευή, τηλ. 210 6019530, Fax 210 6008096

Το Wellman της Vitabiotics χορηγός στο Men's Health Show

Με επιτυχία στέφθηκε το πρώτο διαδραστικό show για τον άνδρα που διοργάνωσε το περιοδικό Men's Health, στις 20-22 Νοεμβρίου στη Helexpo. Το Wellman της Vitabiotics – η καλύτερη σειρά συμπληρωμάτων για τον άνδρα – έδωσε ισχυρό «παρών», δημιουργώντας έναν άψογα διαμορφωμένο χώρο για το άθλημα της επιτραπέζιας



αντισφαίρισης, όπου οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να γνωρίσουν το άθλημα και να παίξουν μεταξύ τους, αλλά και με τον έλληνα πρωταθλητή Καθλίτικο Κρεάνγκα. Παράλληλα, στο περίπτερο του Wellman

όλοι είχαν τη δυνατότητα να ενημερωθούν για τα συμπληρώματα διατροφής της σειράς Wellman και να ανακτήσουν ενέργεια, δοκιμάζοντας το ενεργειακό πολυβιταμινούχο ρόφημα Wellman energize.

Douni Health Products, αποκλειστικός αντιπρόσωπος της Vitabiotics στην Ελλάδα. Τηλ. 210 9941451



TRAVEL AND TOURS

ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΕΝΑ VOLVO ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΕΙΣ ΟΤΙ Η ΖΩΗ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΛΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ.
ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΑ ΑΚΟΥΣ ΤΗΝ ΚΑΡΔΙΑ ΣΟΥ, ΤΟ ΙΔΙΟ ΚΑΘΑΡΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΑ, ΟΠΩΣ ΤΟ
ΑΓΑΠΗΜΕΝΟ ΣΟΥ ΤΡΑΓΟΥΔΙ. ΝΑ ΕΙΣΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΚΑΙ ΞΕΧΩΡΙΣΤΟΣ. ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΑ
ΞΕΡΕΙΣ ΠΩΣ ΤΟ ΝΕΟ C30 ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΟΣΟ ΕΣΥ.
ΓΓ' ΑΥΤΟ ΚΑΙ ΤΟ ΟΔΗΓΕΙΣ.

**ΜΕ ΠΡΟΝΟΜΙΑΚΗ
ΤΙΜΗ ΑΠΟ 16.300€**



ΝΕΟ VOLVO C30

ΔΙΚΤΥΟ ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΜΕΝΩΝ ΔΙΑΝΟΜΕΩΝ VOLVO CAR HELLAS

RPD - www.volvocars.gr. Τηλεφωνικά: 0210 2111100 / 0211111111. E-mail: info@volvocars.com, VOLVO ASSISTANCE. Συστήματα: www.volvocars.com. Επισκεφθείτε μας στο Facebook, στο Twitter και στο YouTube. Μπορείτε επίσης να μας ακολουθήσετε στο YouTube, στο Facebook και στο Twitter. Η Volvo είναι πάντα δίπλα σας.

Volvo. for life



Νέα σειρά APIVITA MEN'S CARE

Φυσική, αποτελεσματική, ολιστική προσέγγιση στην ανδρική περιποίηση!

Η APIVITA παρουσιάζει τη νέα σειρά APIVITA MEN'S CARE για την περιποίηση της ανδρικής επιδερμίδας με πλούσια σύνθεση και με 88%-99% φυσικά συστατικά. Η αποτελεσματικότητά τους βασίζεται στο συνδυασμό εκχυλισμάτων από ελληνικά ιπποκρατικά φυτά, αιθερίων ελαίων και φυτικών συστατικών, η δράση των οποίων αποδεικνύεται με κλινικές και εργαστηριακές μελέτες. Η πρόπολη, ο κέδρος, το βάλσαμο, το ρεβίθι, το κάρδαμο, είναι λίγα μόνο από τα φυσικά συστατικά που περιέχει η σειρά και τα οποία περιποιούνται ιδανικά την ανδρική επιδερμίδα. Χάρη στην πρόπολη και τα αιθέρια έλαια, τα προϊόντα της σειράς έχουν ελαφριά υφή και



προσφέρουν αντισηπτική δράση.

Όλα τα προϊόντα δεν περιέχουν οινόπνευμα, paraben, σιλικόνες, προπυλενογλυκόλη και παραφινέλαιο.

Τα 6 προϊόντα της σειράς:

- ΑΠΑΛΗ ΚΡΕΜΑ ΞΥΡΙΣΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΡΕΘΙΣΜΩΝ με βάλσαμο και πρόπολη, 99% φυσικά συστατικά
- ΕΝΥΔΑΤΙΚΟ AFTER SHAVE ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΡΕΘΙΣΜΩΝ με βάλσαμο και πρόπολη, 97% φυσικά συστατικά
- EAU DE TOILETTE με κέδρο και κάρδαμο, 90% φυσικά συστατικά
- ΚΡΕΜΑ - GEL ΕΝΥΔΑΤΩΣΗΣ ΔΡΟΣΕΡΗ - ΜΗ ΛΙΠΑΡΗ ΥΦΗ με κέδρο και πρόπολη, 92% φυσικά συστατικά
- ΚΡΕΜΑ ΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟ & ΜΑΤΙΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΡΥΤΙΔΩΝ & ΤΗΣ ΚΟΥΡΑΣΗΣ με κάρδαμο και πρόπολη, 96% φυσικά συστατικά
- ΣΑΜΠΟΥΑΝ - ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ με κάρδαμο και πρόπολη, 88% φυσικά συστατικά

Από την *Apivita Natural Products*, τηλ. 210 2856350
www.apivita.com

Η Elancyl καινοτομεί με το Offensive Cellulite

Η Elancyl, η πρώτη μάρκα στο αδυνάτισμα, καινοτομεί και πάλι με το Offensive Cellulite 14 ημέρες: Το πρώτο προϊόν που καταπολεμά ορατά την κυτταρίτιδα. Με μια μόνο εφαρμογή την ημέρα, εγγυάται ορατό αδυνάτισμα από τη 14η ημέρα και αποτέλεσμα που διαρκεί έως και ένα μήνα μετά τη διακοπή της χρήσης του προϊόντος!

Το **Offensive Cellulite** έχει τριπλή δράση στην καταπολέμηση της κυτταρίτιδας:

1. Λειάνει την όψη φλούδας πορτοκαλιού, χάρη σε τρία φυτικά συστατικά: Καφεΐνη, Ξανθοξυλίνη και φλοριτζίνη 87%.⁽¹⁾
2. Αναδιαμορφώνει το σώμα. Ο κισσός, το HMC και το χιεράτσιο (piloselle) συνθέτουν ελαστίνη και προστατεύουν το κολλαγόνο 87%.⁽²⁾
3. Αποτέλεσμα που διαρκεί. Η Ξανθοξυλίνη καταπολεμά το φαινόμενο rebound και το αποτέλεσμα διαρκεί έως και ένα μήνα μετά.⁽³⁾

Προτεινόμενη Λιανική τιμή: 28,00€

(1) ποσοστό ικανοποίησης από βιομετρολογικό τεστ που πραγματοποιήθηκε σε 31 άτομα για 14 ημέρες

(2) ποσοστό ικανοποίησης από βιομετρολογικό τεστ που πραγματοποιήθηκε σε 30 άτομα για 28 ημέρες

(3) Η αποφυγή του φαινομένου rebound μετρήθηκε σε 44 άτομα μετά από 28 ημέρες από το τέλος της αγωγής



HYALURONIC-C micro CREAM από τη FROÏKA

Η νέα αντιγηραντική κρέμα **HYALURONIC-C micro** περιέχει τριπλό συνδυασμό μορίων: Υαλουρονικού οξέος, βιταμίνης C και βιοενεργών πεπτιδίων, με στόχο συνεργιστική δράση για:

- Μείωση στις ρυτίδες γήρανσης και στις ρυτίδες έκφρασης
- Ανάπλαση και σύσφιξη του δέρματος
- Λάμψη και χρωματική ομοιομορφία στην επιδερμίδα.

Η HYALURONIC-C micro παράλληλα εξασφαλίζει μέγιστη φωτοπροστασία στη UVA που είναι υπεύθυνη για τη γήρανση του δέρματος, αντιοξειδωτική προστασία κατά των ελευθέρων ριζών, ισχυρή ενυδάτωση και αντιερεθιστική δράση. Έχει άριστη μη λιπαρή υφή, είναι κατάλληλη σαν βάση μακιγιάζ και προσφέρει ένα ευχάριστο αίσθημα φρεσκάδας και άνεσης στο δέρμα.

ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ

Ρυτίδες, λεπτές και βαθιές

Ρυτίδες έκφρασης, δράση παρόμοια του botox

Διατήρηση των αποτελεσμάτων μετά από θεραπείες αντιγήρανσης, laser, botox, ενέσεις υαλουρονικού οξέος, peeling

Χαλάρωση, απώλεια σφριγηλότητας

Κηλίδες γήρανσης



Από την *Pierre Fabre Hellas*, τηλ. 210 7715353

Από την *FROÏKA AEBEE*, τηλ. 210 96005610, www.froika.com

MERZ SPEZIAL DRAGEES

Υγιή μαλλιά
Γερά νύχια
Λαμπερή επιδερμίδα



Η ομορφιά είναι εσωτερική δύναμη.

Το σύμπλεγμα βιταμινών, ιχνοστοιχείων και αμινοξέων 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.



Γερμανικό προϊόν

Μόνο στα
Φαρμακεία

Συστατικά: Βιταμίνες A, B1, B2, B6, B12, C, E, Φολικό Οξύ, Βιοτίνη, Παντοθενικό Οξύ, Νικοτιναμίδιο, Σίδηρος, Ψευδάργυρος, Κυστίνη, Μεθειονίνη

- 1 σακχαρόπηκτο δύο φορές ημερησίως.
- Ένα φιαλίδιο Merz Spezial Dragees διαρκεί για 30 ημέρες.

FarmaSyn SA
PHARMACEUTICALS

Αθήνα: Μονής Δαμάστας 6, 12133 Περιστερί • Τηλ. 210 5777140 • Fax: 210 5788791
e-mail: farmasyn@otenet.gr • www.farmasyn.gr

Γραφείο Β. Ελλάδος: Μαιάνδρου & Αδμήτου 27, 56224 Εύσομος • Τηλ. 2310 703856 • Fax: 2310 703178
e-mail: thess@farmasyn.gr

Παραγωγός:
Merz Pharmaceuticals
GmbH D 60318 Frankfurt



Frezyderm

Κασετίνες δώρου για περιποίηση των ξηρών και των λιπαρών μαλλιών

Η Frezyderm δημιούργησε 3 νέες κασετίνες δώρου, οι οποίες περιλαμβάνουν συνδυασμούς προϊόντων της δημοφιλούς σειράς **Frezyderm Hair Line**.

Για την περιποίηση των ξηρών και αφυδατωμένων μαλλιών, προσφέρεται το απαλό σύστημα καθαρισμού, σε κασετίνα που περιλαμβάνει το Hair Repair Shampoo και το Hair Repair Conditioner, με έκπτωση 25%.

Για την εντατική περιποίηση και αναδόμηση των ξηρών και αφυδατωμένων μαλλιών, προσφέρεται το ενισχυμένο σύστημα περιποίησης, σε κασετίνα που περιλαμβάνει το Hair Repair Shampoo και τη Hair Repair Mask, με έκπτωση 25%.

Αλλά και για την περιποίηση των απαιτητικών λιπαρών μαλλιών, η Frezyderm δημιούργησε την κασετίνα που περιλαμβάνει το Seb Excess Shampoo και το Seb Excess Conditioner, με έκπτωση 25%.

Οι συνθέσεις όλων των προϊόντων της Frezyderm Hair Line, από πρώτες ύλες φαρμακευτικής καθαρότητας, στηρίζονται σε δραστικά βιοτεχνολογικά μόρια και βιοενεργά φυτικά εκχυλίσματα και εγγυώνται άριστα αποτελέσματα με ασφάλεια, ενώ δεν περιέχουν συντηρητικά Parabens.



Από τη Frezyderm, τηλ. 210 5246900

ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ ΑVÈNE

Η σειρά που ανταποκρίνεται σε όλες τις απαιτήσεις

Το 2010 περισσότερο από ποτέ, η αντηλιακή σειρά της Avène σας προτείνει αποτελεσματικά και ασφαλή προϊόντα ανανέωσης σε όλες τις απαιτήσεις.

Η απαίτηση για αποτελεσματικότητα καλύπτεται από την ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΥΝΘΕΣΗΣ SunSitive protection® που συνδυάζει έναν αποτελεσματικό και εξαιρετικά ανεκτό φωτοπροστατευτικό σύμπλεγμα με ένα ισχυρό αντι-οξειδωτικό για την προστασία των κυττάρων και το ιαματικό νερό της Avène με τις καταπραυντικές ιδιότητές του.

Η απαίτηση για ποιότητα και ευχαρίστηση χρήσης: Οι συνθέσεις κάνουν τη διαφορά. 100% φωτοσταθερές, είναι όλες πολύ ανθεκτικές στο νερό και έχουν εξαιρετικά καλλυντικές υφές.

Η απαίτηση για αξιοπιστία: Οι αποδείξεις μιας αποτελεσματικής αντηλιακής προστασίας που ήδη υπάρχουν επιβεβαιώνονται με νέες μελέτες σχετικά με τη φωτογήρανση.

Η απαίτηση για πληροφόρηση και πρόληψη: Οι συμβουλές για τη σωστή επιλογή και εφαρμογή του φωτοπροστατευτικού καθώς και οι κανόνες για τη σωστή χρήση του ήλιου αναφέρονται σε όλες τις συσκευασίες.



Από την Pierre Fabre Hellas, τηλ. 210 7715353

Νέα αντηλιακά προϊόντα από τη Synchronoline

SUNWARDS FIRMING EFFECT SPF15 – ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ SYNCHROLINE

Η Synchronoline καινοτομεί και παρουσιάζει ένα νέο αντηλιακό προϊόν με διπλή δράση.

Sunwards Firming Effect: Ειδικά μελετημένη κρέμα σώματος που προσφέρει αντηλιακή προστασία (SPF15, PPD20) με παράλληλη βελτίωση της όψης της επιδερμίδας. Είναι εμπλουτισμένη με καινοτομικά υβριδικά φίλτρα που αποτελούν τη φυσική ασπίδα προστασίας από τις ακτίνες UVA και UVB, ενώ χάρη στην εξειδικευμένη δράση του MSM (πατέντα Synchronoline) ελέγχει την ερυθρότητα και την καταστρεπτική επίδραση της ακτινοβολίας στην επιδερμίδα.

SUNWARDS BODY SPRAY SPF30 – ΝΕΑ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

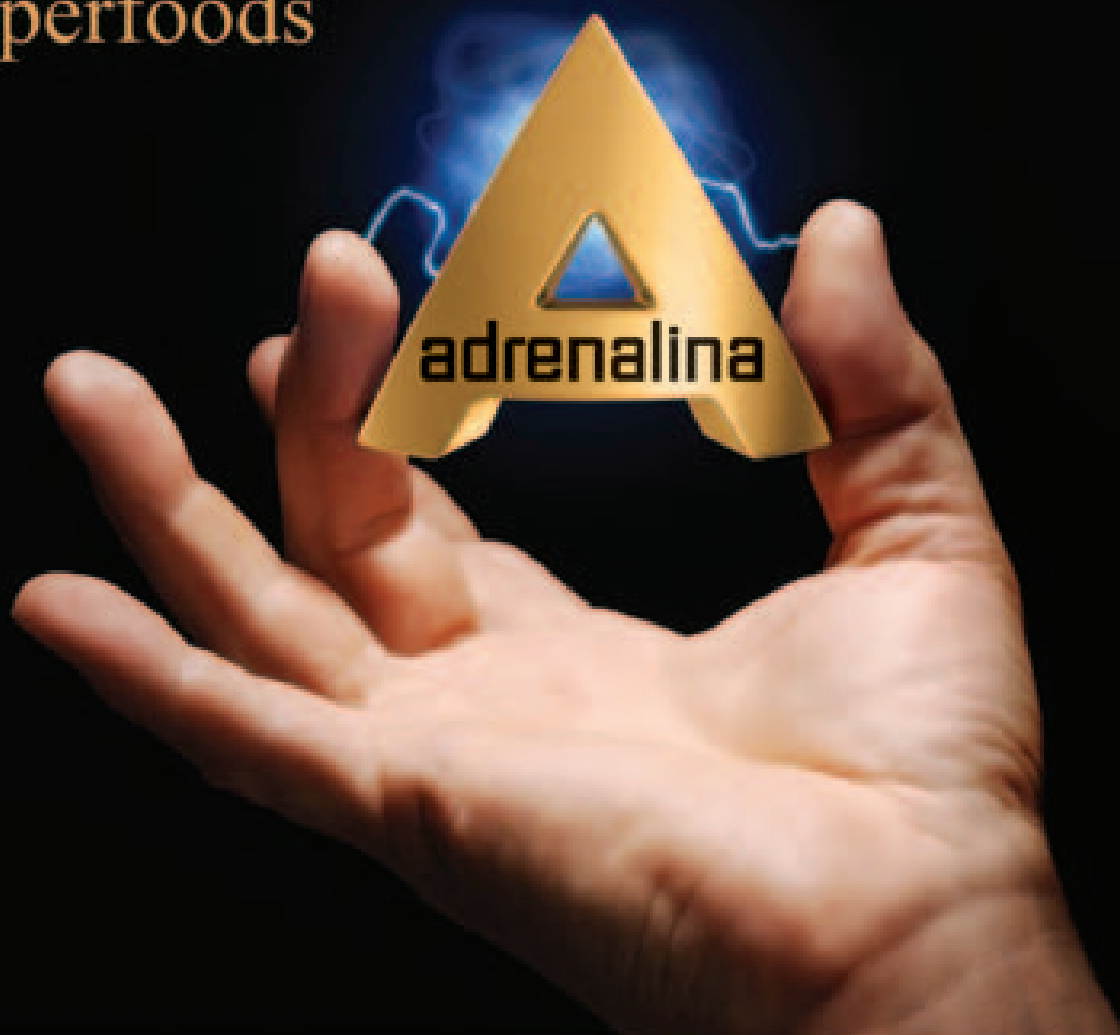
Το αντηλιακό γαλακτώμα σώματος Sunwards προστατεύει (SPF30) από την υπεριώδη ακτινοβολία UVA, UVB ενώ παράλληλα ενυδατώνει σε βάθος και προλαμβάνει την πρόωγη γήρανση.

Τώρα κυκλοφορεί και σε νέα πρακτική συσκευασία spray, η οποία ψεκάζει την κατάλληλη ποσότητα γαλακτώματος εύκολα, γρήγορα και απλά.

Από την Κ. Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) ΑΕΒΕ, τηλ: 210 6626201-7, info@costaspapaellinas.gr

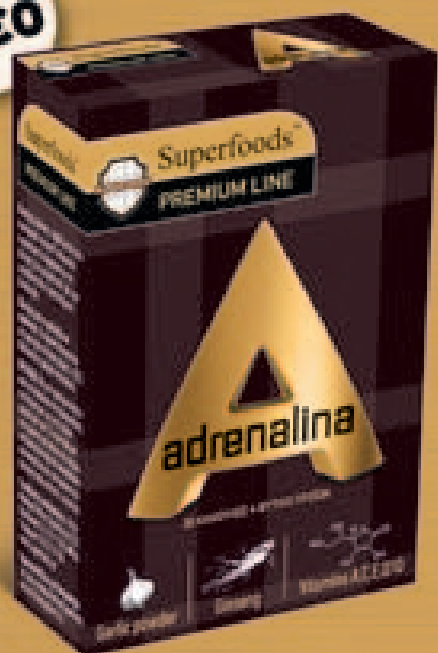


Superfoods™



PREMIUM LINE | 30 ΚΑΨΟΥΛΕΣ • ΦΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Νέο



Ανεξάντλητη πηγή ενέργειας

Απαλλάσσει από την κόπωση και την κούραση.

Ιδανικό για αθλητές, άνδρες και γυναίκες με υψηλές ενεργειακές ανάγκες!

Περιέχει: Βιταμίνες Α, C, E, Q10 - Τζίνσενγκ - Εκχύλισμα σκόρδου

Το Adrenalina είναι συμπλήρωμα διατροφής πλήρως γνωστοποιημένο στον Ε.Ο.Φ., με ΑΡ. ΠΡΩΤ. ΓΝΩΣΤ. 09-01-2010/1022. Δεν υποκαθιστά την ισορροπημένη διατροφή.

ASTRA MEDICAL HELLAS SUPERFOODS Ε.Π.Ε., Τηλ.: 210 2527584 • www.superfoods.gr
Διανομή ΠΛΑΦΑΡΜ, Τηλ.: 210 5199 238 • Διανομή Β. Ελλάδος, Τηλ.: 2310 314155

Νέα RoC Wrinkle Correxion

Η RoC® αλλάζει τα δεδομένα στην αντιρυτιδική περιποίηση προσώπου και παρου-



σιάζει την Wrinkle Correxion, μία νέα επιστημονική ανακάλυψη κατά των ρυτίδων. Η νέα **RoC® Wrinkle Correxion** αποτελεί μία επιστημονική καινοτομία με δράση σε βάθος κάτω από την επιφάνεια της επιδερμίδας για να καταπολεμήσει τις ρυτίδες βαθιά εκεί που σχηματίζονται.

Η αποκλειστική της σύνθεση συνδυάζει 3 από τα πιο ισχυρά συστατικά κατά των ρυτίδων (Ρετινόλη, Υαλουρονικό Οξύ και Βιοπεπτιδία) που δρουν στην καρδιά των κυττάρων για να καταπολεμήσουν τις 3 βασικές αιτίες που τις δημιουργούν: διπλασιάζει τον κυτταρικό μεταβολισμό, αυξάνει την ελαστίνη κατά 30% και το κολλαγόνο κατά 95%. (In vitro test).

Αποτέλεσμα: οι ρυτίδες μειώνονται στην επιφάνεια της επιδερμίδας και βαθιά κάτω από αυτήν.

Η Wrinkle Correxion είναι μία νέα, ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων, σχεδιασμένη για καθημερινή χρήση. Σε 8 εβδομάδες ακόμα και οι βαθιές ρυτίδες μειώνονται.

Τα προϊόντα της σειράς είναι 5:

1. Αντιρυτιδική Ενυδατική Κρέμα Ημέρας
2. Αντιρυτιδική Κρέμα Ημέρας για Βαθιά Θρέψη
3. Επανορθωτική Αντιρυτιδική Κρέμα Νυκτός
4. Αντιρυτιδική Κρέμα Μτιών
5. Εντατικός Αντιρυτιδικός Ορός.

Από την **Jonhson @ Jonhson Hellas**
τηλ:2106875790 www.roc.com

Αιθέρια και φυτικά έλαια

Βιολογικά πιστοποιημένα προϊόντα / ECOCERT



Μία ολοκληρωμένη σειρά αιθέριων και φυτικών ελαίων από 100% βιολογικές καλλιέργειες εντάσσεται στην κατηγορία βιολογικά πιστοποιημένων προϊόντων **Materia Herba** της Κορρές. Η νέα σειρά αποτελείται από 18 βιολογικά αιθέρια έλαια και 5 βιολογικά φυτικά έλαια-βάσεις με τη σφραγίδα πιστοποίησης ECOCERT, η οποία εγγυάται τη χρήση συστατικών και διαδικασιών παραγωγής που σέβονται το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη. Υπακούοντας στις αρχές της αρωματοθεραπείας, η σειρά αναπτύχθηκε με «οδηγό» τη μακρόχρονη εμπειρία της Κορρές στην αξιοποίηση θεραπευτικών φυτών, των εκχυλισμάτων και αποσταγμάτων τους.

Κάθε αιθέριο έλαιο χαρακτηρίζεται από διαφορετικές ιδιότητες και αρωματικό χαρακτήρα, ενώ οι δυνατότητες συνδυασμών και χρήσεών τους ποικίλουν. Τα βιολογικά αιθέρια έλαια Korres Materia Herba καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα επιλογών και λύσεων σε καθημερινές ανάγκες, όπως πορτοκάλι για τόνωση, γεράνι για χαλάρωση, δενδρολίβανο για τους «ταλαιπωρημένους» μύς, λεμόνι για την περιποίηση της λιπαρής επιδερμίδας, πεύκο για ρύθμιση της εφίδρωσης, ylang-ylang για φροντίδα των μαλλιών, citronella για την απομάκρυνση εντόμων. Τα βιολογικά φυτικά έλαια Korres Materia Herba, με ήπια σύνθεση, απορροφώνται εύκολα από το δέρμα, προσφέροντας, μεταξύ άλλων, ενυδάτωση, ανακούφιση ήπιων δερματικών ερεθισμών, αντιφλεγμονώδη και αναπλαστική δράση.

Τα αιθέρια έλαια –το αρωματικό μέρος του φυτού, συμπυκνωμένο και σε υγρή μορφή– εξατμίζονται μόλις έρθουν σε επαφή με τον αέρα, επιτυγχάνοντας την κύρια δράση τους, την αρωματική. Παράλληλα, η βασική χρήση ενός αιθέριου ελαίου είναι καλλυντική, καθώς ανάλογα με το φυτό από το οποίο προήλθε, «αποκτά» και τις αντίστοιχες ιδιότητες, ενώ ορισμένα αιθέρια έλαια έχουν «παραδοσιακή» φυτοθεραπευτική δράση.

Τα φυτικά έλαια ή αλλιώς «βάσεις για μασάζ», είναι οι φορείς ανάμειξης των αιθέριων ελαίων, προκειμένου να εφαρμοστούν στην επιδερμίδα. Αρκετά φυτικά έλαια έχουν, εκτός των καλλυντικών, και θεραπευτικές ιδιότητες.

Διαλυμένα στο κατάλληλο «μέσο» (φυτικό έλαιο ή νερό), μεμονωμένα ή συνδυαστικά και ανάλογα με τις ιδιότητές τους, τα αιθέρια έλαια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μασάζ προσώπου ή σώματος, ως κομπρέσες για την ανακούφιση πόνου, ως ήπια αντισηπτικά διαλύματα, ως παραδοσιακό απωθητικό εντόμων. Αραιωμένα σε ζεστό νερό, είναι ιδανικά για ατμόλουτρο, για εισπνοές, για βαθύ καθαρισμό προσώπου, ή για ένα απλό χαλαρωτικό αρωματικό μπάνιο/ ποδόλουτρο. Ιδιαίτερα διαδεδομένη είναι η αξιοποίησή τους για τον αρωματισμό του χώρου (με τη χρήση της κατάλληλης συσκευής), ανάλογα με τη διάθεση, ενώ ένα κομμάτι βαμβάκι εμποτισμένο με ελάχιστες σταγόνες αιθέριου ελαίου χαρίζει μοναδική ευωδιά σε ντουλάπες και συρτάρια.

Σε συνδυασμό με τη σειρά βιολογικά πιστοποιημένων αιθέριων και φυτικών ελαίων Korres Materia Herba, κυκλοφορεί ειδική συσκευή αρωματισμού χώρου.

Από την **Κορρές Φυσικά Προϊόντα Τηλ: 22620 54552**

ELANCYL

PARIS

NEO

Offensive Cellulite

14 ημέρες



Τριπλή δράση
στην εγκατεστημένη κυτταρίτιδα

- 1 Λείανση της όψης φλούδας πορτοκαλιού 87% ⁽¹⁾
- 2 Αναδιαμόρφωση 87% ⁽²⁾
- 3 Αποτέλεσμα που διαρκεί έως και 1 μήνα ⁽³⁾

Εγκατεστημένη κυτταρίτιδα; Περάστε στην αντεπίθεση!

Η **Elancyl** καινοτομεί με το **Offensive Cellulite 14 ημέρες**: το πρώτο προϊόν με τριπλή δράση που καταπολεμά ορατά την κυτταρίτιδα. Η μοναδική σύνθεσή του συνδυάζει τα αδυνατιστικά συστατικά (καφεΐνη, εκχύλισμα από πιπέρι του Σισουάν * και από νεαρά κλαδιά μηλιάς) με ένα νέο σύστημα μικροδιάχυσης που πολλαπλασιάζει τη δράση τους. Έτσι η αποτελεσματικότητα κατά της κυτταρίτιδας διεγείρεται: τα αποτελέσματα είναι ορατά από τη 14η ημέρα και πιο ενισχυμένα σε 28 ημέρες. Επιπλέον το αποτέλεσμα διαρκεί έως και 1 μήνα .

1 μόνο εφαρμογή την ημέρα
Κατοχυρωμένη ευρεσιτεχνία

Συμβουλευτείτε τον φαρμακοποιό σας

Εργαστήρια ELANCYL
Μεσογείων 350, 153 41 Αγ.Παρασκευή • 210-7715353


Pierre Fabre

www.elancyl.com

*κατοχυρωμένο συστατικό

(1)Ποσοστό ικανοποίησης από βιομετρολογικό τεστ που πραγματοποιήθηκε σε 31 άτομα για 14 ημέρες

(2)Ποσοστό ικανοποίησης από βιομετρολογικό τεστ που πραγματοποιήθηκε σε 30 άτομα για 28 ημέρες

(3)Η αποφυγή του φαινομένου rebound μετρήθηκε σε 44 άτομα μετά από 28 ημέρες από το τέλος της αγωγής

Antistax®

**Ολοκληρωμένη λύση στα
συνήθη φλεβικά προβλήματα
των κάτω άκρων... φυσικά...**



Το **Antistax®** έρχεται να προσφέρει πολύτιμη βοήθεια σε όλους όσους ζητούν μια απλή, εύχρηστη και φυσική λύση για την αποτελεσματική ανακούφιση από το βάρος, το οίδημα, τον πόνο, την κόπωση και τελικά τη διατήρηση της υγείας των φλεβών στα κάτω άκρα.

Το Antistax® περιέχει ένα μοναδικό τυποποιημένο εκχύλισμα φυσικών φλαβονοειδών, το AS 195, το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως επί πολλά χρόνια και σε πολλές άλλες χώρες όπως Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία κ.λπ.

Κλινικές μελέτες έχουν δείξει ότι:

- Ανακουφίζει από τα συνηθισμένα ενοχλητικά συμπτώματα, όπως πρήξιμο και αίσθημα βάρους,
- Μειώνει σημαντικά το οίδημα σφυρών και κνήμης.

Διατίθεται σε δύο μορφές για ολοκληρωμένη χρήση:

Antistax® δισκία, ως συμπλήρωμα διατροφής, με δοσολογία 1 δισκίο την ημέρα.
Antistax® Cooling Leg Gel: ένα μοναδικό, εύκολα απορροφούμενο και μη λιπαρό προϊόν, που ανακουφίζει αμέσως και αναζωογονεί τα κουρασμένα, βαριά πόδια.

**Από την
Boehringer Ingelheim Ελλάς ΑΕ**

Ιπποφαές Eubias

Η διατροφή βρήκε το βασιλιά της

Το ιπποφαές αναφέρεται από τους πατέρες της ελληνικής φαρμακολογίας σαν το εξαιρετικό φυτό και ιστορικά το χρησιμοποιούσε ο Μ. Αλέξανδρος στις εκστρατείες του. Περιέχει περισσότερα από 190 θρεπτικά συστατικά. Θα το προτείνετε για δύναμη, αντοχή, ανάρρωση, ευεξία, στο άγχος, στην εμμηνόπαυση, για υγιές χάσιμο βάρους, στην ακτινοβολία, στην αντιοξειδωση, στο καρδιαγγειακό και για πολλά άλλα.

Το **Ιπποφαές Eubias** περιέχει σε πλούσιες συγκεντρώσεις: Ω3,6,7,9, Β-σιτοστερόλη που είναι 3000% πιο δυνατή στη διάσπαση της χοληστερόλης από τη χολίνη, 15 υπεραντιοξειδωτικά (τα περισσότερα στον κόσμο), 3500% περισσότερο βιταμίνη Ε (τοκοφερόλη) από το έλαιο σόγιας, 1000% περισσότερη βιταμίνη C από το πορτοκάλι, 33% πρωτεΐνη, πλούσιο σε στερόλες, 18 αμινοξέα, όλα τα μέταλλα και ιχνοστοιχεία, ένζυμα, Β-καροτένιο, ζεαξανθίνη, λυκοπένιο, ρουτεΐνη και 16 βιταμίνες.

Το ιπποφαές Eubias είναι ένα φυτικό προϊόν για όλη, δίνοντάς σας τη δυνατότητα να τα έχετε όλα σε μια κάψουλα, προσφέροντας σημαντική βοήθεια στον οργανισμό.

**Από την ASTRA MEDICAL SUPERFOODS, τηλ. 210 25 27 584,
www.superfoods.gr**



Cell-Life, από την Quest Vitamins

Το συμπλήρωμα διατροφής Cell Life της Quest σχεδιάστηκε για να αποτελέσει δραστικό συνδυασμό των κυριότερων υδατο- και λιπο-διαλυτών αντιοξειδωτικών θρεπτικών συστατικών. Ο συνδυασμός αυτός προστατεύει τα κύτταρα και τα όργανα από οξειδωτικές βλάβες που προκαλούνται από τοξίνες και από το περιβάλλον.

Το **Cell-Life** είναι ιδανικό για καπνιστές, ανθρώπους με έντονη σωματική άσκηση, κατοίκους της πόλης και οποιονδήποτε δεν ακολουθεί μια ισορροπημένη διατροφή και έχει υψηλές απαιτήσεις σε αντιοξειδωτικά. Επίσης, προσφέρει αντιοξειδωτική προστασία για τα μάτια.

Χαρακτηριστικά σύνθεσης:

- Περιέχει μέγιστα επίπεδα 12 αντιοξειδωτικών θρεπτικών συστατικών
- Δραστικός συνδυασμός υδατο- και λιπο-διαλυτών αντιοξειδωτικών θρεπτικών συστατικών
- Ο ψευδάργυρος, ο χαλκός και το μαγγάνιο συμβάλλουν στη δόμηση του αντιοξειδωτικού ενζύμου υπεροξειδική δισμουτάση
- Περιέχει φυσική πηγή βιταμίνης Ε και μείγμα καροτενοειδών
- Η συνεργιστική κερκετίνη προάγει την απορρόφηση και δραστηριότητα της βιταμίνης C
- Η κηλική ένωση μετάλλων με αμινοξέα μεγιστοποιεί την απορρόφηση.

Δοσολογία και οδηγίες χρήσης: Μια ταμπλέτα την ημέρα με ένα γεύμα.

Από την Douni Health Products, τηλ. 210 9941451



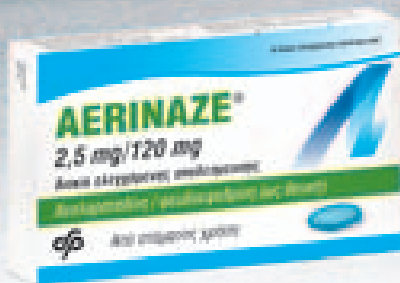
NEO

ΑΚΟΜΑ μεγαλύτερη ανακούφιση από το σύμπτωμα της ρινικής συμφόρησης^{1, 2}



Εύκολο Δοσολογικό Σχήμα
2 φορές την ημέρα

12 ετών +	 2,5mg/120 mg 2 φορές την ημέρα
Χ.Τ.: 4,90€	
Λ.Τ.: 7,21€	



AERINAZE®

δισκία ελεγχόμενης αποδέσμευσης
δεσλοραταδίνη 2,5mg/ ψευδοεφεδρίνη 120mg



Σου επιτρέπει να συνεχίζεις.

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ: Aerinaze 2,5 mg/120 mg δισκία ελεγχόμενης αποδέσμευσης. **ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ:** Κάθε δισκίο περιέχει 2,5 mg δεσλοραταδίνη και 120 mg ψευδοεφεδρίνη (ως θειική). **ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Συμπτωματική θεραπεία της εποχικής αλλεργικής ρινίτιδας όταν συνοδεύεται από ρινική συμφόρηση. **ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ:** Ενήλικες και έφηβοι ηλικίας 12 ετών και άνω: Η συνιστώμενη δόση του Aerinaze είναι ένα δισκίο δύο φορές την ημέρα. Το δισκίο μπορεί να λαμβάνεται με ένα γεμάτο ποτήρι νερό αλλά πρέπει να καταπίνεται ακέραιο (χωρίς να το θρυμματίζετε, να το σπάτε ή να το μασάτε). Το δισκίο μπορεί να λαμβάνεται με ή χωρίς τροφή. Το Aerinaze δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε παιδιά ηλικίας κάτω των 12 ετών λόγω έλλειψης στοιχείων για την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητά. Η διάρκεια της θεραπείας θα πρέπει να διατηρείται όσο το δυνατόν μικρότερη και δεν θα πρέπει να συνεχίζεται αφού τα συμπτώματα έχουν εξαφανιστεί. Συνιστάται να περιορίζεται η θεραπεία στις 10 μέρες περίπου, καθώς κατά τη διάρκεια χρόνιας χορήγησης η δραστηριότητα της ψευδοεφεδρίνης μπορεί να μειωθεί. Μετά τη βελτίωση της συμφορητικής κατάστασης των βλεννογόνων του ανώτερου αεραγωγού, η θεραπεία μπορεί να διατηρείται μόνο με δεσλοραταδίνη, εάν είναι απαραίτητο. **ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Υπερτασισιοσία στη δραστική ουσία, σε κάποιο από τα έκδοχα, σε αδρενεργικούς παράγοντες ή στη λωραταδίνη. Καθώς το Aerinaze περιέχει ψευδοεφεδρίνη, αντενδείκνυται επίσης σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν θεραπεία με αναστολές της μονοαμινοξειδάσης (ΜΑΟ) ή κατά τη διάρκεια των 2 εβδομάδων μετά τη διακοπή μιας τέτοιας θεραπείας. Το Aerinaze αντενδείκνυται επίσης σε ασθενείς με: • γλαύκωμα κλειστής γωνίας • κατακράτηση ούρων • καρδιαγγειακές νόσους όπως ισχαιμική καρδιοπάθεια, ταχυαρρυθμία και σοβαρή υπέρταση • υπερθυρεοειδισμό • ιστορικό αιμορραγικού αγγειακού εγκεφαλικού επεισοδίου ή με παράγοντες κινδύνου οι οποίοι θα μπορούσαν να αυξήσουν τον κίνδυνο αιμορραγικού αγγειακού εγκεφαλικού επεισοδίου. Αυτό οφείλεται στην αδρενεργική δραστηριότητα της ψευδοεφεδρίνης σε συνδυασμό με άλλα αγγειοσυσπαστικά φάρμακα όπως βρωμοκρυστίνη, περγολιδίνη, λισοτριδίνη, καφεργολίνη, εργοταμίνη, διυδροεργοταμίνη ή άλλοι αποσυμφορητικοί φαρμακευτικοί προϊόν χρησιμοποιούμενα ως ένα ρινικό αποσυμφορητικό, είτε από του στόματος είτε από τη ρινική οδό (φαινολιπροπаноηλαμίνη, φαινυλεφρίνη, εφεδρίνη, οξυμεταζολίνη, ναφαζολίνη). **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Μην ξεπεράσετε τη συνιστώμενη δόση και τη διάρκεια της θεραπείας. Ασθενείς 60 ετών ή μεγαλύτεροι είναι πιθανότερο να παρουσιάσουν ανεπιθύμητες αντιδράσεις στα συμπαθητικοχημικά φαρμακευτικά προϊόντα, όπως η ψευδοεφεδρίνη. Η ασφάλεια και η αποτελεσματικότητά του συνδυασμού δεν έχουν τεκμηριωθεί σε αυτόν τον πληθυσμό και τα δεδομένα είναι ανεπαρκή για να δώσουν κατάλληλες δοσολογικές συστάσεις. Συνεπώς, το προϊόν συνδυασμού θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή σε ασθενείς ηλικίας άνω των 60 ετών. Νεφρική ή ηπατική δυσλειτουργία: Η ασφάλεια και η αποτελεσματικότητά του Aerinaze δεν έχουν τεκμηριωθεί σε ασθενείς με διαταραχή της νεφρικής ή ηπατικής λειτουργίας και τα δεδομένα είναι ανεπαρκή για να δώσουν κατάλληλες δοσολογικές συστάσεις. Το προϊόν συνδυασμού δε συνιστάται για χρήση σε ασθενείς με διαταραχή της νεφρικής ή ηπατικής λειτουργίας. Το Aerinaze δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε παιδιά ηλικίας κάτω των 12 ετών. Οι ασθενείς θα πρέπει να ενημερώνονται ότι η θεραπεία θα πρέπει να τερματίζεται σε περίπτωση υπέρτασης, ταχυκαρδίας, αισθήματος παλμών ή καρδιακών αρρυθμιών, ναυτίας ή κάποιου άλλου νευρολογικού σημείου (όπως κεφαλαλγία ή αυξημένη κεφαλαλγία). Διέγερση κεντρικού νευρικού συστήματος με σπασμούς ή καρδιαγγειακή κατέρρευση με συνοδό υπόταση μπορεί να προκληθεί από συμπαθητικοχημικές αμίνες. Αυτές οι επιδράσεις μπορεί να είναι πιθανότερο να συμβούν σε παιδιά, ηλικιωμένους ασθενείς, ή σε περιπτώσεις υπερδοσολογίας. Θα πρέπει να δίνεται προσοχή στα ακόλουθες ομάδες ασθενών: • Ασθενείς που λαμβάνουν δακτυλίτιδα • Ασθενείς με καρδιακές αρρυθμίες • Ασθενείς με υπέρταση • Ασθενείς με ιστορικό εμφράγματος του μυοκαρδίου, σακχαρώδη διαβήτη, απόφραξη αυχένα ουροδόχου κύστης, ή θητικό ανιχνευτικό βρογχοσπασμού. Να χρησιμοποιείται με προσοχή σε ασθενείς με στενωτικό πεπτικό έλκος, πυλωροδωδεκαδακτυλική απόφραξη και απόφραξη του τραχήλου του ουροδόχου κύστης. Θα πρέπει επίσης να δίνεται προσοχή σε ασθενείς που λαμβάνουν θεραπεία με άλλα συμπαθητικοχημικά. Αυτά περιλαμβάνουν: • αποσυμφορητικά • ανορεξιογόνα ή τύπου αμφοταμίνης ψυχοδιεγερτικά • αντιυπερτασικούς παράγοντες • τρικυκλικά αντικαταθλητικά και άλλα αντιταμινικά. Θα πρέπει να δίνεται προσοχή σε ασθενείς που υποφέρουν από ημικρανία οι οποίοι επί του παρόντος λαμβάνουν θεραπεία με αγγειοσυσπαστικά εργοταμινικά αλκαλοειδή. Η θειική ψευδοεφεδρίνη ενέχει τον κίνδυνο κατάθραξης. Αυξημένες δόσεις μπορεί στο τέλος να προκαλέσουν τοξικότητα. Παρατεταμένη χρήση μπορεί να οδηγήσει σε ανοχία έχοντας σαν αποτέλεσμα αυξημένο κίνδυνο υπερδοσολογίας. Γρήγορη απόσυρση φαρμάκου μπορεί να ακολουθηθεί από κατάθλιψη. Περιεχρηματική οξεία υπέρταση μπορεί να συμβεί εάν ηπατικά αθροισμένα αναισθητικά χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της θεραπείας με έμμεσους συμπαθητικοχημικούς παράγοντες. Συνεπώς, εάν έχει προγραμματισθεί χειρουργία, είναι προτιμότερο να τερματισθεί η θεραπεία 24 ώρες πριν την αναισθησία. Οι αθλητές θα πρέπει να ενημερωθούν ότι η θεραπεία με ψευδοεφεδρίνη μπορεί να οδηγήσει σε θετική δοκιμασία ντοπαρίσματος. Η χορήγηση του Aerinaze θα πρέπει να τερματίζεται τουλάχιστον 48 ώρες πριν τις δερματικές δοκιμασίες καθώς η αντιασθητική μπορεί να εμποδίσουν ή να μειώσουν την υπό άλλες συνθήκες θετική αντίδραση στο δεικτιν δερματικής αντιδραστικότητας. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Σε κλινικές δοκιμές που αφορούσαν 414 ενήλικες οι πιο συχνές από τις ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν ήταν αϋντία (8,9 %), ξηροστομία (7,2 %) και κεφαλαλγία (3,1 %). Αυτές και άλλες ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν κατά τη διάρκεια των κλινικών δοκιμών παρουσιάζονται παρακάτω: πολύ συχνές (≥1/10), συχνές (≥1/100, <1/10), όχι συχνές (≥1/1.000, <1/100), σπάνιες (≥1/10.000, <1/1.000), πολύ σπάνιες (<1/10.000). Καρδιακές διαταραχές: Συχνές: Ταχυκαρδία. Όχι συχνές: Αίσθημα παλμού, πρώιμες κοιλιακές συσπάσεις. Διαταραχές του νευρικού συστήματος: Συχνές: Σπρωστομία, ζάλη, ψυχοκινητική υπερδραστικότητα. Όχι συχνές: Υπερκίνηση, έσθση, εξάψεις, σύγχυση. Οφθαλμικές διαταραχές: Όχι συχνές: Θορυπή όραση, ξηροφθαλμία. Διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος, του θώρακα και του μεσοθωρακίου: Συχνές: Φαρυγγίτιδα. Όχι συχνές: Ρινίτιδα, παραρρινοκολπίτιδα, επίταξη, ρινικός ερεθισμός, ρινορροια, ξηρότητα του φάρυγγα, υποσμία. Διαταραχές του γαστρεντερικού: Συχνές: Ανορεξία, δυσκοιλιότητα. Όχι συχνές: Δυσπεψία, ναυτία, κοιλιακό άλγος, γαστρεντερίτιδα, κόπρανα μη φυσιολογικά. Διαταραχές των νεφρών και των ουροφόρων οδών: Όχι συχνές: Δυσουρία, διαταραχή ούρων, μεταβληθείσα συχνότητα ούρησης. Διαταραχές του δέρματος και του υποδόριου ιστού: Όχι συχνές: Κνησμός. Διαταραχές του μεταβολισμού και της θρέψης: Όχι συχνές: Δίψα, γλυκοζουρία, υπεργλυκαιμία. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης: Συχνές: Κεφαλαλγία, κόπωση. Όχι συχνές: Κεφαλαλγία επιδεινωθείσα, ρίγη. Διαταραχές του ήπατος και των χοληφόρων: Όχι συχνές: Αυξημένα ηπατικά ένζυμα. Ψυχιατρικές διαταραχές: Συχνές: Αϋντία, υπνηλία, διαταραχή ύπνου, νευρικότητα. Όχι συχνές: Διέγερση, άγχος, ευερεθιστότητα. Εντός κάθε κατηγορίας συχνότητας εμφάνισης, οι ανεπιθύμητες ενέργειες παρατίθενται κατά φθίνουσα σειρά σοβαρότητας. Άλλες ανεπιθύμητες αντιδράσεις που αναφέρθηκαν πολύ σπάνια για τη δεσλοραταδίνη κατά την περίοδο μετά την κυκλοφορία παρουσιάζονται παρακάτω: Ψυχιατρικές διαταραχές: Ψευδαισθήσεις. Διαταραχές του νευρικού συστήματος: Ζάλη, υπνηλία, αϋντία, ψυχοκινητική υπερδραστικότητα, σπασμοί. Καρδιακές διαταραχές: Ταχυκαρδία, αίσθημα παλμών. Διαταραχές του ήπατος και των χοληφόρων: Αυξημένος των ηπατικών ενζύμων, αυξημένη χολερυθρίνη, ηπατίτιδα. Διαταραχές του μασοκελετικού συστήματος και του συνδετικού ιστού: Μυαλγία. Γενικές διαταραχές: Αντιδράσεις υπερευαισθησίας (όπως αναφυλαξία, αγγειοοίδημα, άσθμα, κνησμός, εξάνθημα και κνίδωση). **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** SP Europe, Rue de Stalle, 73, B-1180 Bruxelles, Βέλγιο. **ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** EU/1/07/399/004. **ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ:** 10 δισκία ελεγχόμενης αποδέσμευσης. **Λιανική τιμή:** 7,21€.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ: 1. Chervinsky P, et al. *Allergy Asthma Proc.* 2005;26:391-396. 2. Schenkel E. *Expert Rev Clin Immunol.* 2006;2:519-531.

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή: Συμπληρώστε την "ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ". Αναφέρατε:

- **ΟΛΕΣ** τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Νέα Φάρμακα [N].
- Τις **ΣΟΒΑΡΕΣ** ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Γνωστά Φάρμακα.

 **Schering-Plough**

ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 55 Αθήνας, Τηλ.: 210 989 7300,
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9ο χλμ. Θεσ/νίκης-Θέρμης, 570 01 ΠΥΛΑΙΑ,
ΤΗΛ: 2310 863 372, FAX: 2310 863 687, www.schering-plough.com

Οδοντόκρεμες ZENDIUM

Οι οδοντόκρεμες Zendium είναι φαρμακευτικές του οίκου SaraLee και κατασκευάστηκαν αφού μελετήθηκαν σχολαστικά όλοι οι φυσικοί αμυντικοί μηχανισμοί οι οποίοι υπάρχουν στη στοματική κοιλότητα.

Η σειρά Zendium περιέχει ένα φυσικό σύστημα ενζύμων, φθόριο, καθώς και colostrum, το πρωτόγαλα που παράγουν τα θηλαστικά αμέσως μετά τη γέννα, με αντιβακτηριακούς, ανοσοποιητικούς και αυξητικούς παράγοντες. Τα συστατικά αυτά ενισχύουν το φυσικό αμυντικό σύστημα του σάλιου, προστατεύουν και αναστέλλουν τη δράση όλων των παθογόνων μικροβίων της στοματικής κοιλότητας τα οποία προκαλούν άφθες, ουλίτιδα, περιοδοντίτιδα και κακοσμία.

Κατά τη χρήση δημιουργείται ένας ελαφρύς αφρός, με αποτέλεσμα να μην επηρεάζεται αρνητικά ο στοματικός βλεννογόνος και να μην αλλοιώνεται η γεύση.

Διατίθενται μόνο στα φαρμακεία και στις εξής μορφές:

Zendium Classic: Για ενήλικες

Zendium Sensitive: Για ενήλικες με ευαίσθητα δόντια

Zendium Mint: Για ενήλικες με γεύση μέντας

Zendium Freshness: Για ενήλικες, ειδικά για την κακοσμία του στόματος

Zendium Glazuur Protect: Για ενήλικες, ειδικά για την προστασία του σμάγλου των δοντιών

Zendium Peuter Nijntje: Για παιδιά ηλικίας 0-5 ετών. Έχει ιδιαίτερα ευχάριστη γεύση και δεν χρειάζεται ξέπλυμα

Zendium Glazuur Protect Junior: Για παιδιά ηλικίας 5-12 ετών.



Από τη **Medispes AEBE**, τηλ. 210 6109090, www.medispes.gr

CarboSlim

Φυσικό Αδυνατιστικό με Phase 2 & Green Tea

Το Carboslim της Health Aid είναι πρωτοποριακή σύνθεση με εκχύλισμα Phase 2 που εμποδίζει τη μετατροπή του αμύλου σε γλυκόζη και κατόπιν σε λίπος.

Περιέχει επίσης Πράσινο Τσάι που βοηθά αποτελεσματικά στο αδυνάτισμα και στην αποτοξίνωση του οργανισμού, ενώ το Χρώμιο ενισχύει το μεταβολισμό των λιπών και των σακχάρων.

Με το Carboslim αδυνατίζετε χωρίς να στερείστε τις αγαπημένες σας τροφές γιατί:

- Μειώνει τις προσηλαμβανόμενες θερμίδες από υδατάνθρακες και άμυλα,
 - Μειώνει τη συσσώρευση λίπους και προωθεί την απώλεια βάρους,
 - Ενεργοποιεί το μεταβολισμό για γρήγορο και αποτελεσματικό αδυνάτισμα.
- Εισάγεται από την Αγγλία.



Από τη **Pharma Center**, τηλ. 210 9604511, www.pharmacenter.gr

Πολυβιταμινούχα Pharmaton

από την **Boehringer Ingelheim**

Pharmaton Geriatric® Ο δυνατός σύμμαχος

Το Pharmaton Geriatric® με τα ενεργά συστατικά που περιέχει αποτελεί χρόνια τώρα, την άμεση ενίσχυση της ζωντανίας και ενέργειας του οργανισμού. Ειδικά σε

περιόδους ανάγκης ενίσχυσης του ανοσοποιητικού και θωράκισης του οργανισμού είναι πολύτιμος σύμμαχος. Οι ειδικές δράσεις του:

- Βοηθά στην πρόληψη λοιμώξεων και κρυολογημάτων
- Αυξάνει τις φυσικές και πνευματικές δυνάμεις προσαρμογής του οργανισμού στους διαφόρους εξωγενείς παράγοντες
- Επαναφέρει σε φυσιολογικά επίπεδα τη λειτουργία των νευρικών κυττάρων
- Συμβάλλει στην καλή λειτουργία μυϊκού και αναπνευστικού συστήματος.

Προτείνεται σε: άτομα με διατροφικές ελλείψεις, αδυναμία, έντονη κόπωση, σωματική εξασθένηση λόγω ηλικίας, ανάρρωση μετά από ασθένεια ή χειρουργική επέμβαση, αυξημένη πνευματική δραστηριότητα (εξετάσεις κ.λπ.), στρες και άγχος.



PharmatonVitamigen®

Ενισχύει την πνευματική και σωματική ευεξία

Ο οργανισμός χρειάζεται το πολυβιταμινούχο Pharmaton Vitamigen® που ενισχύει τη φυσική και πνευματική ευεξία, γιατί περιέχει όλα τα απαραίτητα στοιχεία, βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία και επιπλέον υψηλής περιεκτικότητας εκχύλισμα Ginseng G115, στη σωστή ποσότητα και αναλογία.

Ιδανικό για άνδρες και γυναίκες με έντονους ρυθμούς ζωής που δεν έχουν χρόνο για τακτικά και ισορροπημένα γεύματα, για όσους ακολουθούν υποθερμιακές δίαιτες για απώλεια βάρους, καπνιστές, χορτοφάγους, όσους λειτουργούν σε συνθήκες έντονης πνευματικής ή σωματικής δραστηριότητας, όσους καταναλώνουν αλκοόλη, όσους ζουν σε καταστάσεις άγχους και στρες κ.ά. Συστήνεται καθημερινή λήψη, χωρίς διακοπή, για τουλάχιστον ένα μήνα.

Σε δυο μορφές: Pharmaton Vitamigen Capsules & Pharmaton Vitamigen Effervescent (αναβράζον) με υπέροχη γεύση πορτοκάλι.



Για περισσότερες πληροφορίες: www.vitamigen.gr

No 1
στον κόσμο!

Για να νιώθετε καλά
και να ζείτε κάθε στιγμή...
στο **100%**!

Centrum



COPY



Αρ. Γνωστοποίησης: ΕΟΦ: 50610/07.08.2007
Αρ. Γνωστοποίησης: ΕΟΦ: 36192/03.06.04

**Πλήρες και ισορροπημένο συμπλήρωμα
βιταμινών και μετάλλων**

Βασική προϋπόθεση για να νιώθετε καλά κάθε μέρα, είναι να έχετε μια πλήρη και ισορροπημένη διατροφή που θα σας παρέχει όλες τις απαραίτητες ποσότητες βιταμινών και μετάλλων. Με το σύγχρονο τρόπο ζωής όμως και τις νέες διατροφικές συνήθειες, κάτι τέτοιο δεν είναι πάντα εφικτό.

Το **Centrum** είναι το πλήρες και ισορροπημένο συμπλήρωμα βιταμινών, μετάλλων και ιχνοστοιχείων που συμπληρώνει το καθημερινό σας διατροφολόγιο με ό,τι ακριβώς χρειάζεται ο οργανισμός σας, στις σωστές ποσότητες.

Το **Centrum** περιέχει επίσης λουτεΐνη, ένα φυσικό αντιοξειδωτικό που προστατεύει από τις βλαβερές συνέπειες των ελευθέρων ριζών.

Centrum. Για να νιώθετε καλά και να ζείτε κάθε στιγμή...στο 100%!

Το Νο1 συμπλήρωμα βιταμινών και μετάλλων στον κόσμο!

Υπεύθυνος εκπομπής: Wyeth Hellas AEBE
Λ. Κύπρου 126 & 25ης Μαρτίου, 164 52 Αργυρούπολη, Τηλ: 210-99.49.500

Το όνομα των εταιριών Pfizer περιλαμβάνει εμάς μεταξύ των μελών του δικτύου και όλες τις εταιρίες της Wyeth Ελλάδας, η συμπεριλαμβανόμενες είναι οι εταιρίες της Pfizer Ελλάδας Α.Ε. και της Wyeth Ελλάδας Α.Ε., θυγατρικών άλλων εταιριών του ομίλου Pfizer. Θα αναζητήσουμε την πρόσοδο μερικής πωλής για την ολοκλήρωση των διεκδικημάτων των μελών και μελλοντικών δεδουλευμένων.

Τα συμπληρώματα διατροφής δεν υποκαθιστούν την ενδογενή και ισορροπημένη διατροφή, αλλά την συμπληρώνουν.

CENTRUM PRODUCT LINE

Σας άρπαξε ο ήλιος;

FLAMIGEL gel, FLAMISPRAY gel-spray



Flamigel gel, Flamispray gel-spray
...και τέλος στα δερματικά
«τραβήγματα»

**ΗΛΙΑΚΟ ΕΓΚΑΥΜΑ, ΚΟΚΚΙΝΙΛΕΣ, ΕΡΕΘΙΣΜΟΣ,
ΤΣΟΥΞΙΜΟ, ΚΝΗΣΜΟΣ, ΑΦΥΔΑΤΩΣΗ, ΞΗΡΟΔΕΡΜΙΑ,
ΑΙΣΘΗΣΗ ΤΡΑΒΗΓΜΑΤΟΣ**

Λύση για κάθε ένα από αυτά τα προβλήματα αποτελεί το Flamigel σε μορφή υδρογέλης, και το Flamispray σε μορφή gel-spray. Δύο εξειδικευμένα σκευάσματα που χάρη στη μοναδική, καινοτόμο σύνθεσή τους, ευρειστικώς διεθνώς αναγνωρισμένη, κατορθώνουν να:

- Καταπραΐνουν άμεσα κοκκινίλες και ερεθισμούς από τον ήλιο, ή άλλους παράγοντες όπως η χρήση απορροπαντικών, τα καλλυντικά, το σαπούνι ή ακόμα και τα ρούχα.
- Επούλωνουν γρήγορα προάγοντας τη φυσιολογική διαδικασία επούλωσης του δέρματος και αποτρέπουν τη δημιουργία ουλών ή σημαδιών σε εγκαύματα από ζεστό νερό ή ήλαδι, το σίδερο, το φούρνο, το μάτι κουζίνας, μπάρμπεκιου ή καυστικές ουσίες και οξέα.
- Ρυθμίζουν και αποκαθιστούν την υγρασία του ξηρού και αφυδατωμένου δέρματος από τη ζέστη, την τριβή, τις δερματοχειρουργικές επεμβάσεις (peeling), τη συχνή κοιλύμηση στην πισίνα ή στη θάλασσα.
- Ανακουφίζουν άμεσα από τον πόνο και τα ενοχλητικά συμπτώματα της φλεγμονής όπως ερύθημα, οίδημα, καύσος, κνησμός χάρη στην καταπραΐντική και αντιφλεγμονώδη δράση τους. Είναι υποαλλεργικά, άοσμα και δεν προκαλούν φωτοαλλεργίες. Χρησιμοποιούνται καθημερινά στο πρόσωπο και στο σώμα ακόμα και στα μεσοδιαστήματα από κάποια άλλη τοπική φαρμακευτική αγωγή για το δέρμα, μέχρι την οριστική αποκατάσταση της βλάβης.

Είναι κατάλληλα για βρέφη, παιδιά και ενήλικες.

Από την Olvos Science, τηλ: 210 5281850

Ευαίσθητα δόντια;

Colgate® Sensitive Pro-Relief™

Η Colgate παρουσιάζει δύο νέα προϊόντα για την αντιμετώπιση της οδοντικής υπερευαισθησίας:

• **Colgate® Sensitive Pro-Relief™**, Απευαισθητοποιητική Πάστα Στίλβωσης

• **Colgate® Sensitive Pro-Relief™**, Οδοντόκρεμα

Τα δύο νέα προϊόντα βασίζονται στην τεχνολογία Pro-Argin™.



μια επαναστατική καινοτόμο τεχνολογία που προσφέρει άμεση και διαρκή ανακούφιση από την οδοντική υπερευαισθησία. Η τεχνολογία Pro-Argin™ χρησιμοποιεί το συνδυασμό ενός αμινοξέος, της αργινίνης, και ανθρακικού ασβεστίου, για την έγκλιση των ανοικτών οδοντικών σωληναρίων και την παρεμπόδιση της μετάδοσης ερεθισμάτων από ζεστό, κρύο, αέρα και πίεση στα νεύρα των δοντιών.

Η νέα **απευαισθητοποιητική πάστα στίλβωσης** Colgate® Sensitive Pro-Relief™ είναι κλινικά αποδεδειγμένο ότι προσφέρει άμεση ανακούφιση από την ευαισθησία που διαρκεί τέσσερις εβδομάδες μετά από μία μόνο εφαρμογή. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί πριν ή μετά από τις οδοντιατρικές εργασίες, όπως ο καθαρισμός και η αποτρίγωση.

Η **νέα οδοντόκρεμα** Colgate® Sensitive Pro-Relief™ λειτουργεί διαφορετικά από τις περισσότερες οδοντόκρεμες για την ευαισθησία, γιατί εξαλείφει την αιτία του πόνου σφραγίζοντας τα ανοικτά σωληνάκια που οδηγούν στα νεύρα του δοντιού. Έτσι βουρτσίζοντας τα δόντια δύο φορές την ημέρα, η οδοντόκρεμα δημιουργεί ένα μεγάλης διάρκειας προστατευτικό στρώμα ασβεστίου που λειτουργεί σαν φραγμός ενάντια στην ευαισθησία.

**Από την Colgate- Palmolive Hellas
τηλ: 2104831900**



Spirulina Gold Eubias™

Έρθε η Χρυσή Σπιρουλίνα, η κορυφαία ποικιλία σπιρουλίνας στον κόσμο

Η νέα Χρυσή Spirulina Gold Eubias™ με εντυπωσιακή ολόχρυση συσκευασία είναι ειδικά σχεδιασμένη για να παραπέμπει στην ανώτερη ποιότητα της Χρυσής Σπιρουλίνας που τη διαφοροποιεί από τις κοινές σπιρουλίνες. Πρόκειται

για την κορυφαία ποικιλία σπιρουλίνας στον κόσμο, καθώς είναι η μόνη 100% καθαρή χωρίς έκδοχα. Καλλιεργείται αποκλειστικά στην Αυστραλία, κάτω από το ευεργετικό φως του δυνατού ήλιου, σε πεντακάθαρα νερά μακριά από τη μόλυνση.

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 αστέρευτη ενέργεια και ζωντάνια κάθε μέρα, όλη μέρα.

Ανακαλύψτε, σήμερα, τη χρυσή Spirulina Gold Eubias™ και απολαύστε τις ευεργετικές της ιδιότητες. Νιώστε πιο υγιείς και δυνατοί από κάθε άλλη φορά!

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

Nutri-émail

Οδοντόπαστα νέας γενιάς για τα ευαίσθητα δόντια

Η υπερευαίσθησία των δοντιών είναι ένα συχνό πρόβλημα που χαρακτηρίζεται από σύντομο και οξύ πόνο σε επαφή με το ζεστό, το κρύο, το ξινό και το γλυκό. Οφείλεται στην έκθεση των οδοντωσληναρίων μετά από διάβρωση του σμάλτου και την υποχώρηση των ούλων.

Η οδοντόπαστα **Nutri-émail**, χάρη στην ειδική σύνθεσή της, έχει γρήγορη και αποτελεσματική δράση που διαρκεί. Δεν ανακουφίζει απλά τον πόνο, αλλά συμβάλλει στην αντιμετώπιση της αιτίας της ευαισθησίας, αφού φράσσει τα οδοντινοσωληνάκια από τα οποία περνάει το ερέθισμα που προκαλεί τον πόνο. Έτσι, βοηθάει στην αντιμετώπιση της υπερευαίσθησίας των δοντιών και προστατεύει το σμάλτο από τις επιθέσεις των οξέων. Με ευχάριστη δροσερή γεύση μέντας. Τρόπος χρήσης: Βούρτσισμα των δοντιών 2 φορές την ημέρα για 28 ημέρες.



Από την **Pierre Fabre Hellas**, τηλ. 210 7715353

Χάστε κιλά. Νιώστε υγιείς. Φυσικά!

Η Lanes παρουσιάζει τη νέα ολοκληρωμένη λύση για άμεσο και αποτελεσματικό αδυνάτισμα. Το Go Thin Lecithin. Χάρη στην καινοτομική κάψουλα τριπλής δράσης, με ηλεκθίνη,



έλαιο καρβάμου και πράσινο τσάι επιτυγχάνει καύση λίπους, καύση θερμίδων και μείωση πόντων απλά και φυσικά! Επιπλέον, συνδυάζοντας στην ίδια συσκευασία και την πλήρη πολυβιταμίνη Multies Classic, ο οργανισμός αποκτά την υγεία, την ενέργεια και την ευεξία που χρειάζεται.

Η 3ηρή δράση του προϊόντος Go Thin Lecithin επιτυγχάνεται χάρη στα 3 δραστικά συστατικά του:

Η ηλεκθίνη από σόγια πιστοποιημένης προέλευσης, αποτρέπει τη συσσώρευση του διατροφικού λίπους στο σώμα.

Το συζευγμένο λινοληϊκό οξύ (CLA) από έλαιο καρβάμου, μειώνει το σωματικό λίπος χωρίς απώλεια μυϊκής μάζας και επομένως βελτιώνει τη σιλουέτα.

Το πράσινο τσάι ενεργοποιεί το μεταβολισμό και οδηγεί στην καύση θερμίδων.

Η συσκευασία περιέχει 60 κάψουλες Go Thin Lecithin και 10 ταμπλέτες Multies Classic Πολυβιταμίνη.

Από την **Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ**,
τηλ. 2106173105

Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ



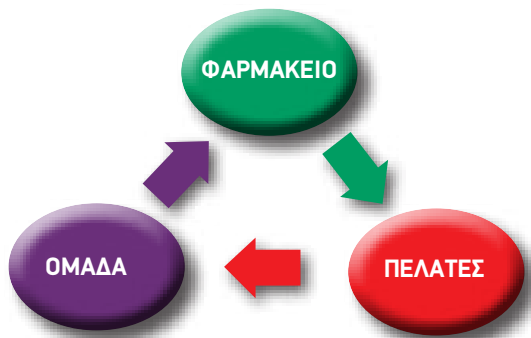
Σε αυτό το αφιέρωμα επιλέξαμε να σας παρουσιάσουμε τις δύο πρώτες ομιλίες από την 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών που πραγματοποιήθηκε στις 23/01/2010. Δύο ομιλίες επικεντρωμένες σε δύο βασικούς τομείς της διοίκησης: Οργάνωση φαρμακείου και κινητοποίηση του προσωπικού.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

Με στόχο την εξέλιξη

Από την **ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ**, Φαρμακοποιό, Σύμβουλο Marketing & Επικοινωνίας

Με στόχο την εξέλιξη, θα δούμε τα απαραίτητα βήματα της οργάνωσης του σύγχρονου φαρμακείου. Μια οργάνωση που στηρίζεται σε 3 προτεραιότητες του φαρμακοποιού manager



1. Στους πελάτες του, με στόχο την ικανοποίησή τους, την αύξηση της πιστότητάς τους και γιατί όχι, και την αύξηση του αριθμού τους
2. Στην ομάδα των ανθρώπων του φαρμακείου του, με στόχο τη σωστή διοίκηση και κατεύθυνσή τους, αλλά και τη συνεχή εκπαίδευση και κινητοποίησή τους



3. Στο φαρμακείο του σαν επιχείρηση, με στόχο τον προσδιορισμό ενός επιχειρηματικού πλάνου, την οργάνωση εργασίας και τη διαχείριση αλλά και την καινοτομία και ελκυστικότητα για το φαρμακείο του.

Εξετάζοντας τις συνθήκες και το περιβάλλον που ζούμε, βλέπουμε ότι τίποτε δεν είναι σταθερό, παρά μόνο η αληθινή! Αληθινές λοιπόν πολιτικές, κοινωνικές, νέες εξελίξεις για νέα μέτρα και νέα νομοσχέδια, που άληθτε μας θίγουν και άληθτε μας ευνοούν σαν πολίτες και σαν επιχειρηματίες. Ανέναντι λοιπόν σε αυτό το περιβάλλον που αληθίζει, ο φαρμακοποιός δεν έχει καμιά σχεδόν επιρροή. Όλοι μας όμως υιοθετούμε μια συμπεριφορά, με κινήσεις διαμαρτυρίας πολλές φορές ή σε ατομικό αλλά κυρίως μέσα από τα συλλογικά μας όργανα και εδώ η ζώνη επιρροής μας είναι 100%. Παράλληλα, αναπτύσσουμε ορισμένες ικανότητες. Τι ικανότητες πρέπει να αναπτύξω λοιπόν για να ανταποκριθώ καλύτερα στους δύσκολους καιρούς; Τι θέλω να κάνω; Κι εδώ η ζώνη επιρροής είναι 100% δική μου. Αλλά και ο καθένας μας έχει τις αξίες και τα πιστεύω του, που είτε τον υποκινούν προς ενέργειες, είτε τον περιορίζουν. Τελικά τι εικόνα θέλω να δώσω προς τα έξω, προς τους πελάτες μου, προς την ομάδα μου; Κατορθώνω να δώσω τη σωστή κατεύθυνση και αποστολή στην ομάδα μου; Και στις 3 αυτές θέσεις, η ζώνη επιρροής είναι 100% δική μας.

Ποια είναι λοιπόν η αποστολή του φαρμακοποιού manager;

– Να δίνει τη σωστή κατεύθυνση και την προοπτική της εργασίας. Οι ειδικοί ήλνε: «Δώσε τη σωστή κατεύθυνση και φύγε για ψάρεμα!»

– Να εξηγεί:

- Πού είμαστε
 - Γιατί έχουμε αυτό το αποτέλεσμα
 - Πού θέλουμε να πάμε
 - Με ποιο τρόπο
- Να παρακολουθεί.

As δούμε λοιπόν όλα αυτά πιο αναλυτικά

1 Κατάρτιση επιχειρηματικού πλάνου

Τα απαραίτητα βήματα

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ Τζιρου, περιθωρίου κέρδους ανά κατηγορία, μέσου όρου αγορών

ανά πελάτη, συχνότητα πελατείας

ΑΝΑΛΥΣΗ Δυνατά/αδύνατα σημεία, ευκαιρίες/κίνδυνοι

Παραδείγματα:

Δυνατά σημεία «Έχω πιστή πελατεία που έρχεται εδώ για να με συμβουλευτεί»

«Είμαι σε μια περιοχή με πολλούς γιατρούς»

Αδύνατα «Δεν έχω προσωπικό που εξυπηρετεί σωστά τους πελάτες»

«Δεν έχω ανακαινίσει το χώρο μου»

Ευκαιρίες «Να αναπτύξω κατηγορίες με τάση ανάπτυξης»

«Να αναπτύξω κατηγορίες που άπτονται κυρίως της δικής μου συμβουλής (αυτοθεραπεία, φυτοθεραπεία, εναλλακτικές θεραπείες κ.ά.)»

Κίνδυνοι «Να έχω προβλήματα μη έγκαιρης πληρωμής από τα ταμεία»

«Να αγοράζω εμπορεύματα που δεν τα ανακυκλώνω εύκολα και μου μένουν»

ΣΤΟΧΟΙ Θέτω στόχους βραχυπρόθεσμους – αυτό που θέλω να αναπτύξω (νέα προϊόντα, προβολές, νέες υπηρεσίες κ.λπ.), αλλά και μακροπρόθεσμους – τι εικόνα θέλω να δημιουργήσω προς τα έξω.

Οι στόχοι θα πρέπει να είναι Απλοί, μετρήσιμοι, επιτεύξιμοι, ρεαλιστικοί, και να έχουν ένα χρονικό ορίζοντα.

Με ποιο τρόπο καταρτίζω το επιχειρηματικό πλάνο;

- Οργανώνοντας ενέργειες, δίνοντας υπευθυνότητες, αναδεικνύοντας τις ικανότητες, αναγνωρίζοντας, επιβραβεύοντας
- Προγραμματίζοντας ένα ετήσιο πλάνο προβολών ή άλλων ενεργειών και παρακολουθώντας τη σωστή εφαρμογή του
- Κάνοντας συχνά μια απλή οικονομική ανάλυση εσόδων – εξόδων
- Επικοινωνώντας, οργανώνοντας συναντήσεις εργασίας, ζητώντας τη γνώμη των άλλων.

Συχνά ο υπάλληλος αναρωτιέται: «Γιατί να κάνω επιπλέον προσπάθεια; Τι θα κερδίσω;». Ας του περάσουμε την πεποίθηση ότι: «Φαρμακοποιός + υπάλληλος. Είμαστε όλοι στο ίδιο καράβι!»

2 Οργάνωση εργασίας

Προσδιορίστε γραπτά: Ποιος κάνει τι, πού, πότε, πώς, και γιατί.

Ποιότητα εργασίας σημαίνει γραπτός προσδιορισμός.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ Δίνω παραγγελία, παραλαμβάνω, ελέγχω, καταγράφω στο σύστημα, απογραφή, διευθέτηση λιηγμένων, έλεγχος ταμείου, άνοιγμα-κλείσιμο φαρμακείου, μηχανοργάνωση. Στην αρχή είναι όγκος δουλειάς, στη συνέχεια κέρδος χρόνου! Παράλληλα προσδιορίζω γραπτά:



Δικαιώματα και υποχρεώσεις

- Προσδιορίζω το διαπραγματεύσιμο από το μη διαπραγματεύσιμο
- Γράφω έναν εσωτερικό κανονισμό εργασίας, υπο-

χρέωσεων, κανόνων συνεργασίας και συμπεριφοράς.

Θέστε προτεραιότητες

Η εξυπηρέτηση πελάτη είναι πάνω απ' όλα!

Προσδιορίστε τις σχέσεις

- Μεταξύ φαρμακοποιού - υπαλλήλου
- Μεταξύ ομάδας και πελάτη.

Εφαρμόστε τις συναντήσεις εργασίας για ανταλλαγή πληροφορήσεων και εξεύρεση λύσεων από κοινού. Οι συναντήσεις εργασίας πρέπει να γίνονται σε θετικό κλίμα και όχι μόνο για να λήμε τα «στραβά». Διευθετήστε το χρόνο: 1/3 για να δίνουμε πληροφορήση, 1/3 για να λαμβάνουμε πληροφορήση και 1/3 για να παίρνουμε όλοι μαζί αποφάσεις με γραπτά συμπεράσματα.

3 Διαχείριση

Αγορές

Η «τέχνη των αγορών» στηρίζεται:

- Στους στόχους του φαρμακείου
- Στο δυναμικό του (stock/πίστωση)
- Στις ανάγκες των πελατών του
- Στην εποχικότητα
- Στις σχέσεις συνεργασίας με τον προμηθευτή
- Στη δυνατότητα χώρου έκθεσης και αποθήκευσης

Πωλήσεις

Η «τέχνη των πωλήσεων» στηρίζεται:

- Στη θετική επικοινωνία με τον πελάτη
- Σε ένα λεξιλόγιο προσαρμοσμένο στον πελάτη
- Στη συμπληρωματική πρόταση προϊόντων
- Στις γνώσεις και ικανότητες επικοινωνίας της ομάδας

Η συμβουλή υγείας στο φαρμακείο δεν είναι δουλειά, είναι αποστολή!

Παραδείγματα θετικής επικοινωνίας

Αντί «Μην ανησυχείτε» **πείτε** «Μείνετε ήσυχος, όλα θα πάνε καλά»

Αντί «Μην ξεχνάτε να...» **πείτε** «Να θυμάστε να...»

Αντί «Αν δεν βελτιωθείτε σε μερικές μέρες, ελάτε να με δείτε» **πείτε** «Με αυτά που σας πρότεινα, σε λίγες μέρες θα έχετε σίγουρο αποτέλεσμα»

Χρειάζεται προσπάθεια για να απαλλαγούμε από αρνητικές εκφράσεις, αλλά αναμφισβήτητα μια θετική επικοινωνία καθιστά πάντα τον πελάτη.

4 Καινοτομία

- Ανακαλύψτε νέες τάσεις και νέες κατηγορίες προϊόντων (βιολογικά, οικολογικά κ.λπ.).
- Δημιουργήστε νέο και ευχάριστο περιβάλλον στο φαρμακείο (ένα βάζο με θουλούδια, μια απαλή μουσική, διάχυση αιθερίων ελαίων).
- Εφαρμόστε νέα μέσα επικοινωνίας (οθόνες LCD με μηνύματα, μια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, μηνύματα SMS στους πελάτες σας με ευχές ή έντυπα των υπηρεσιών σας).
- Εφαρμόστε καινοτόμες προβολές (π.χ. για τη διακοπή καπνίσματος, για τον έλεγχο του διαβήτη, για την πρόληψη της οστεοπόρωσης κ.ο.κ.).

5 Ελκυστικότητα

- Δημιουργήστε βιτρίνες πρωτότυπες που τραβούν την προσοχή
- Φροντίστε το μήνυμα στη βιτρίνα να είναι ελκυστικό
- Φροντίστε η βιτρίνα να συνάδει με αντίστοιχη προβολή στο χώρο πώλησης
- Ανανεώστε τη βιτρίνα κάθε 20 μέρες
- Δημιουργήστε τις δικές σας θεματικές βιτρίνες

Επιμελημένο Merchandizing

- Οργάνωση των κατηγοριών και των προϊόντων στο χώρο (συρταριέρες, ραφιέρες, γόνδολες κ.ά.)
- Ανάδειξη των προϊόντων με μεγάλη ανακάλυψη
- Εμφανείς σημάνσεις στα ράφια, ανά κατηγορία ή ανά ανάγκη πελάτη

- Επωφεληθείτε με μέτρο από την πληθώρα των stands
- Αναρτήστε τιμές σε όλα τα προϊόντα.

Εγκάρδια υποδοχή και φροντίδα του πελάτη

- Χαμόγελο: το «κλειδί» της σωστής υποδοχής
- Φροντίστε την εμπιστευτικότητα στην επαφή σας με τον πελάτη
- Καλλιεργήστε ένα κλίμα οικειότητας προς τον πελάτη. Κατανοήστε το πρόβλημά του, προσεγγίστε τον σαν άνθρωπο
- Μην αμελείτε την εγκάρδια τηλεφωνική επικοινωνία.

Συμπεράσματα

Σε κάθε επίπεδο είμαι εγώ ο φαρμακοποιός που αποφασίζω και έχω τον πλήρη έλεγχο του φαρμακείου μου.

Ζούμε σε δύσκολους καιρούς και όλοι οι επαγγελματίες επηρεάζονται από το επιχειρηματικό περιβάλλον που αλλιάζει.

As αναρωτηθούμε:

Πώς μπορώ να θεωρήσω κάθε υποτιθέμενη «δύσκολη» αλλαγή σαν ευκαιρία; Μήπως είναι ευκαιρία για το μέλλον να κτίσουμε μια εικόνα προς το κοινό, την πολιτεία και τα ΜΜΕ ότι το φαρμακείο δεν είναι το κατάστημα που πουλά φάρμακα, αλλά το κατάστημα υπηρεσιών υγείας;

Δεν μπορώ να αλλιάξω τον κόσμο, αλλά μπορώ να αλλιάξω τα γυαλιά για να βλέπω τον κόσμο.

Π.χ Λέμε συχνά:

«Ο κόσμος δεν έχει χρήματα, πώς να τους συστήσω και άλλα συμπληρωματικά προϊόντα;»

Συμβουλεύω, δεν σημαίνει υποχρεωτικά πουλιάω.

Συμβουλεύω, σημαίνει φροντίζω την υγεία του πελάτη μου.

Ο τρόπος που βλέπουμε τα πράγματα πρέπει να αλλιάξει.

Με ένα πνεύμα αισιοδοξίας as κοιτάξουμε μπροστά.

Έχουμε τις ευκαιρίες!



Μέθοδοι ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ του προσωπικού του φαρμακείου

Από τη **PANIA ΛΕΧΟΥ**, Φαρμακοποιό, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ

Η κινητοποίηση του προσωπικού είναι ένας τομέας που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τον κλάδο μας. Γνωρίζουμε πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ πελατών και προσωπικού και πόσο επηρεάζει η κινητοποίηση του προσωπικού του φαρμακείου την καλύτερη και αποδοτικότερη εξυπηρέτηση των πελατών. Η παρακίνηση λοιπόν του προσωπικού του φαρμακείου είναι ανεκτίμητης αξίας και επιτυγχάνεται από το φαρμακοποιό - manager λαμβάνοντας υπόψη του σύγχρονες θεωρίες σχετικά με το θέμα αυτό.

Τα μέσα κινητοποίησης που διαθέτει ο φαρμακοποιός πρέπει να είναι ποικίλα και να προσαρμόζονται ανάλογα με την ηλικία και το προφίλ του κάθε συνεργάτη καθώς και με τις οικονομικές και πολιτικές συνθήκες που επικρατούν.

Με τον τρόπο αυτό θα μπορέσει όχι μόνο να κινητοποιήσει το προσωπικό του αλλά και να διατηρήσει την κινητοποίηση αυτή σε βάθος χρόνου.

Η απόδοση έργου από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση εξαρτάται από δύο κατηγορίες παραγόντων.

1η κατηγορία Γνώσεις και ικανότητες που είναι απαραίτητες για την απόδοση έργου. ΜΠΟΡΩ.

2η κατηγορία Παράγοντες που προσδιορίζουν τη διάθεση του ατόμου να αποδώσει. ΘΕΛΩ

Το ΘΕΛΩ είναι συνήθως πιο σημαντικό από το ΜΠΟΡΩ

Πώς θα κάνουμε λοιπόν τους συνεργάτες μας να θέλουν να αποδώσουν περισσότερο; Ποιες μεταβλητές πρέπει να επηρεασθούν και προς ποια κατεύθυνση;

Για να μελετήσουμε τις μεταβλητές που κινητοποιούν θα πρέπει να μελετήσουμε λίγο καλύτερα την ανθρώπινη συμπεριφορά.

Το φαινόμενο Πυγμαλίων

Είναι αρκετά γνωστή η ιστορία με το μυθικό βασιλιά της Κύπρου Πυγμαλίων, ο οποίος ερωτεύθηκε ένα γυναικείο άγαλμα από φίλντισι, τόσο που ζήτησε τελικά από τη θεά

Αφροδίτη να του χαρίσει μια αληθινή γυναίκα όμοια με το άγαλμα. Μετά από λίγο, ο Πυγμαλίων είδε με έκπληξη του ότι το άγαλμα ήταν πια μια ζωντανή γυναίκα, η Γαλάτεια. Ως φαινόμενο του Πυγμαλίων χαρακτηρίζεται εκείνο σύμφωνα με το οποίο όσο μεγαλύτερες προσδοκίες τρέφουμε για κάποιους ανθρώπους –αλλά και για τον εαυτό μας– τόσο πιο πιθανό είναι αυτοί οι άνθρωποι να έχουν καλύτερες επιδόσεις στη ζωή τους.

Ενώ η αναγνώριση αυξάνει το αίσθημα θετικής προσωπικής αξίας και αυτό με τη σειρά του οδηγεί τα άτομα στο να αποδίδουν καλύτερα, είναι δύσκολο να αναγνωρίζουμε τους άλλους. Υπάρχει μια φυσική τάση κριτικής, παρά αναγνώρισης.

Ο manager ακολουθεί συχνά τη συμπεριφορά ενός αυστηρού γονέα.

Ο ίδιος ο υπάλληλος από τη μεριά του έχει περιοριστικές πεποιθήσεις για τον εαυτό του και εγκλωβίζεται σε αρνητικό περιβάλλον και τρόπο σκέψης με αποτέλεσμα αυτό να μη βοηθά στην απόδοσή του.

Πρέπει λοιπόν ο manager να θυμάται να αναγνωρίζει τους συνεργάτες του και να τους κάνει να διατηρούν την αυτοεκτίμησή τους.

Για να δούμε με ποιο τρόπο θα παρακινήσουμε τους συνεργάτες του φαρμακείου, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη 2 θεωρίες, τη θεωρία των αναγκών του Abraham Maslow και τη θεωρία της υγιεινής παρακίνησης του Frederic Herzberg.

1η Θεωρία

Ο Abraham Maslow, Αμερικανός ψυχολόγος, προσπάθησε με κλινικές μελέτες να προσδιορίσει αυτό που παρακινεί την ανθρώπινη συμπεριφορά. Διερεύνησε τις ανάγκες του ανθρώπου καθώς και την παρακινητική τους δύναμη και τις ταξινόμησε σε 5 κατηγορίες: Τις φυσιολογικές, δηλαδή τροφή, νερό, καταφύγιο και ζεστασιά, τις ανάγκες ασφάλειας ή σιγουριάς (προστασία από κινδύνους, σταθερότητα, απειλευθέρωση από φόβο), τις κοινωνικές (φίλοι, οικογένεια, σύντροφος), τις ανάγκες εκτίμησης ή αναγνώρισης και τις ανάγκες αυτοπραγμάτωσης (αξιοποίηση εσωτερικών χαρισμάτων, δημιουργικότητα, πληρότητα). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, ο άνθρωπος προσπαθεί συνεχώς να ικανοποιήσει καλύτερα τις ανάγκες του. Συνέχεια επιθυμεί περισσότερα. Αυτά που επιθυμεί εξαρτώνται από αυτά που ήδη έχει. Δηλαδή οι ανάγκες του είναι κάτι το στελείωτο που συνεχίζεται για όλη του τη ζωή. Η παρακινητική δύναμη των αναγκών είναι αντίστροφη του βαθμού ικανοποίησής τους. Δηλαδή, όσο περισσότερο ικανοποιείται μια ανάγκη, τόσο λιγότερο παρακινεί. Όταν ικανοποιηθεί πλήρως, τότε δεν παράγει καμία παρακίνηση και κάποια άλλη ανάγκη παίρνει τη θέση της. Φυσικά, όταν μια ανάγκη σταματήσει να ικανοποιείται, τότε αποτελεί ξανά κίνητρο συμπεριφοράς. Η θεωρία αυτή αν και είναι γενικώς αποδεκτή, παρουσιάζει ορισμένες αδυναμίες. Για παράδειγμα, η ικανοποίηση μιας ανάγκης δεν σημαίνει αναγκαστικά τη μείωση της έντασής της.

Πολλές φορές όσο ικανοποιείται μια ανάγκη τόσο πιο έντονη γίνεται. Αυτό συμβαίνει κυρίως στις ανώτερες ανάγκες (όσο μας αναγνωρίζουν, τόσο πιο πολύ θέλουμε να συμβαίνει αυτό). Γι' αυτό το λόγο άληθωστε, η αναγνώριση των συνεργατών αποτελεί ισχυρό μέσο κινητοποίησης.

Άλλο παράδειγμα σχετικά με τα όρια ή τις αδυναμίες της θεωρίας αυτής, είναι ότι στη σημερινή εποχή, ο διαχωρισμός των αναγκών είναι πολύ δυσχερής και πολλές φορές αδύνατος. Για παράδειγμα, οι φυσιολογικές ανάγκες είναι δύσκολο να διαχωριστούν από τις κοινωνικές. Συνήθως, η ανάγκη διατροφής είναι συγχρόνως φυσιολογική αλλά και κοινωνική ανάγκη. Στις ανεπτυγμένες χώρες, ο άνθρωπος δεν τρώει μόνο και μόνο για να καλύψει απλά την ανάγκη του για τροφή. Το κάνει με συγκεκριμένο τρόπο και σε συγκεκριμένο χώρο (π.χ. σε εστιατόριο πολυτελείας με φίλους).

Εφαρμογές της στην επιχείρηση - φαρμακείο:

- Οι **φυσιολογικές ανάγκες** μπορούν να καλυφθούν με έναν καλό μισθό ή έναν εθικιστικό μισθό (πριμ παραγωγικότητας)
- **Ασφάλεια**: το αίσθημα μιας σταθερής δουλειάς
- **Αίσθημα «ανήκειν»**, αγάπη: ανάγκη να νιώθει τη συμπάθεια του μάντζερ, απλές ήξεις όπως ένα ζεστό «καλημέρα» με χαμόγελο το πρωί, ένα «καλό βράδυ» αργά και κομπλιμέντα κάποιες φορές
- **Αυτοεκτίμηση**: σημάδια αναγνώρισης, να νιώθει ότι είναι σημαντικός για την επιχείρηση
- **Αυτοπραγμάτωση**: ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, «ευτυχία».

2η Θεωρία

Εξέλιξη της θεωρίας του Maslow αποτελεί η θεωρία της υγιεινής παρακίνησης του Frederic Herzberg. Η θεωρία αυτή διαφοροποιεί τους παράγοντες που δυσσαρτούν από αυτούς που ευχαριστούν τους εργαζόμενους.

Αυτοπραγμάτωση προσωπική εξέλιξη και ολοκλήρωση

Ανάγκες υπόληψης
επιτυχία, κοινωνική θέση

Ανάγκες του ανήκειν και της αγάπης
οικογένεια, τρυφερότητα, σχέσεις, ομάδα

Ανάγκες ασφάλειας
προστασία, ασφάλεια, τάξη, νόμος, όρια, σταθερότητα

Βιολογικές και Φυσιολογικές ανάγκες
βασικές ζωτικές ανάγκες - αέρας, φαγητό, στέγη, σεξ, ύπνος

Η πυραμίδα του Maslow

10 ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

- 1** Το φαρμακείο ορίζει καταστατικό αξιών με την ενεργή συμμετοχή του προσωπικού
- 2** Συσχετισμός συλλογικών στόχων της επιχείρησης και ατομικών στόχων του συνεργάτη
- 3** Ο υπάλληλος ενημερώνεται για τα νούμερα (στόχοι - αποτελέσματα) της επιχείρησης
- 4** Οι απολαβές του συνεργάτη δεν κοινοποιούνται, είναι εμπιστευτικές
- 5** Ο φαρμακοποιός manager αναζητά ευκαιρίες για αναγνώριση των συνεργατών, με σκοπό την ενίσχυση του αισθήματος θετικής προσωπικής αξίας του κάθε συνεργάτη
- 6** Ενισχύουμε τους παράγοντες παρακίνησης, αναθέτοντας ειδικές αρμοδιότητες και αποστολές ανάλογα με τις ικανότητες και το προφίλ των υπαλλήλων
- 7** Προτείνουμε ελκυστικό μισθό με bonus
- 8** Δίνουμε έμφαση στις μη χρηματικές απολαβές όπως δώρα, εκπαίδευση κ.λπ.
- 9** Ορίζουμε ετήσια συνάντηση αξιολόγησης με κάθε συνεργάτη καθώς και τακτικές συναντήσεις με το προσωπικό
- 10** Προσαρμόζουμε και εναλλάσσουμε τα μέσα κινητοποίησης που διαθέτουμε ανάλογα με την ηλικία και τη φάση της ζωής του εργαζόμενου.

Αυτό που πρέπει να υπογραμμιστεί είναι ότι η προωθητική δύναμη των παραγόντων παρακίνησης, δεν μπορεί να υπάρξει στην περίπτωση που δεν υφίστανται οι παράγοντες υγιεινής που είναι απαραίτητοι για να μην υπάρχει δυσαρέσκεια στους εργαζόμενους. Δεν είναι δυνατόν να υπάρχει δυσαρέσκεια και συγχρόνως παρακίνηση.

Ο Herzberg βασιζόμενος στους παράγοντες παρακίνησης, προτείνει να έχει η εργασία του κάθε ανθρώπου στην επιχείρηση εκείνο το περιεχόμενο, που εξασφαλίζει τις δυνατότητες ικανοποίησης των ανωτέρων αναγκών. Έτσι κάθε εργαζόμενος θα πρέπει μαζί με την εκτέλεση ορισμένων καθηκόντων, να παίρνει μέρος και στη διαχείριση της δουλειάς του ή των καθηκόντων του. Δηλαδή να συμμετέχει σε αποφάσεις που αφορούν τον προγραμματισμό, την οργάνωση και τον έλεγχο της δουλειάς του.

Παράγοντες που δυσαρεστούν	Παράγοντες που ευχαριστούν
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ
Πολιτική της επιχείρησης	Επιτεύγματα
Οι διαπροσωπικές σχέσεις	Αναγνώριση
Οι συνθήκες εργασίας	Ευθύνη
Η κοινωνική θέση	Προαγωγή
Η ασφάλεια της απασχόλησης	Δυνατότητα ανάπτυξης
Ο μισθός	Φύση των καθηκόντων

Εφαρμογές της στην επιχείρηση - φαρμακείο:

Ανάθεση νέων τομέων ανάπτυξης: ομοιοπαθητικά, συμπληρώματα διατροφής, ιατρικό υλικό κ.ά.

Ανάθεση ειδικών αρμοδιοτήτων: υπεύθυνος merchandising, υπεύθυνος εκπαίδευσης, υπεύθυνος τμήματος κ.λπ.

ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Τα μέσα κινητοποίησης που διαθέτει ο φαρμακοποιός manager μπορεί να είναι οικονομικά ή μη οικονομικά:

Οικονομικές απολαβές

Τα χρήματα αποτελούν μέσο για την κάλυψη πολλών από τις ανάγκες που εμφανίζονται στην πυραμίδα του Maslow.

Σύμφωνα όμως με τη θεωρία του Herzberg, ο σταθερός μισθός είναι παράγοντας υγιεινής! Ένας ελκυστικός μισθός με πριμ παραγωγικότητας αποτελεί παράγοντα παρακίνησης.

Οι ατομικοί στόχοι πρέπει πάντα να ισορροπούνται και να σχετίζονται με τους συλλογικούς.

Μη οικονομικές απολαβές

- Δώρα
- Εκπαιδεύσεις που αφορούν το ίδιο το άτομο (επικοινωνία, αυτογνωσία, διαχείριση του άγχους, χαλάρωση)
- Δείγματα προϊόντων
- Βοήθεια για πρώτη κατοικία
- Ταξίδι
- Επιταγή γενεθλίων
- Κουπόνια αγορών
- Διακανονισμός των διακοπών
- Ετήσια συνάντηση αξιολόγησης: προαγωγή, ειδικές αρμοδιότητες

Εξατομικεύω την παρακίνηση ανάλογα με τον ποιον έχω απέναντί μου και ανάλογα με την ηλικία του συνεργάτη μου.

Διαφορετικά κίνητρα ανάλογα με την ηλικία:

- Ηλικία των 25 ετών: επιβράβευση +++, δώρα
- Ηλικία των 30 ετών: εκπαίδευση +++, εφόδια για να φτάσουν στο ζενίθ των ικανοτήτων τους και να εξελιχθούν
- Ηλικία των 35 ετών: αναζητούν την αναγνώριση και την ενθάρρυνση από τον manager τους
- Ηλικία άνω των 40 ετών: η ποιότητα στην εργασία και οι απολαβές παίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο, λίγος ελεύθερος χρόνος κάνει πολύ καλό! ■

**Mobil M,
it's the vision
that creates
the concept.**



Création - vu par... Nantes

Mobil M Commercial Architecture - Communication - Design

MOBIL M Hellas - ACAD E.E.

AVGIS 37 n.iraklio - 141 21 Athens - GREECE

Tel. 210 2820882

Fax : 210 2820882

Mobile 693 66610652

a.poulis@mobil-m.com - acad@hol.gr



M O B I L M

GRUPE COUPECHOUX

www.mobil-m.com

Οικονομία του φαρμακείου

Ας μη χάνουμε χρόνο...



«Πρέπει να ενεργήσουμε άμεσα και με ευθύτητα απέναντι στα νέα δεδομένα και απέναντι στην κρίση που φαίνεται να σκιάζει το επάγγελμα του φαρμακοποιού. Πρέπει να προβάλλουμε δυναμικά το ρόλο μας στην πρωτοβάθμια περίθαλψη με όλα τα μέσα».

Αυτή είναι η θέση που προσβεύει ο Πρόεδρος του Φαρμακευτικού Συλλόγου Αττικής, κύριος **Κωνσταντίνος**

Λουράντος, που με θέληση και πυγμή διεκδικεί και αγωνίζεται εδώ και χρόνια για τα δικαιώματα των φαρμακοποιών.

PHARMACY MANAGEMENT Ποια είναι η γνώμη σας για την αρμόζουσα προβολή του επαγγέλματος του φαρμακοποιού από τα ΜΜΕ προς το κοινό;

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΛΟΥΡΑΝΤΟΣ Παρόλο που η Γενική Συνέλευση του Συλλόγου έχει εγκρίνει ανάλογα κονδύλια για προβολή του ρόλου του φαρμακοποιού στη δημόσια υγεία και να γίνουν αντίστοιχες καμπάνιες ενημέρωσης προς το κοινό, όπως γίνεται σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, εμείς ευθυνόμαστε για τη μη υλοποίησή τους. Πάντα υπάρχουν κάποιοι που δυσκολεύουν τα πράγματα. Ευθυνόμαστε λοιπόν και πρέπει να ενεργήσουμε άμεσα προς αυτή την κατεύθυνση.

P.M. Η πολιτεία θεωρείτε ότι έχει κατανοήσει τη συνεισφορά και τις υπηρεσίες του φαρμακοποιού στη δημόσια υγεία ή τον θεωρεί ένα διανομέα φαρμάκου;

Κ.Α. Γνωρίζουν πολύ καλά το ρόλο του φαρμακοποιού στην πρωτοβάθμια περίθαλψη. Το πρόβλημα είναι ότι αυτή την εποχή τα συμφέροντα του φαρμακοποιού συγκρούονται με αυτά της βιομηχανίας. Η βιομηχανία έχει πολλή κεφάλαια και μπορεί πιο εύκολα να επηρεάσει καταστάσεις απ' ό,τι μπορούμε εμείς οι φαρμακοποιοί. Εμείς έχουμε όμως κάτι άλλο πιο δυνατό:

- Την άμεση επαφή με τον ασφαλισμένο
- Την εκτίμηση του πελάτη για τις υπηρεσίες μας, και
- Δεν είμαστε εξαρτημένοι από την παραγωγή όπως οι βιομήχανοι.

Εμείς δεν προκαλούμε φαρμακευτική δαπάνη γιατί δεν είμαστε συνταγογράφοι. Αντίθετα, οι βιομηχανία «πιέζοντας» το γιατρό με διάφορους γνωστούς τρόπους, μπορεί και προκαλεί υπέρμετρα φαρμακευτική δαπάνη.

P.M. Τι πιστεύετε για τα νέα μέτρα που αφορούν τον έλεγχο της φαρμακευτικής δαπάνης από την κυβέρνηση; Αναφέρω χαρακτηριστικά: Ηλεκτρονικός έλεγχος συνταγογράφησης, μείωση τιμών, θετική λίστα, ενίσχυση των generics, πώληση ακριβών νοσοκομειακών φαρμάκων από το φαρμακείο, πιθανώς και μείωση του περιθωρίου κέρδους του φαρμακείου.

Κ.Α. Όλα τα ανωτέρω μέτρα τα θεωρώ θετικά, εκτός από τη μείωση του ποσοστού κέρδους στα φάρμακα και όχι βέβαια μιλώντας συντηνιακά. Εμείς οι φαρμακοποιοί έχουμε στην ουσία ένα ποσοστό μικτού κέρδους 23%, γιατί αυτό είναι τελικά. Αν από αυτό το ποσοστό αφαιρέσουμε φόρους, πληγμένα φάρμακα και την καθυστέρηση των χρημάτων μας από τα ταμεία, αυτό πάει στο 11%!

Πόσο παρακάτω να πάμε, όταν ο φαρμακοποιός προσφέρει υπηρεσίες υγείας δωρεάν, σε αντίθεση με ορισμένες χώρες στην Ευρώπη όπου ανταμείβεται γι' αυτές τις υπηρεσίες; Από την άλλη, να συμπληρώσω ότι διανυκτερεύουμε χωρίς προστασία και χωρίς υπερωριακή αμοιβή. Πραγματικά μιλάμε για ένα «μεροκάματο του

τρόμου» και μιλάμε για μείωση περιθωρίου κέρδους; Όσο για τη λίστα, θεωρώ ότι από μόνη της δεν μπορεί να δημιουργήσει θετική εξέλιξη όσο αφορά την οικονομία της χώρας μας. Το πρώτο και πιο βασικό που πρέπει να κάνει η κυβέρνηση είναι ο έλεγχος της «πηγής» της συνταγογραφίας που μέχρι σήμερα δεν γίνεται. Όπως ανέφερα και παραπάνω, η ζήτηση προκαλείται από το γιατρό, αλλά και πολλές φορές από τον ασθενή που εξασκεί πίεση για αναγραφή περισσότερων φαρμάκων. Ε, λοιπόν φτάνει πια! Ούτε ο γιατρός ελέγχεται, ούτε ο ασθενής. Αυτό πρέπει να σταματήσει.

Όσο για την ενίσχυση των generics, εφόσον θέλουν να ελέγχουν τη συνταγογραφία, οφείλουν τουλάχιστον σε μερικές κατηγορίες φαρμάκων να υποχρεώνουν το γιατρό να γράφει μόνο τη χημική ονομασία του φαρμάκου και όχι την εμπορική. Έτσι, ο φαρμακοποιός θα μπορεί να δώσει φάρμακα πιο οικονομικά όπως τα γεννόσημα, φυσικά μέσα από τη λίστα, ενώ ο γιατρός θα αναγκάζεται λόγω έλλειψης κινήτρων από τη βιομηχανία, να γράφει μόνο τα απαραίτητα φάρμακα. Αυτό σημαίνει οικονομία! Εδώ θέλω να επισημάνω ότι πολλοί θα ισχυριστούν ότι με την εφαρμογή ενός τέτοιου μέτρου οι εταιρείες με γεννόσημα θα στραφούν στο φαρμακοποιοί με δελεαστικές προτάσεις. Κι εδώ θέλω να επισημάνω ότι ο φαρμακοποιός δεν μπορεί να δώσει τα φάρμακα αν δεν τα γράψει ο γιατρός ή αν δεν υπάρχει πραγματική ανάγκη. Τέλος, σχετικά με την πώληση νοσοκομειακών φαρμάκων θέλω να τονίσω τα εξής: Τα νοσοκομειακά ακριβά φάρμακα χορηγούμενα από τα νοσοκομεία χωρίς διακριτική νοσοκομειακή συσκευασία, έχει αποδειχθεί ότι δεν χορηγούνται πάντα για τις ανάγκες του ασθενή, αλλά για διάφορους λόγους που έχω προσωπικά καταγγείλει προς τα αρμόδια υπουργεία, ένα μέρος αυτών προωθούνται στο εξωτερικό προς όφελος ορισμένων επιτηδειών. Χορηγούμενα αυτά από τα φαρμακεία, διευκολύνουμε τον ασθενή, που συνήθως έχει σοβαρό πρόβλημα, στο να τα βρει εύκολα στο φαρμακείο της γειτονιάς του και να μην τρέχει στο νοσοκομείο, που μπορεί και να μην τα έχει άμεσα διαθέσιμα. Έχουμε 11.000 φαρμακεία στην Ελλάδα έναντι μόνο 200 νοσοκομείων. Από την άλλη, με αυτό τον τρόπο γίνεται και καλύτερος έλεγχος. Έχουμε ζητήσει, εάν τελικά συνεχίσουμε να τα έχουμε στο φαρμακείο με το υπάρχον ποσοστό, να τα καταγράφουμε όπως τα ναρκωτικά, ώστε να μην υπάρχει η παραμικρή υποψία ότι διοχετεύονται στο εξωτερικό και ζημιώνει το κράτος.

P.M. Όλα αυτά τα μέτρα όμως θα θίξουν σε κάποιο βαθμό το τζίρο των φαρμακείων, έτσι δεν είναι;

Κ.Α. Ναι, αλλά για μας προέχει η βιωσιμότητα των ασφαλιστικών ταμείων, διότι χωρίς αυτά δεν θα υπάρχουν φαρμακεία!

P.M. Τι αντισταθμιστικά μέτρα μπορείτε να



Τα νοσοκομειακά ακριβά φάρμακα χορηγούμενα από τα νοσοκομεία χωρίς διακριτική νοσοκομειακή συσκευασία, έχει αποδειχθεί ότι δεν χορηγούνται πάντα για τις ανάγκες του ασθενή, αλλά ένα μέρος αυτών προωθούνται στο εξωτερικό προς όφελος ορισμένων επιτήδειων.



προτείνετε σαν συνδικαλιστικοί φορείς προς την κυβέρνηση, ώστε να μη θιγούν τόσο οι φαρμακοποιοί;

Κ.Α. Θα έλεγα ότι στην παρούσα φάση δεν νομίζω ότι μπορεί να γίνει τίποτε άλλο εκτός από κάτι που η κυβέρνηση πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη. Η φαρμακευτική δαπάνη αποτελεί μόνο το 20% της συνολικής υγειονομικής δαπάνης. Η άμεση ανάγκη είναι να ελεγχθούν τα υπόλοιπα 80% των υπόλοιπων δαπανών, όπως ιατρικές εξετάσεις και διαγνωστικές, νοσήλια πολλά από τα οποία είναι εικονικά, νοσοκομειακά υλικά που ξοδεύονται ασύδοτα κ.λπ. Για παράδειγμα, όταν μια οικογένεια θέλει να κάνει οικονομία, δεν κόβει πρώτα τα έξοδα εκπαίδευσης και πληροφόρησης, αλλά κόβει τα ακριβά ρούχα και το φιλέτο! Με αυτή τη λογική πρώτα θα πρέπει να βάλουν μία τάξη στο 80% και μετά στο 20% της δαπάνης υγείας. Εγώ προσωπικά θεωρώ εξέλιξη στην υγεία όταν αυξάνεται η φαρμακευτική δαπάνη. Για παράδειγμα, πριν από 15 χρόνια η πρώτη πιο συχνή εγχείρηση ήταν αυτή για το έλκος στομάχου. Σήμερα αυτή η εγχείρηση σπάνια γίνεται γιατί υπάρχουν αποτελεσματικές φαρμακευτικές αγωγές. Όπως και το εμβόλιο για τον καρκίνο του τραχήλου της μήτρας, σε λίγα χρόνια θα περιορίσει την εκδήλωση της νόσου και κατ'επέκταση το κόστος νοσηλείας ασθενών.

P.M. Ποιες οι ενέργειες που κάνετε σαν σύλλογος για να διασφαλίσετε την έγκαιρη πληρωμή των συνταγών από τα Ταμεία, που όπως φαίνεται αντιμετωπίζουν πλέον σοβαρό οικονομικό πρόβλημα και θίγει άμεσα την οικονομική ρευστότητα της επιχείρησης φαρμακείου;

Κ.Α. Μόνο η πίεση. Γνωρίζουμε ότι η συγκυρία είναι άσχημη. Όμως αυτό το «δεν υπάρχει σάλιο» στα ασφαλιστικά ταμεία, αυτό σημαίνει ότι κάποιοι τα «στεγνώ-

σαν». Από την άλλη, η μη ύπαρξη υπευθύνων γι' αυτή την κατάσταση, οδηγεί στο συμπέρασμα αλληλοκαλύψεων. Αυτό από μόνο του έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη εμπιστοσύνης των πολιτών απέναντι στον πολιτικό κόσμο, αφού οποιοσδήποτε μπορεί να κάνει οτιδήποτε χωρίς να τιμωρηθεί.

P.M. Ποιες είναι οι ενέργειες που κατά τη γνώμη σας πρέπει να γίνουν στο κλάδο, σε συλλογικό αλλά και σε ατομικό επίπεδο, για να διασφαλιστεί η βιωσιμότητά του αλλά και η εξέλιξη του ελληνικού φαρμακείου, μέσα σε αυτό το δύσκολο επιχειρηματικό περιβάλλον;

Κ.Α. Ο φαρμακοποιός στην Ελλάδα χαίρει περισσότερης εκτίμησης από το κοινό απ' ό,τι σε άλλες χώρες, διότι υποστηρίζει με θέρμη την πρωτοβάθμια περίθαλψη των πολιτών. Αυτό σημαίνει ότι όλο το 24ωρο υπάρχει ένα ανοικτό φαρμακείο, έτοιμο να τους συμβουλευτεί και να τους εξυπηρετήσει και πάντα χωρίς ιδιαίτερη αμοιβή. Και αυτό δεν έχει προβληθεί όσο θα έπρεπε. Και από μόνη της αυτή η προβολή, αυτή η διαφήμιση, θα έκανε καλό στον κλάδο μας, για να μάθουν οι πάντες τι εστί φαρμακοποιός.

P.M. Κλείνοντας, θα ήθελα να σας ρωτήσω πώς τα καταφέρνετε και ανταποκρίνεστε με τόση επιτυχία σε αυτή τη διπλή αρμοδιότητα. Αυτή του Προέδρου του Φαρμακευτικού Συλλόγου Αττικής, όπου χειρίζεστε καθημερινά τόσα προβλήματα του κλάδου και μάλιστα για τόσα πολλά χρόνια και αυτή του φαρμακοποιού στον πάγκο του φαρμακείου σας, σε μια ήσυχη γειτονιά της Νέας Σμύρνης, ανοικτός για κάθε συμβουλή με τους πελάτες σας.

Κ.Α. Μα είναι πολύ απλό. Γιατί αγαπώ αυτό που κάνω! ■

Ουλές που προέρχονται από

- ✓ χειρουργικές επεμβάσεις
- ✓ τραύματα
- ✓ εγκαύματα
- ✓ ακμή
- ✓ ραγάδες

Μόνο στα
Φαρμακεία



Γερμανικό προϊόν

«Σβήστε» τις με



MEDERMA[®]
SKIN CARE FOR SCARS

FarmaSyn SA
P H A R M A C E U T I C A L S

Παραγωγός:
Merz Pharmaceuticals
GmbH D 60318 Frankfurt



REVERSE

Αθήνα: Μονής Δαμάστας 6, 12133 Περιστέρι • Τηλ. 210 5777140 • Fax: 210 5788791 • e-mail: farmasyn@otenet.gr • www.farmasyn.gr
Γραφείο Β. Ελλάδος: Μαϊάνδρου & Αδμήτου 27, 56224 Εύσομος • Τηλ. 2310 703856 • Fax: 2310 703178 • e-mail: thess@farmasyn.gr



Ένα επιτυχημένο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ «τρίο»

Στη Σύρο, στο όμορφο νησί του Αιγαίου, τρεις φαρμακοποιοί αποφάσισαν να ενώσουν τις τύχες τους στην επιχειρηματικότητα για τα 3 φαρμακεία τους: Καραμπούλα Αγγελική & Σια ΟΕ, Αρμακόλα Ελένη & Σια ΟΕ και Ρούσσος Μάριος & Σια ΟΕ.

Ας δούμε την τομή τους προσπάθεια.

ΕΤΣΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ...

«Στις 25 Μαρτίου του 2000, μετά την παρέλαση στην πλατεία Μιαούλη, συναντηθήκαμε στο φαρμακείο του Μάριου, ο Μάριος, η Αγγελική και η Ελένη για να κάνουμε μία συζήτηση στα "όρθια" σχετικά με μία μελλοντική συνεργασία. Το θέλαμε πολύ, δεν ξέραμε τι θα μας προκύψει, πώς θα το οργανώσουμε, αν θα μας συμφέρει οικονομικά, αν θα δουλεύουμε περισσότερες ή λιγότερες ώρες, μόνο το θέλαμε πολύ. Δεν θέλαμε να δουλεύουμε πλέον μόνοι μας. Καταλαβαίναμε ότι δεν μπορούσαμε να τα κάνουμε όλα (φαρμακοποιοί - σύμβουλοι - πωλητές - λογιστές - παραγγελιοδότες - γραφιάδες). Νιώθαμε ότι ο καθένας μας είχε κάνει οροφή κι αυτό που πάντα μας φόβιζε -όπως φαίνεται μέχρι και σήμερα- ήταν η στασιμότητα της οροφής. Το πρώτο ερώτημα που τέθηκε ήταν εάν αυτό θα το προχωρούσαμε οι τρεις μας ή εάν θα ξεσηκώναμε και τους υπόλοιπους συναδέλφους. Αποφασίσαμε ότι αν μη τι άλλο θέλαμε να τους κάνουμε κοινωνούς σε αυτό το τόλμημα και ότι θα ήταν καλύτερα για όλους μας να δημιουργούσαμε μία δυνατή ομάδα. Άλλωστε τα τότε 12 φαρμακεία της Σύρου ήταν ένα πολύ καλό νούμερο για να φτιάξεις ομάδα».

Τον Απρίλιο του 2002, ο Μάριος, η Αγγελική και η Ελένη αρχίζουν την πολυπόθητη συνεργασία, με τη λειτουργία του πρώτου συνεταιρικού φαρμακείου στην περιοχή του Νοσοκομείου της Σύρου, τον Οκτώβριο του 2003 του δεύτερου στην περιοχή του ΙΚΑ και τον Αύγουστο του

2004 του τρίτου, στον εμπορικότερο δρόμο της Ερμούπολης. Σταδιακά δηλαδή έκλεισαν τις ατομικές επιχειρήσεις τους και δημιούργησαν τρεις ΟΕ, σε νέα καταστήματα, στις οποίες εναλλάσσονται ως διαχειριστές και ως ομόρρυθμοι εταίροι, αφού μέχρι και σήμερα, η φαρμακευτική νομοθεσία δεν επιτρέπει την ίδρυση μιας Ανώνυμης Εταιρείας που θα μπορούσε να έχει τρία υποκαταστήματα, αλλά και δεν μπορούν να έχουν ίσα μερίδια σε τρεις ΟΕ. Υλοποίησαν οι τρεις τους αυτό που προβλεπόταν να υλοποιήσουν οι 12. «Δύσκολο έργο, με υψηλό ρίσκο, όμως το είχαμε αποφασίσει και το πιστεύαμε. Έτσι σήμερα έχουμε τα τρία αυτά φαρμακεία, με τις εξής επωνυμίες: Καραμπούλα Αγγελική & Σια ΟΕ, Αρμακόλα Ελένη & Σια ΟΕ, Ρούσσος Μάριος & Σια ΟΕ».

Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Στη συνέχεια αφεθήκαμε στην εμπειρία της συνεργασίας, χωρίς μικρότητες, χωρίς επιφυλάξεις, χωρίς σκέψεις που δεν ειπώθηκαν και έγιναν κρυφό παράπονο. Έτσι φάνηκε, που ο καθένας μας "τραβούσε" περισσότερο, τι θα μπορούσε να κάνει και για τους τρεις χωρίς να πολυζορίζεται. Η Αγγελική κάνει την οικονομική διαχείριση και κλείνει τις ετήσιες συμφωνίες με τους προμηθευτές, η Ελένη ασχολείται με την εξέλιξη της μηχανοργάνωσης και τις δημόσιες σχέσεις και ο Μάριος ασχολείται με τις επισκευές-ανακαινίσεις καθώς και με τα εκπαιδευτικά σεμινάρια».

ΑΣ ΤΑ ΑΝΑΚΑΛΥΨΟΥΜΕ ΛΟΙΠΟΝ

Το φαρμακείο που διευθύνει ο Μάριος είναι 100 τ.μ., βρίσκεται στον εμπορικότερο δρόμο του ιστορικού κέντρου της Ερμούπολης, έχει επί του τζιφου του το μεγαλύτερο ποσοστό σε παραφάρμακο από τα τρία φαρμακεία και το μικρότερο μέσο όρο ηλικίας πελατών. Ασχολείται με τις εναλλακτικές θεραπείες και ιδιαίτερα με την ομοιοπαθητική.

Το φαρμακείο που διευθύνει η Ελένη, είναι 170 τ.μ., βρίσκεται στη διασταύρωση των δρόμων που οδηγούν από το λιμάνι και την Ερμούπολη προς τα χωριά και τον παρα-



Η ομάδα του Φαρμακείου Ε. Αρμακόδη



Η ομάδα του Φαρμακείου Μ. Ρούσσου



Η ομάδα του Φαρμακείου Α. Καραμούζη

δοσιακό οικισμό της Άνω Σύρου. Διαγώνια και σε απόσταση 20 μέτρων βρίσκεται το υποκατάστημα του ΙΚΑ Σύρου. Η περιοχή έχει εμπορικά καταστήματα, τα οποία εξυπηρετούν περισσότερο τις γύρω περιοχές. Ο μέσος όρος ηλικίας της πελατείας 40-50 έτη. Το φαρμακείο που διευθύνει η Αγγελική, είναι 130 τ.μ., βρίσκεται πάνω στην πλατεία Ηρώων. Οι γύρω δρόμοι οδηγούν προς τα χωριά και τον παραδοσιακό οικισμό της Άνω Σύρου. Σε απόσταση 30 μέτρων βρίσκεται το Γενικό Νομαρχιακό Νοσοκομείο Σύρου. Στο φαρμακείο υπάρχει ορθοπεδικό τμήμα, μεγάλη γκάμα σε συμπληρώματα διατροφής, τμήμα ομοιοπαθτικών και φυτοθεραπευτικών. Η πελατεία ηλικιακά είναι μεταξύ 30 και 60 ετών.

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Και τα τρία φαρμακεία έχουν διαφοροποιούμενους χώρους για τα φάρμακα, τα καλλυντικά, τα δερμοκαλλυντικά, τα συμπληρώματα διατροφής, τα ορθοπεδικά και τα βοηθήματα για άτομα με ειδικές ανάγκες, τα είδη βρεφικής ανάπτυξης, τα είδη προσωπικής υγιεινής, τα είδη στοματικής υγιεινής, τα προϊόντα για την περιποίηση των μαλλιών, τα προϊόντα για την περιποίηση των ποδιών και τα ορθοπεδικά παπούτσια.

Σε αυτήν την κατηγοριοποίηση βοήθησε και εξακολουθεί να τους στηρίζει το ανάλογο τμήμα της Pierre Fabre, το οποίο έχει εκπαιδέψει και τα άτομα που ασχολούνται σε

κάθε φαρμακείο, με το τρίπτυχο παραγγελίες-παραλαβές-merchandising. Επίσης, σε κάθε φαρμακείο υπάρχει χώρος εργαστηρίου, χώρος παραλαβής, γραφείο φαρμακοποιού και αποθήκη.

ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

«Στην ομάδα υπάρχουν 3 φαρμακοποιοί, 2 διπλωματούχοι βοηθοί, 4 αισθητικοί, 9 βοηθοί και 2 άτομα που ασχολούνται με τη λογιστική διεκπεραίωση και τις πληρωμές. Από τους 9 βοηθούς, οι τρεις ασχολούνται κυρίως με τις παραγγελίες, τις παραλαβές και το merchandising. Σε κάθε φαρμακείο υπάρχει έμπειρο άτομο που ασχολείται με τον έλεγχο και την καθημερινή τακτοποίηση των συσταγών ηλεκτρονικά.

Όλοι είμαστε εκπαιδευμένοι στο μηχανογραφικό πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε (JMC), υπάρχει κωδικοποίηση όλων των προϊόντων, καταχωρούνται καθημερινά on line τα τιμολόγια και υπάρχει πλήρης έλεγχος και τήρηση αποθήκης.

Έχουμε κοινούς προμηθευτές και κοινό αρχείο πελατών. Ανά μήνα γίνεται meeting εργασίας ανά φαρμακείο, στο οποίο ανακοινώνονται τα οικονομικά αποτελέσματα του μήνα που πέρασε, εντοπίζονται οι αστοχίες και γίνεται προωθητικό πλάνο για τον επόμενο μήνα, με mini εκπαιδευτικά σεμινάρια πάνω σε προϊόντα που θέλουμε να προωθήσουμε το συγκεκριμένο μήνα ή και σε ομάδες φαρμάκων, με πολύ απλό και κατανοητό τρόπο, ούτως ώστε να μπορούν όλοι να έχουν βασικές γνώσεις και να μπορούν να δώσουν μία συμβουλή.

Ανά 3μηνο πραγματοποιείται συνάντηση και των τριών φαρμακείων. Εκεί ενημερώνονται όλοι για τη συνολική



Πρόσψη του Φαρμακείου Α. Καραμούλια

πορεία της επιχείρησης, τίθενται στόχοι, γίνεται ενημέρωση για νέα προϊόντα, επισημαίνουμε παραλείψεις και προβλήματα και ανταλλάσσουμε εμπειρίες. Έτσι προκύπτουν χρήσιμα συμπεράσματα, μιας και ο καθένας μεταφέρει την εμπειρία του από κάθε φαρμακείο και οι στόχοι της εταιρείας είναι γνωστοί και σαφείς για όλους. Τα κίνητρα για την επίτευξη των στόχων είναι οικονομικά, εκπαιδευτικά που συνήθως συνδυάζονται με ψυχαγωγία, αλλά και ηθικά (ενθάρρυνση και στήριξη). Η εκπαίδευση γίνεται από εκπαιδευτές των εταιρειών για καλλυπτικά και παραφαρμακευτικά προϊόντα, από εξειδικευμένους επιστήμονες σε θέματα τεχνικών πωλήσεων, προώθησης προϊόντων, επικοινωνίας με τον πελάτη αλλά και από εμάς τους ίδιους σε φαρμακευτικά θέματα. Επίσης, όλοι έχουμε βασικές γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή (Word, Excel, Internet).

Πέραν αυτού, προσπαθούμε συνεχώς να αφουγκραζόμαστε τους ανθρώπους μας, τις ανάγκες και τις ιδέες τους. Νιώθουμε ότι είμαστε μια μεγάλη οικογένεια. Στο τέλος του έτους γίνεται κατ' ιδίαν γραπτή αξιολόγηση για κάθε άτομο του προσωπικού, όπου με φιλική διάθεση υποδεικνύουμε αδύνατα σημεία και επιβραβεύουμε τα θετικά. Το ίδιο κάνει και το προσωπικό για εμάς. Υπάρχει δηλαδή μια αλληλοαξιολόγηση.

Η γενικότερη στρατηγική μας με το προσωπικό είναι η συνεχής επιμόρφωση και η ανάληψη πρωτοβουλιών, ώστε τελικά ο καθένας να είναι ηγέτης στον τομέα του».

BUSINESS PLAN ME ΠΕΝΤΑΕΤΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

«Η πρώτη οργανωτική κίνηση που κάναμε ήταν η εκπόνηση business plan με πενταετή υλοποίηση. Σε αυτό

Η ΣΥΝΕΝΩΣΗ ΘΕΛΕΙ ΑΡΕΤΗ, ΤΙΜΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟΛΜΗ

«Τα φαρμακεία μας δεν ανήκουν σε κάποια συνένωση. Για ποιο λόγο; Επειδή είχαμε γερές πλάτες!

Πρώτα απ' όλα, είχαμε την ομοψυχία και την αποφασιστικότητά μας, τη διάθεση, το κέφι, μας άρεσε η πρόκληση του άγνωστου, είχαμε αποφασίσει ότι θα ανέβουμε σκαλοπάτια (θα ανεβαίναμε περισσότερα αν δεν ήμασταν μόνο τρεις, δεν έτυχε!), είχαμε πειστεί ότι ο καθένας μας ως μονάδα είχε εξαντλήσει τις δυνατότητές του, θέλαμε να εξελιχθούμε.

Δεν ξεκινήσαμε, ούτε πορευθήκαμε στα τυφλά.

Κατ' αρχήν είχαμε την τύχη να έχουμε από το ξεκίνημά μας, πολύ κοντά μας, δικούς μας ανθρώπους με τις γνώσεις που χρειαζόνταν για να θεμελιώσουμε και να χτίσουμε τη συνένωσή μας.

Οικονομολόγους, λογιστές, δικηγόρους, προγραμματιστές, για τα πιο απλά αλλά και για τα πιο εξειδικευμένα. Αυτό αν θέλετε είναι το τεχνοκρατικό κομμάτι, πρακτικό αλλά εξαιρετικά σημαντικό.

Από την άλλη, είχαμε τους συγγενείς μας που μας ανέχτηκαν όταν λείπαμε άπειρες ώρες από τα σπίτια μας, το προσωπικό μας που άντεξε τη συναισθηματική πίεση των πρώτων ημερών, την επιπλέον δουλειά και την ανασφάλεια του νέου και άγνωστου.

Όταν εμείς ξεκινήσαμε, οι συνενώσεις ήταν πιο πίσω από εμάς.

Συζητήσαμε με όλους. Όταν ωρίμασαν, είχαμε συνειδητοποιηθεί πια, είχαμε υλοποιήσει με πολύ κόπο, αλήθεια και πάρα πολλή δουλειά όλα αυτά που για τις συνενώσεις είχαν υλοποιήσει εξωτερικοί συνεργάτες. Δεν είμαστε κατά των συνενώσεων που ήδη υπάρχουν, απλώς δεν είχαν να προσφέρουν σε μας κάτι που να μας πείσει ότι το "value for money" έγερνε προς το "value". Το "value" είναι προσωπική υπόθεση και κανένας συνεργάτης, καμία συνένωση δεν στο εξασφαλίζει.

Και βέβαια δεν είμαστε κατά των συνενώσεων, γιατί ήδη έχουμε τη δική μας κατά κάποιο τρόπο.

Πιστεύουμε όμως ότι η είσοδος σε μία συνένωση δεν πρέπει να γίνεται με αρχικό και τελικό κίνητρο μόνο το οικονομικό κέρδος. Αυτό δεν βοηθάει τελικά στην εξέλιξη. Συνένωση κάνεις γιατί πιστεύεις ότι δεν τα ξέρεις όλα, γιατί είσαι έτοιμος να δώσεις από το χώρο σου σε άλλον που ξέρει καλύτερα από εσένα, συνένωση κάνεις γιατί είσαι ώριμος να γίνεις ομάδα.

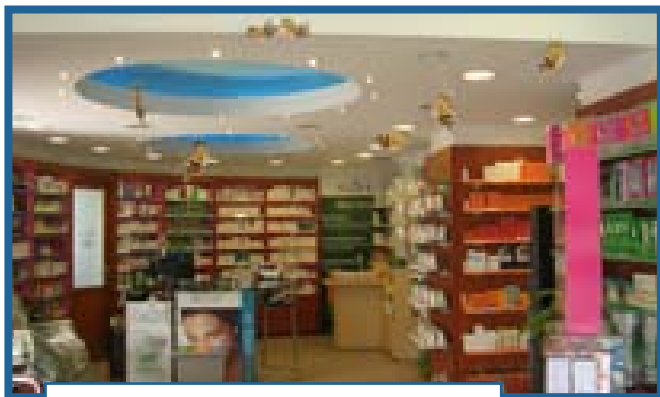
Θέλει αρετή, τιμιότητα και τόλμη η συνένωση!

Η συνένωση είναι μία σχέση που πρέπει καθημερινά να κερδίζεις το σεβασμό και το θαυμασμό του εαυτού σου και των συνεργατών σου. Δεν υπάρχει τέλος, δεν υπάρχει εφηνουχασμός. Μόλις πας να χαλαρώσεις έρχεται ο συνεργάτης και σε ξεκουνάει, σου δημιουργεί στόχο.

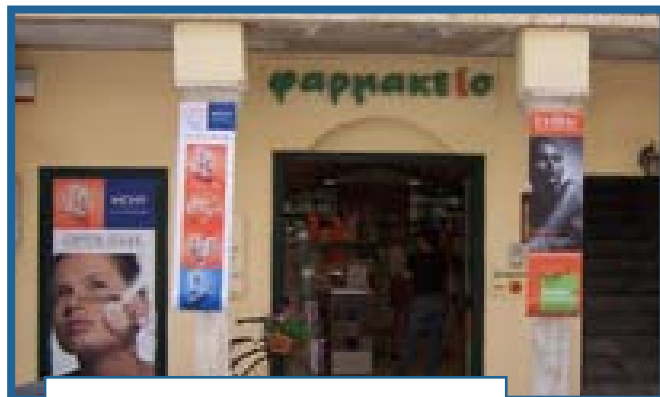
Κουράζεσαι; Μερικές φορές ναι. Πάλη όμως ο συνεργάτης σου σε καλύπτει.

Αυτό είναι η συνένωση και αυτό είναι η επιτυχία.

Το οικονομικό κέρδος τελικά έρχεται, χωρίς να είναι αυτοσκοπός. Είναι η υλική αμοιβή. Δεν μας χαλάει καθόλου».



Εσωτερικό του Φαρμακείου Ε. Αρμακόλια



Πρόσοψη του Φαρμακείου Μ. Ρούσου

συμμετείχαμε εμείς και όλο το προσωπικό για να υπάρχει συμμετοχή, ενημέρωση και αποδοχή από όλους τους εμπλεκόμενους. Αυτή η διαδικασία, εκτός του ότι σαν εμπειρία ήταν πρωτόγνωρη και για εμάς, μας βοήθησε στην οργάνωση της δουλειάς μας, μας προσανατόλισε σε σωστές κατευθύνσεις αλλά μας έδωσε πολύ και σαν ομάδα, γιατί μέσα από τα εργαστήρια δουλέψαμε 15 άτομα για κοινό όραμα και κοινούς στόχους.

Επειδή οι εξελίξεις τρέχουν και τα δεδομένα αλλάζουν συνεχώς, οι συνεργάτες φαρμακοποιοί παρακολουθούμε εξειδικευμένα σεμινάρια σε θέματα διοίκησης και οργάνωσης επιχειρήσεων, ηγεσίας, HRM, CRM, δύο με τρεις φορές το χρόνο.

Στην αρχή κάθε χρόνου κάνουμε budget το οποίο παρακολουθείται συνεχώς, και προσπαθούμε όλοι για την τήρησή του.

Παρακολουθούμε όλα τα οικονομικά μεγέθη, ελέγχουμε τα αποθέματα, την ταχύτητα κυκλοφορίας των εμπορευμάτων ανά κατηγορία. Τηρούνται στατιστικά πωλήσεων τα οποία επανελέγχονται σε μηνιαίο επίπεδο καθώς και οι εξελίξεις των στόχων.

Οι σχέσεις μας με τους προμηθευτές είναι σαφείς. Είμαστε συνεργάτες, έχουμε κοινούς στόχους, ανταλλάσσουμε ιδέες και εμπειρίες υλοποιούμε win-win ενέργειες. Οι πελάτες μας είναι ουσιαστικά οι πελάτες των προμηθευτών, γι' αυτό και τους φροντίζουμε από κοινού.

Υπάρχουν κεντρικές εμπορικές συμφωνίες με τους προμηθευτές καθώς και στόχοι ανάλογα με τις εταιρείες. Από την αρχή του έτους συμφωνούνται οι προβολές των προϊόντων, η παρουσία συνεργατών από εταιρείες καλλυντικών, γίνεται ενημέρωση για τα νέα προϊόντα και τις προσφορές καθώς και τις διαφημιστικές καμπάνιες, ώστε η εντός του φαρμακείου προβολή να συμπίπτει με τις διαφημίσεις στα ΜΜΕ για μεγαλύτερη απόδοση».

Ο ΠΕΛΑΤΗΣ ΕΙΝΑΙ ΠΑΝΩ ΑΠ' ΟΛΑ ΣΥΝΑΝΘΡΩΠΟΣ

«Η γενικότερη στρατηγική είναι πελατοκεντρική. Ο πε-

λάτης, μας καθοδηγεί σε επιλογές προϊόντων, υπηρεσιών και προσφορών. Έτσι, πιστεύουμε ότι έχουμε πιστή πελατεία, τις ανάγκες της οποίας καλύπτουμε με ποικίλα προϊόντα υψηλής ποιότητας, ικανοποιητικής επάρκειας, νέας κυκλοφορίας, τόσο στον τομέα του φαρμάκου όσο και του παραφαρμάκου, καλλυντικού, κ.λπ.

Για κάθε νέο φάρμακο που χορηγείται σε κάποιον από τους πελάτες μας, δίνονται σαφείς οδηγίες λήψης, ελέγχουμε εάν ο ίδιος έχει ενημερώσει τον γιατρό του για άλλα φάρμακα που παίρνει, του δίνουμε συμπληρωματικά συμβουλές για τη διατροφή του (π.χ. αν παίρνει αντιπηκτικά, αντιυπερτασικά, αντιβιοτικά), τον παροτρύνουμε να φροντίζει καθημερινά και να νοιάζεται τον εαυτό του, γιατί αυτό τονώνει τον αυτοσεβασμό του και πειθαρχεί ευκολότερα στη θεραπεία.

Η συμβουλή και η φροντίδα είναι προτεραιότητές μας και ο καθένας από εμάς ή το προσωπικό τις εκδηλώνει όπως το νιώθει, αυθόρμητα, όχι από υποχρέωση, αλλά γιατί νοιάζεται πρώτα τον συνάνθρωπο. Ο πελάτης είναι πρώτα συνάνθρωπος.

Βέβαια, όπως αναφέρθηκε ήδη, ανά τμήμα υπάρχει κάποιος που έχει πιο εξειδικευμένες γνώσεις, επειδή έχει εκπαιδευτεί περισσότερο. Αυτός έχει την ευθύνη της εξυπηρέτησης και της συμβουλής προς τον πελάτη που θα ενδιαφερθεί για περισσότερες λεπτομέρειες.

Στα φαρμακεία μας γίνονται προβολές τόσο από τις εταιρείες με τις οποίες έχουμε πιο στενή συνεργασία, όσο και από εμάς, ανάλογα με την εποχή, τις προσφορές, τις εκπτώσεις, τις νέες κυκλοφορίες. Αυτές οι προβολές συνδυάζονται πάντα με κάποιο κίνητρο αγοράς, είτε ποιοτικό (παρουσία αισθητικού από κάποια εταιρεία που ασχολείται με περιποιήσεις προσώπου), είτε ποσοτικό (ειδικές συσκευασίες σε χαμηλότερες τιμές)».

ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

«Φιλοδοξία μας είναι να διατηρήσουμε την επιχείρησή μας σε ανοδική πορεία, παρά τις αλλαγές που συμβαίνουν στο στενό και στο ευρύτερο επαγγελματικό μας περιβάλλον. Φιλοδοξία μας είναι οι συνεργάτες μας αν έπρεπε να μας επιλέξουν ξανά, να μη δίσταζαν να το κάνουν. Φιλοδοξία μας είναι όταν παραδώσουμε την επιχείρηση στα παιδιά μας, ο τελικός μας απολογισμός να είναι θετικός. Φιλοδοξία μας είναι αυτό που στήσαμε, τα παιδιά μας να το βελτιώσουν και να το χαρούν.

Για φέτος, τόσο το budget όσο και η εκπαίδευσή μας έχει προσανατολιστεί και προσαρμοστεί στα νέα οικονομικά δεδομένα.

Το πλάνο μας είναι:

Αφουγκραζόμαστε τον πελάτη και τις ανάγκες του, ακόμη και αν δεν μας αποφέρουν άμεσο οικονομικό όφελος

Πολύ καλή διαχείριση αποθεμάτων

Όχι μιζέρια!». ■

Νιώστε τη διαφορά με

Pharmaton®

Vitamigen

**Τα πολυβιταμινούχα Pharmaton® αυξάνουν
τα επίπεδα της ζωτικότητάς σας
και τονώνουν τη σωματική και πνευματική σας ευεξία.**

Ανακαλύψτε τα οφέλη του Pharmaton Vitamigen®, ειδικά μελετημένων πολυβιταμινούχων σκευασμάτων για να βοηθήσουν στην τόνωση της πνευματικής και της σωματικής ευεξίας.

Η σειρά Pharmaton Vitamigen® περιέχει ένα μοναδικό συνδυασμό βιταμινών, μετάλλων, ιχνοστοιχείων και του τιτλοποιημένου εκχυλίσματος Ginseng G115®, με συνεργική δράση. Με καθημερινή πρόσληψη για τουλάχιστον ένα μήνα το Pharmaton Vitamigen® σας χαρίζει αντοχή, συγκέντρωση και καλή διάθεση για να μπορείτε να απολαμβάνετε κάθε στιγμή στο έπακρο.

Διατίθεται σε κάψουλες και σε αναβράζοντα δισκία με υπέροχη γεύση πορτοκαλιού.

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



www.vitamigen.gr

 **Boehringer
Ingelheim**

ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΑΡΜΑΚΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το μεθοδολογικό πρόβλημα και η ανάγκη για εξορθολογισμό του συστήματος

■ Από τον **ΚΥΡΙΑΚΟ ΣΟΥΛΙΩΤΗ***, Δρ. Πολιτικής και Οικονομικών της Υγείας, Λέκτορα Σχολής Κοινωνικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Η αμφισβήτηση της αξιοπιστίας των πηγών και των στατιστικών δεδομένων της ελληνικής οικονομίας από τις ευρωπαϊκές αρχές έρχεται, δυστυχώς, να επιβεβαιώσει την επιστημονική συζήτηση που εδώ και πολλά χρόνια έχει επισημάνει την ανάγκη για βελτίωση της μεθοδολογίας και του τρόπου συλλογής και επεξεργασίας των δεδομένων αυτών στο πλαίσιο των εθνικολογιστικών καταγραφών. Ειδικά για τον τομέα της υγείας, πλήθος επιστημονικών αναφορών¹ έχουν διατυπώσει την αμφιβολία τους για την ακρίβεια των επίσημων καταγραφών, οι οποίες πολλές φορές δεν δικαιολογούν τις διακυμάνσεις σε χαρακτηριστικά του τομέα υγείας τα οποία, σύμφωνα και με τη βιβλιογραφία, θα μπορούσαν να επηρεάσουν τις δαπάνες όπως π.χ. ο αριθμός των ιατρών, η ασφαλιστική βάση των ταμείων, η πολιτική τιμών και αποζημίωσης των ιατρικών πράξεων κ.λπ.

ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ

Ιδιαίτερα όσον αφορά στη φαρμακευτική δαπάνη, το τελευταίο διάστημα η απόκλιση μεταξύ των δεδομένων της ΕΣΥΕ και του ΟΟΣΑ² επιδείνωσε ακόμη περισσότερο το πρόβλημα, καθώς ήδη είχαν διατυπωθεί σημαντικές επιφυλάξεις για τη σύνθεση της φαρμακευτικής δαπάνης (δημόσια / ιδιωτική) για τα δεδομένα της περιόδου 2003-2007.³

Συγκεκριμένα, όσον αφορά στα στοιχεία της ΕΣΥΕ, αυτά διαπιστώνουν μια αύξηση της ιδιωτικής φαρμακευτικής δαπάνης την περίοδο 1999-2000 κατά 29,5% και μια μείωση κατά 27,6% και 39% την περίοδο 2000-2001 και 2001-2002, διακυμάνσεις οι οποίες είναι ανεξήγητες, καθώς κατά το εν λόγω διάστημα δεν υπήρξε ούτε αναθεώρηση δεδομένων, ούτε μεταβολή τιμών ή του πλαισίου ασφαλιστικής αποζημίωσης, ούτε βέβαια ιδιαίτερη μεταβολή στον αριθμό των ιατρών, τη δημογραφική γήρανση κ.λπ.⁴ Ωστόσο, το σημαντικότερο πρόβλημα της συγκεκριμένης καταγραφής αφορά στα επόμενα έτη και συνίσταται στο ότι δεν μπορεί να ερμηνευθεί από την εμπειρική πραγματικότητα⁵ το ποσοστό της ιδιωτικής φαρμακευτικής δαπάνης στη συνολική δαπάνη φαρμάκων εμφανίζεται να ανέρχεται το 2007 σε 5%, τη στιγμή που μόνο η θεσμοθετημένη συμμετοχή στα φάρμακα (χωρίς δηλαδή να υπολογίζεται η αμιγώς ιδιωτική φαρμακευτική κατανάλωση) ανέρχεται σε 10% και 25%.

Με αφητηρία τα παραπάνω, κρίθηκε σκόπιμος ο επαν-υπολογισμός της ιδιωτικής φαρ-

* Με τη συμβολή της **Ελένης Βίτσου**, υπεύθυνης Παρατηρητηρίου Οικονομικών της Υγείας, ΙΟΒΕ.

¹ Βλ. χαρακτηριστικά: Κυριόπουλος Γ., Σουλιώτης Κ. (2001), Souliotis K., Kyriopoulos J. (2003), Σίσκου Ο., Καϊτελίδου Δ., Θεοδώρου Μ., Λιαρόπουλος Α. (2008), Σίσκου Ο., Λιαρόπουλος Α. (2008).

² Έπειτα από την αναθεώρηση των δεδομένων της ΕΣΥΕ το 2007.

³ Τα οποία υπογραμμίζεται ότι δηλώνονται ακόμα ως προσωρινά.

⁴ Για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της φαρμακευτικής δαπάνης στην Ελλάδα, βλ. Κυριόπουλος Γ., Σουλιώτης Κ., Ζάβρας Δ., Οικονόμου Χ. (2004).

⁵ Για τη λειτουργία και τα χαρακτηριστικά της αγοράς φαρμάκου στην Ελλάδα βλ. Contiades X., Golna C., Souliotis K. (2007), Yfantopoulos J. (2008), Υφαντόπουλος Γ. (2005).

Marfin Pharmacy

Προνομιακές λύσεις αποκλειστικά για τις επαγγελματικές ανάγκες του φαρμακοποιού



Η Marfin Egnatia Bank ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες σας με το Marfin Pharmacy που σας προσφέρει:

- Ενίσχυση ρευστότητας για να μη σας απασχολεί η καθυστέρηση των εισπράξεων από τα ταμεία ή τους πελάτες σας
- Χρηματοδότηση για την αγορά αδείας του φαρμακείου σας αλλά και ενίσχυση της διαπραγματευτικής ικανότητας με τους προμηθευτές σας
- Χρηματοδότηση για την ανακαίνιση του φαρμακείου σας με απλές διαδικασίες
- Διευκόλυνση των εισπράξεών σας από τα ταμεία, σε συνδυασμό με την υψηλή απόδοση των διαθεσίμων του φαρμακείου σας και τη δυνατότητα διεκπεραίωσης των τραπεζικών σας συναλλαγών από το χώρο σας



μακευτικής δαπάνης με διαφορετική μεθοδολογία⁶, προκειμένου να σταθούν στον ΟΟΣΑ πιο «λογικά» δεδομένα. Ωστόσο, η απόκλιση αυτή στην ιδιωτική φαρμακευτική δαπάνη ύψους 368% (από 244 εκατ. ευρώ με βάση τα αρχικά στοιχεία της ΕΣΥΕ σε 1.141 εκατ. ευρώ με βάση τα νέα στοιχεία που εστάλησαν στον ΟΟΣΑ), είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση μιας αυξημένης συνολικής φαρμακευτικής δαπάνης, η οποία με τη σειρά της προκάλεσε σημαντικές ανακατατάξεις στις διεθνείς συγκρίσεις⁷.

Για το λόγο αυτό, κρίνεται σκόπιμη η υιοθέτηση απολογιστικών δεδομένων των ασφαλιστικών οργανισμών κατά τον υπολογισμό της φαρμακευτικής τους δαπάνης, δεδομένου και του ότι τα στοιχεία που διατίθενται από τις επίσημες εθνολογιστικές πηγές (ΕΣΥΕ), είναι, ούτως ή άλλως, προσωρινά. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της Γενικής Γραμματείας Κοινωνικών Ασφαλίσεων και της Φαρμακευτικής Διεύθυνσης του Οίκου του Ναύτου,⁸ η φαρμακευτική δαπάνη των ασφαλιστικών ταμείων ανήλθε σε 4,04 δισ. ευρώ το 2007, σε 4,53 δισ. ευρώ το 2008 και εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί στα 5,09 δισ. ευρώ το 2009. Όπως παρουσιάζεται και στο διάγραμμα 1, ο ρυθμός μεταβολής της φαρμακευτικής δαπάνης των ασφαλιστικών ταμείων βγαίνει μειούμενος από 22,6% το 2006 σε 14,8% το 2007, σε 12% το 2008 και σε 12,2% το 2009. Σε σύγκριση με το ΑΕΠ, η φαρμακευτική δαπάνη των ασφαλιστικών ταμείων παρουσιάζεται στο διάγραμμα 2.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την ανάλυση που προηγήθηκε, είναι πρόδηλη η ανάγκη για την υιοθέτηση μιας συστηματικής μεθόδου καταγραφής των συναλλαγών σε όλο το φάσμα του υγειονομικού τομέα.

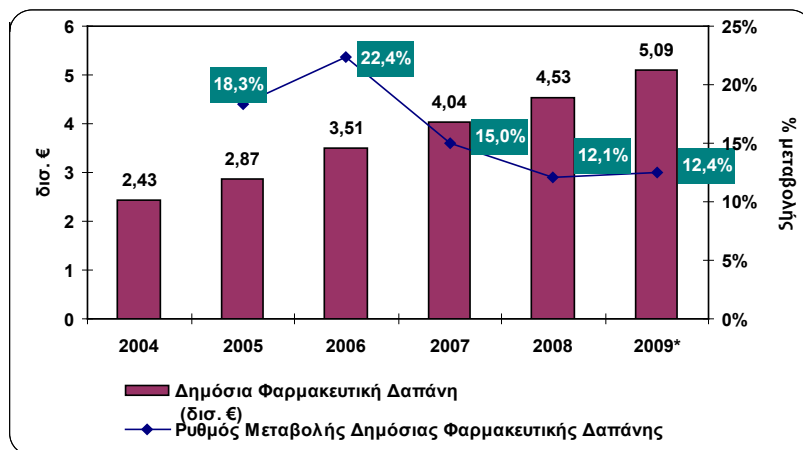
Ιδιαίτερα ως προς το θέμα του φαρμάκου, μάλιστα, η φύση του προϊόντος επιτρέπει την ακριβή καταγραφή της σχετικής δαπάνης, υπό την προϋπόθεση ότι θα υλοποιηθούν οι σχεδιαζόμενες παρεμβάσεις για τη συλλογή των δεδομένων στην πηγή της δαπάνης, τον έλεγχο της συνταγογράφησης και τη μηχανογραφική διαχείρισή της. Εν κατακλείδι, σε ένα περιβάλλον στο οποίο οι οικονομικές πιέσεις που ασκούνται στον υγειονομικό τομέα γίνονται διαρκώς εντονότερες, η παραγωγή αξιόπιστων δεδομένων είναι απαραίτητη για τη μεγαλύτερη δυνατή τεκμηρίωση της πολιτικής υγείας. ■

⁶ Συγκεκριμένα, έγιναν νέες εκτιμήσεις στη βάση των Ερευνών Οικογενειακών Προϋπολογισμών.

⁷ Είναι ενδεικτικό ότι, λόγω του μεθοδολογικού προβλήματος και του εύρους της ασυμφωνίας μεταξύ των αρχικών και των αναθεωρημένων δεδομένων, η συνολική φαρμακευτική δαπάνη στην Ελλάδα εκφρασμένη ως ποσοστό του ΑΕΠ, ενώ το 2006 καταλάμβανε την έκτη θέση μεταξύ των χωρών της Ευρωζώνης, το 2007 εμφανίζεται να καταλαμβάνει την πρώτη θέση.

⁸ Τα εν λόγω στοιχεία αφορούν στα ποσά που αποζημίωσαν τα Ασφαλιστικά Ταμεία για φάρμακα και είναι απολογιστικά (εξαίρεση αποτελεί το 2009 για το οποίο τα στοιχεία βασίζονται σε εκτιμήσεις), δηλαδή προέκυψαν με βάση τους ισολογισμούς των ασφαλιστικών οργανισμών.

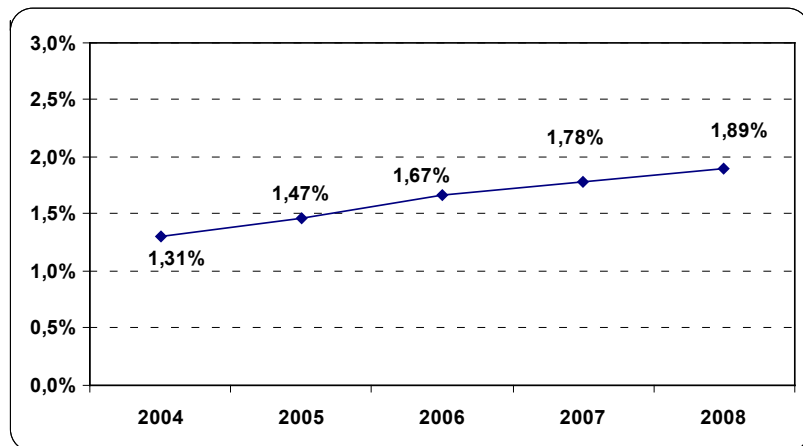
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 Εξέλιξη της φαρμακευτικής δαπάνης των ασφαλιστικών ταμείων



Πηγή: Γενική Γραμματεία Κοινωνικών Ασφαλίσεων και Διεύθυνση Φαρμακευτικής NAT

*: εκτίμηση

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 Εξέλιξη της φαρμακευτικής δαπάνης των ασφαλιστικών ταμείων ως ποσοστό του ΑΕΠ



Πηγή: ΕΣΥΕ, Γενική Γραμματεία Κοινωνικών Ασφαλίσεων και Διεύθυνση Φαρμακευτικής NAT

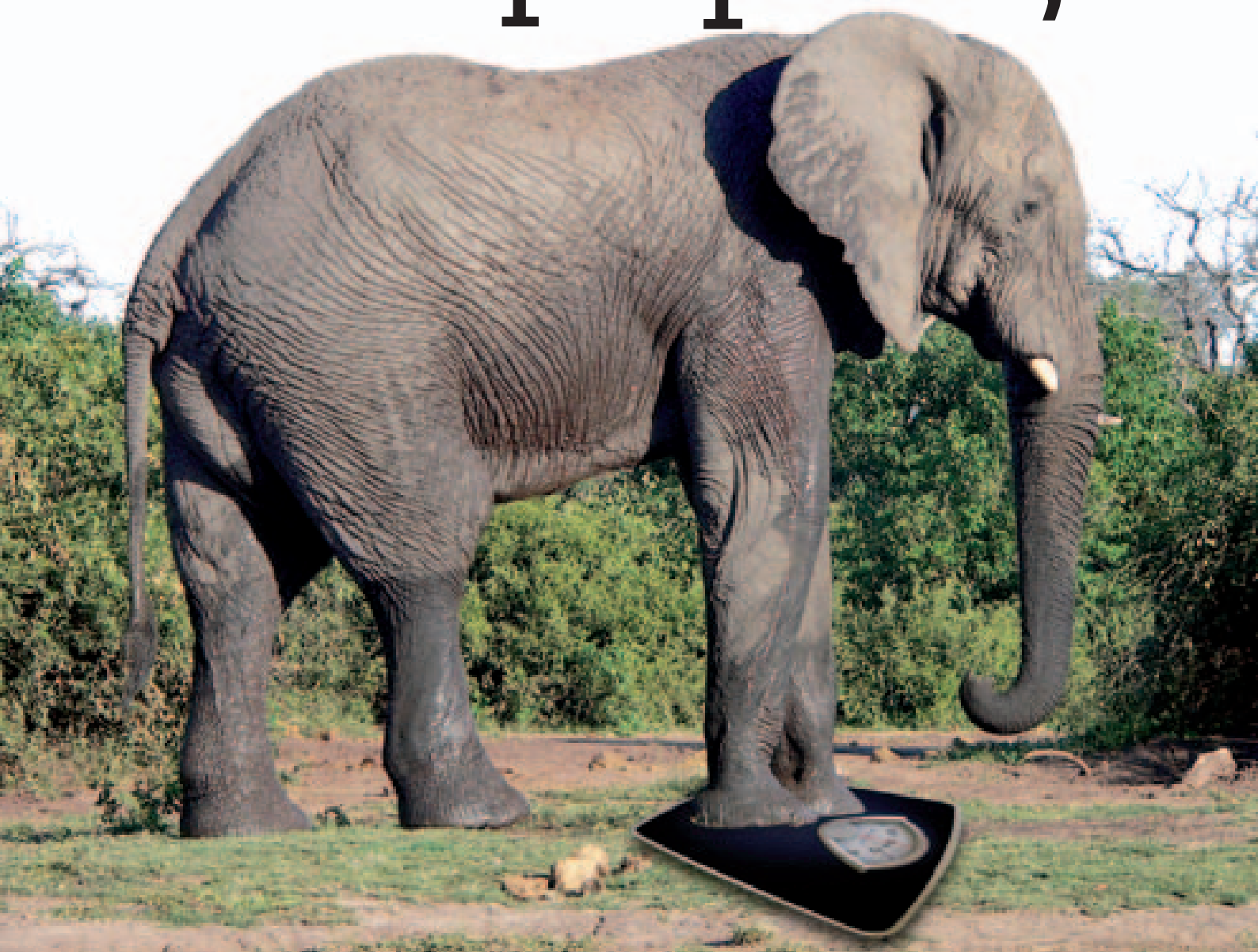
Στον υπολογισμό της Δημόσιας Φαρμακευτικής Δαπάνης, εκτιμήθηκε η δαπάνη του Οίκου του Ναύτου για το 2004, λόγω έλλειψης στοιχείων.

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Κυριάκος Σουλιώτης είναι Λέκτορας της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου (Κόρινθος). Επιπλέον διδάσκει μαθήματα σχετικά με την πολιτική και οικονομία της υγείας στην Ιατρική Σχολή του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, στην Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Κρήτης και στην Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας. Έχει διατελέσει διευθυντικό στέλεχος σε φορείς παροχής υπηρεσιών υγείας (Ομίλος Βιοϊατρική, Γνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο, ΜΗΤΕΡΑ κ.ά.) και Επιστημονικός Σύμβουλος στη Διοίκηση του ΙΚΑ και στο Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας. Έχει συγγράψει 15 επιστημονικά βιβλία και περισσότερα από 70 άρθρα σε συλλογικούς τόμους και επιστημονικά περιοδικά στα πεδία της πολιτικής και της οικονομίας της υγείας και της οργάνωσης και διοίκησης των υπηρεσιών υγείας.

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Μια αγορά βάρους



ΓΙΑ ΤΟ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ

Η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής για το αδυνάτισμα το 2009 ήταν από τις πλέον δυναμικές αυτής της κατηγορίας. Η άνοδος εξηγείται από το μέγεθος της παχυσαρκίας στην Ελλάδα, την έντονη διαφημιστική καμπάνια των προϊόντων αυτής της υποκατηγορίας, αλλά και γενικά θα έλεγε κανείς ότι αποδίδεται και στην εξέλιξη της κουλτούρας του καταναλωτή να εμπιστεύεται πλέον τα συμπληρώματα διατροφής.

Ηδη από το 2008 αυτή η κατηγορία ξεχώρισε στα μερίδια της ανάμεσα στη συνολική αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής, κυρίως λόγω του πλήθους των νέων λανσαρισμάτων. Το 2008 η συνολική αγορά ήταν 605.000 τεμάχια, ενώ το 2009 έφθασε στα 659.000 τεμάχια, δηλαδή αύξηση 9,1%. Σε αξίες έφθασε το 2009 τα 13,3 εκατ. ευρώ από τα 11,3 εκατ. ευρώ του 2008, μια αύξηση της τάξης του 8,4%.

Οι ανοιξιάτικοι μήνες και οι πρώτοι καλοκαιρινοί αποτελούν την κορύφωση των πωλήσεων για τα συγκεκριμένα προϊόντα, με ένα ποσοστό της τάξης του 60% στον

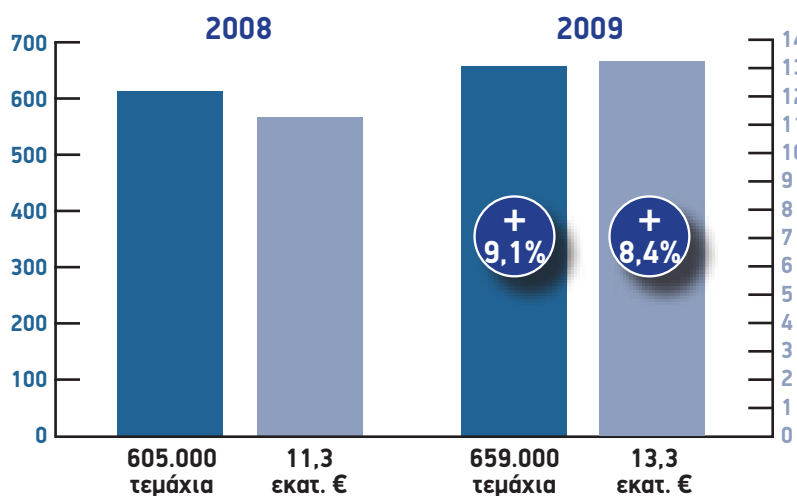
ετήσιο τζίρο να πραγματοποιούνται αυτή την εποχή.

«Η διαφήμιση στα MME αποτελεί σίγουρα ένα πολύ σημαντικό εργαλείο προώθησης για τα συμπληρώματα διατροφής για τον έλεγχο του βάρους, καθώς θεωρούνται σχετικά με τα υπόλοιπα συμπληρώματα διατροφής περισσότερο life style καταναλωτικά προϊόντα», μας λέει η **κ. Μαίρη Γιαννίκη, Marketing Manager της ISO-PLUS**. «Πρωταρχική σημασία όμως για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη των πωλήσεων έχει το ίδιο το προϊόν. Η ποιότητα, η συνέπεια, η αποτελεσματικότητα, η καινοτομία του brand, οδηγούν στην ικανοποίηση του πελάτη, σε έναν αφοσιωμένο καταναλωτή, στη διά στόματος διαφήμιση, στην καλή φήμη».

Από το **Marketing** της εταιρείας **Σαράντης ABEE** που εκπροσωπεί τις μάρκες **Lanes, Ortis** και **Oenobiol**, επισημαίνουν: «Ο γιατρός ή ο διαιτολόγος ως σημαντικοί opinion leaders της αγοράς των συμπληρωμάτων διατροφής μπορούν ασφαλώς να επηρεάσουν θετικά την αγορά. Οι γιατροί συνήθως συνιστούν προϊόντα που είναι συνταγογραφούμενα και περιέχουν φαρμακευτικές ουσίες, π.χ. Xenical και λιγότερο συμπληρώματα διατροφής. Όσο για τους διαιτολόγους, περισσότερο επηρεάζουν την κίνηση συγκεκριμένων σκευασμάτων, που γίνονται trend για κάποιο διάστημα, π.χ. Σπιρουλίνα και λιγότερο συμπληρωμάτων διατροφής για το αδυνάτισμα».

ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΠΟΛΛΑ ΥΠΟΣΧΟΜΕΝΑ

Με υποσχέσεις για απώλεια λίπους, επαναδιαμόρφωση της σιλουέτας, αποτοξίνωση του οργανισμού, μείωση της κατακράτησης υγρών και μείωση της κυτταρίτιδας, όλα τα προϊόντα αυτής της κατηγορίας προσπαθούν να περιχαρακώσουν την αξιοπιστία τους. Αν' ό,τι φαίνεται



Πηγή: εταιρείες

[ΜΗ ΧΑΣΕΤΕ ΤΗΝ ΕΥΚΑΙΡΙΑ!]

Προβολή σε συνεχή βάση

Ειδικά συμπληρώματα διατροφής, υποκατάστατα γεύματος, προϊόντα φυτοθεραπείας που βοηθούν στην απώλεια βάρους κ.ο.κ. Όλα αυτά θα πρέπει τώρα την άνοιξη να προβληθούν σε έναν ιδιαίτερο χώρο στο φαρμακείο με μεγάλη δυναμική προσβασιμότητας από τον καταναλωτή. Παράλληλα, ο φαρμακοποιός και η ομάδα του πρέπει να αναπτύξουν ενεργό ρόλο στο να συστήνουν τα συγκεκριμένα προϊόντα, καθώς οι καταναλωτές επιζητούν και λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τη γνώμη του ειδικού. Ας γίνει συνείδηση ότι εμβαδύνοντας στις συγκεκριμένες ανάγκες του κάθε πελάτη, συστήνοντας το κατάλληλο προϊόν-λύση και δίνοντας ταυτόχρονα συμβουλές για τον τρόπο ζωής και διατροφής του, τότε θα κερδίσετε την εμπιστοσύνη και την πιστότητά του. Και πάνω απ' όλα, εμπιστευτείτε προϊόντα εταιρειών με παράδοση στο χώρο, καθώς αυτά μπορούν να εγγυηθούν την αποτελεσματικότητα που προσδοκούν οι πελάτες σας.

διανύουν συνήθως μια μικρή περίοδο ζωής όχι πάνω από 2 έτη, όπως συμβαίνει και με τα τοπικά προϊόντα για την κυτταρίτιδα.

Ο καταναλωτής κάθε χρόνο αναζητά την καινοτομία, το κάτι επιπλέον και έτσι μια μάρκα για να διατηρηθεί πραγματικά χρειάζεται την είσοδο νέων προϊόντων και παράλληλα σημαντικές επενδύσεις επικοινωνίας.

Ένα είναι δεδομένο σήμερα και ας το λάβουν σοβαρά υπόψη τους οι μάρκες: Δεν υπάρχει προϊόν θαύμα στο αδυνάτισμα! Και οι σύγχρονοι και καλά πληροφορημένοι καταναλωτές το γνωρίζουν. Γι' αυτό και δεν πείθονται εύκολα. Είναι καλύτερα να λέμε πιο πραγματικά, πιο ρεαλιστικά μηνύματα από υπερφίαλα.

«Ιδιαίτερα στο φαρμακείο ας περάσουμε από ένα αδυνάτισμα ομορφιάς σε ένα αδυνάτισμα υγείας»

Η κ. Μαίρη Γιαννίκη μας λέει πως «οι καινοτομίες, η έρευνα και η ανάπτυξη, οι νέες προτάσεις είναι απαραίτητα στοιχεία ενός brand για να συνεχίσει να παραμένει επίκαιρο, κλασικό αθλή και νέο. Στην αγορά κυκλοφορούν πολλά προϊόντα, το καθένα από τα οποία δίνει είτε διαφορετικές υποσχέσεις, είτε τις ίδιες αθλή με διαφορετικό τρόπο. Για να είναι ο καταναλωτής ικανοποιημένος θα πρέπει το προϊόν να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες που του δημιουργεί η επικοινωνία του και η διαφήμισή του. Ο καταναλωτής των προϊόντων της ISO-PLUS αθλή και της SOLGAR ειδικότερα, είναι ικανοποιημένος και αυτό αποδεικνύεται από τις σταθερά αυξανόμενες πωλήσεις και τα εκατομμύρια αφοσιωμένους καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο. Είναι σημαντικό η πώληση να βασίζεται κατ' αρχήν στην επιστημονική γνώση και όχι σε υπερβολές, τεχνάσματα και κούφιες υποσχέσεις».

Σε αυτό το επίμαχο σημείο της αξιοπιστίας και της αποτελεσματικότητας των συμπληρωμάτων διατροφής για το αδυνάτισμα, η κυρία **Ελένη Αθανασοπούλου, Marketing Manager** της εταιρείας **Douni Health Products**, επισημαίνει: «Για να παραμείνει μια μάρκα ενεργή στην αγορά, είτε χρειάζεται συνεχώς ανανεώσεις για να δίνει πάντα κάτι καινούριο, είτε τα προϊόντα της να πραγματο-

ποιούν αυτά που υπόσχονται. Θα πρέπει να πληροφορεί τον καταναλωτή για τα πλεονεκτήματα και τη σωστή χρήση του προϊόντος, χωρίς να παραπληροφορεί και χωρίς να δημιουργεί λάθος προσδοκίες. Για να κερδίσει ένα τέτοιο προϊόν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο το πώς χρησιμοποιείται και πώς επιτυγχάνονται τα επιθυμητά αποτελέσματα. Πιστεύω ότι οι καταναλωτές είναι "σχετικά" ικανοποιημένοι από τη χρήση συμπληρωμάτων για το αδυνάτισμα. Θεωρώ όμως ότι είναι πολύ λίγα τα brands που εξηγούν πραγματικά πώς λειτουργούν τα συστατικά τους. Η περίπτωση του Dietrim είναι από τις λίγες που ο χρήστης γνωρίζει ότι για να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, πρέπει η χρήση του προϊόντος να συνδυαστεί με σωστή διατροφή και άσκηση. Επίσης, το Dietrim δεν υπόσχεται άμεση απώλεια κιλών, άλλα προσπαθεί να βάλει το χρήστη σε μια διαδικασία να προσέχει ολοκληρωμένα το σώμα του. Το αποτέλεσμα αυτής της επικοινωνίας είναι η επέκταση του κύκλου ζωής του προϊόντος από 2 σε 5 επιτυχημένα χρόνια κυκλοφορίας».

Και το Marketing της Σαράντης ΑΒΕΕ συμπληρώνει εδώ: «Πολλοί καταναλωτές βλέπουν τα συγκεκριμένα προϊόντα ως σανίδα σωτηρίας, όταν άλλες μέθοδοι αδυνατίσματος δεν έχουν επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η πραγματικότητα είναι ότι τα συμπληρώματα διατροφής για το αδυνάτισμα είναι αποτελεσματικά όταν η χρήση τους είναι συστηματική και συνδυάζεται με την εφαρμογή δίαιτας και άσκησης. Η μη συστηματική χρήση αναμφισβήτητα μειώνει την αποτελεσματικότητά τους».

Η ΑΠΕΙΛΗ ΣΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΑΛΛΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Κυρίως το internet καθώς και η πώληση «door to door» φαίνονται να κερδίζουν έδαφος κάθε χρόνο σε αυτή την αγορά. Αυτός ο κίνδυνος απειλεί το φαρμακείο. Τι πρέπει να κάνει λοιπόν ο φαρμακοποιός και οι εταιρείες - συνεργάτες του για να τον αντιμετωπίσουν; «Ο φαρμακοποιός πρέπει να παραμείνει πάντα κοντά



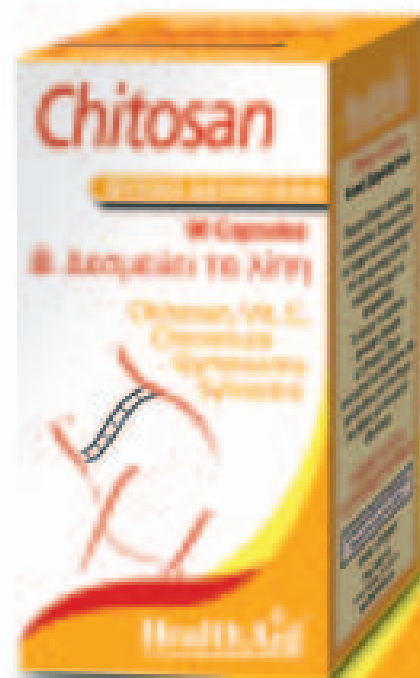
**Παρακά(μ)ψτε
τα λιπαρά
χωρίς
να τα στερηθείτε!**

Chitosan της HealthAid

Διασώζει τα λίπη για φυσικό αδυνάτισμα

- Το **Chitosan** δεσμεύει τα λιπαρά των τροφών «μαγνητίζοντας» τα μόρια του λίπους και τα αποβάλλει πριν την αφομοίωση και την αποθήκευσή τους προστατεύοντας τον οργανισμό από τις ανεπιθύμητες θερμίδες.
- Περιέχει **Γλυκισμένο Ξηρόσπορο**, **Βιταμίνη C** και **Ψευδάργυρο** που ενισχύουν τη δράση του και διεγείρουν τη φυσική διαδικασία καύσης λιπών για γρήγορο αδυνάτισμα.
- Μόνο με το **Chitosan** της Health Aid και τη συνεργιστική δράση των διατροφικών συστατικών του πετυχαίνετε φυσικό αδυνάτισμα. Με συνεχή χρήση διατηρείτε τη γραμμή σας ενώ απολαμβάνετε τις αγαπημένες σας τροφές χωρίς τύψεις ότι χαλάσατε τη διαίτα σας.

Health Aid Nutritional Supplements - Made in England - A.K. ED# 29850/13-05-05



PHARMA CENTER

Προϊόντα Φαρμακείου

Τηλ.: 210-9604511,
www.pharmacenter.gr

HealthAid

[MERCHANDISING]

6 συμβουλές για μια πετυχημένη προβολή

- 1** Τοποθετείστε τα συμπληρώματα διατροφής στο κέντρο της ραφιάρας ή της γόνδολλας που απευθύνεται γενικά στο αδυνάτισμα
- 2** Δημιουργήστε μια μόνιμη ραφιάρα ή μια μόνιμη γόνδολλα όλο το χρόνο, αφιερωμένη στην απώλεια βάρους
- 3** Συνδυάστε προϊόντα με διαφορετικές δράσεις: Μείωση της όρεξης (αίσθηση κορεσμού), ενεργοποίηση μεταβολισμού, ενεργοποίηση λιπόλυσης, αποσυμφόρση ιστών από κατακράτηση νερού κ.λπ. Βάλτε μαζί και τα υποκατάστατα γεύματος, τα υποθερμιδικά ή τα υπερ-πρωτεϊνούχα προϊόντα ακόμη και τις κρέμες για την κυτταρίτιδα
- 4** Τοποθετήστε θετικά γραπτά μηνύματα. Για παράδειγμα, αντί της λέξης «παχυσαρκία» γράψτε «ληπτή σιλουέτα» ή «χάστε εύκολα τα περιττά σας κιλά»
- 5** Συνδυάστε το merchandizing με συμβουλές σωστής διατροφής
- 6** Η συμπληρωματική σας πρόταση βελτιώνει αποδεδειγμένα τον τζίρο σας κατά 30%

στον πελάτη του. Να είναι ενημερωμένος σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στον κλάδο των συμπληρωμάτων διατροφής. Να έχει τη γνώση να απαντήσει σχετικά με παρενέργειες, συνέργιες, αντενδείξεις. Να μπορεί να συμβουλευθεί ατομικά τον κάθε πελάτη του ανάλογα με τις ανάγκες του. Αυτή η διαπροσωπική σχέση με το φαρμακοποιό εφόσον αναπτυχθεί, είναι αναγκαία και δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να καλυφθεί από το internet ή άλλα κανάλια διανομής», τονίζει η κ. Μαίρη Γιαννίκη.

Και η κυρία Ελένη Αθανασοπούλου συμπληρώνει: «Θα πρέπει ο φαρμακοποιός να ενισχύσει την αξιοπιστία του φαρμακείου ως σημείου πώλησης τέτοιων προϊόντων, δίνοντας σωστές και αξιόπιστες πληροφορίες για κάθε προϊόν που προτείνει. Επίσης θα πρέπει να εξετάζει προσεκτικά τις προδιαγραφές των προϊόντων που τοποθετεί στο φαρμακείο του, δίνοντας έμφαση στα συστατικά και τη λειτουργία τους στον οργανισμό. Η σχετική βιβλιογραφία σ' αυτή την περίπτωση είναι απαραίτητη. Η εταιρείες είναι υπεύθυνες να παρέχουν σωστή πληροφόρηση για τη δράση των συστατικών και να προειδοποιούν για πι-

θανούς κινδύνους από λάθος χρήση ή χρήση συστατικών με μη τεκμηριωμένη δράση».

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΠΕΛΑΤΕΙΑ ΣΑΣ

Συμπληρώματα διατροφής με στόχο το αδυνάτισμα χρησιμοποιούν κυρίως γυναίκες καταναλήτριες, 25-45 ετών, οι οποίες έχουν εφαρμόσει ποικίλες μεθόδους αδυνατίσματος και διαρκώς αναζητούν το ΝΕΟ. Είναι άτομα μέσης και ανώτερης κοινωνικο-οικονομικής τάξης, με παράλληλες δραστηριότητες και ενδιαφέροντα, που είτε αθλούνται, είτε εργάζονται, είτε είναι στο σπίτι για την ανατροφή των παιδιών αλλά βρσκουν το χρόνο και τη διάθεση ν' ασχοληθούν με τον εαυτό τους, την υγεία και ευεξία τους. Το ευρύτερο κοινό διαφοροποιείται ηλικιακά και περιλαμβάνει γυναίκες από 18 έως 60 ετών. Επίσης, δευτερεύον κοινό είναι και άνδρες από 20 έως 45 ετών μέσης και ανώτερης κοινωνικής και οικονομικής τάξης και μόρφωσης.

«Βέβαια», τονίζει η κ. Μαίρη Γιαννίκη, «όπως σε όλες τις κατηγορίες καταναλωτικών προϊόντων, έτσι και στα συμπληρώματα διατροφής για τον έλεγχο του βάρους, υπάρχουν διαφοροποιήσεις στο καταναλωτικό κοινό ανάλογα με το εκάστοτε brand».

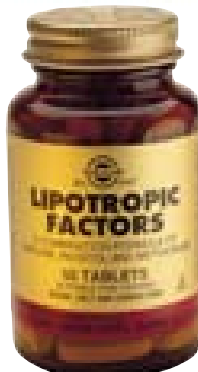
ΟΙ ΜΑΡΚΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥΣ

Η εταιρεία **ISO-PLUS ΑΕ** μέσω του σήματος **SOLGAR** που αντιπροσωπεύει στην ελληνική αγορά, προτείνει για τον έλεγχο του βάρους δύο προϊόντα: το **Solgar Lipotropic Factors** και το **Tonalin® CLA**.

Το Solgar Lipotropic Factors είναι ένας συνεργιακός συνδυασμός τριών φυσικών συστατικών: χολλίνης, ινοσιτόλης και L-μεθειονίνης. Βοηθά στη διάσπαση, το κάψιμο και την απομάκρυνση του λίπους, στην πρόληψη της συσσώρευσης του στο ήπαρ, στον έλεγχο της χολληστερίνης και στον έλεγχο του βάρους του σώματος.

Το Tonalin® CLA της Solgar είναι η ποιοτικότερη μορφή CLA, χωρίς συντηρητικά και συνθετικές ουσίες, μία σύνθεση η οποία προστατεύεται από τέσσερις πατέντες των Ηνωμένων Πολιτειών και έχει παρασκευασθεί σύμφωνα με κλινικές έρευνες σε ανθρώπους. Παράγεται από έλαιο σπόρων καρθαμέλαιου και είναι ένα συμπλήρωμα που μπορεί να βοηθήσει στη μείωση του αποθηκευμένου υποδόριου λίπους και στον έλεγχο του βάρους, ενώ παράλληλα δρα θετικά στη διατήρηση του μυϊκού ιστού. Αν συνδυαστεί με συστηματική άσκηση και υγιεινή διατροφή, το φυσικό αυτό σκεύασμα θα μπορούσε να μεγιστοποιήσει τα οφέλη σε:

- Άτομα που επιθυμούν να χάσουν σωματικό λίπος και ταυτόχρονα να διατηρήσουν το μυϊκό ιστό του σώματος τους.



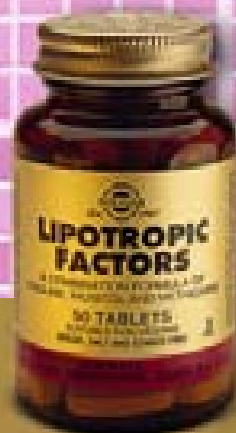


ΓΥΡΙΣΤΕ ΣΤΑ ΠΑΛΙΑ ΣΑΣ ΚΙΛΑ.



ΦΥΣΙΚΟ ΛΙΠΟΔΙΑΛΥΤΙΚΟ
SOLGAR LIPOTROPIC FACTORS

ΒΡΕΙΤΕ ΞΑΝΑ ΤΟΝ ΠΙΟ ΑΔΥΝΑΤΟ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ.



ΑΘΗΝΑ: ΤΗΛ.: 210 9579 707, FAX: 210 9572 169
 e-mail: info@iso-plus.gr, www.iso-plus.gr

ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ αγορά συμπληρώματα διατροφής για το αδυνάτισμα

- Άτομα που επιθυμούν απώλεια και έλεγχο του βάρους τους
- Αθλητές και ασχολούμενους με φυσική κατάσταση, μυϊκή ανάπτυξη και σωματοδόμηση.

«Και για τα δύο προϊόντα της Solgar», μας λέει η κυρία κ. Μαίρη Γιαννίκη, «πραγματοποιούνται προωθητικές ενέργειες τόσο στα ΜΜΕ (καταχωρήσεις σε περιοδικά του κοινού, ένθετα εφημερίδων, free press έντυπα) όσο και στο χώρο του φαρμακείου και τα κλαδικά και πιο εξειδικευμένα έντυπα. Ταυτόχρονα, ειδικά για το Lipotropic Factors, τον Μάιο και Ιούνιο του 2009 πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία τηλεοπτική καμπάνια. Η συνδυασμένη επικοινωνία / διαφήμιση του προϊόντος στην τηλεόραση, στα περιοδικά αθλά και στο χώρο πώλησης, με βιτρίνες, stand, πανκάρτες και ψηφιακή σήμανση στις οθόνες των φαρμακείων, επέφερε άμεσα εντυπωσιακά αποτελέσματα στις πωλήσεις του. Ταυτόχρονα, οι πωλήσεις διατηρήθηκαν υψηλά λόγω της εξαιρετικής ποιότητας και συνέπειας του Brand Solgar. Ταυτόχρονα, μέσα στο 2009 η ISO-PLUS AE ενίσχυσε ακόμα περισσότερο το τμήμα των ιατρικών επισκεπτών, επενδύοντας σε επιπλέον εξειδικευμένα στελέχη με εμπειρία, γνώση και αγάπη για το χώρο των συμπληρωμάτων διατροφής».

Από την **Pierre Fabre** και τη γνωστή και καταξιωμένη στο αδυνάτισμα μάρκα **Elancyl**, το συμπλήρωμα διατροφής **Global Silhouette**, αποτελεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα «όλα σε 1» για αδυνάτισμα εκ των έσω. Περιέχει στη συσκευασία του 2 μοναδικές συνθέσεις 100% φυτικές. Κάθε πρωί και για 14 ημέρες, διαλύουμε 10 ml σε 1 ποτήρι νερό, από το αποσυμφορητικό διάλυμα, που περιέχει ένα μοναδικό συνδυασμό φυτικών συστατικών από μίσχο κερασίου, ρίζες τσουκνίδας και couch-grass, φύλλα Maté και κόκκινο σταφύλι. Το βράδυ λαμβάνουμε ως έχει ή αναμειγμένο σε γιαούρτι, 1 φακελάκι σκόνης ενός γραμμαρίου, Συζευγμένου Λι-

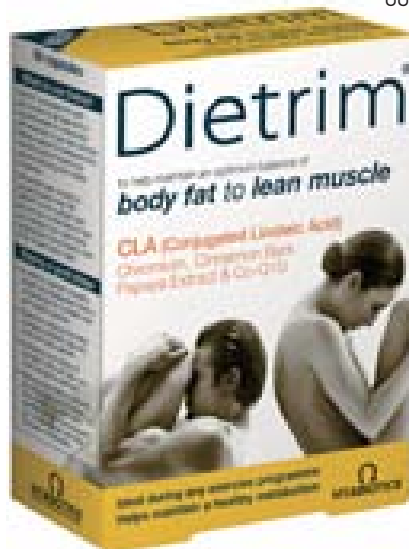


νοϊκού Οξέος (CLA), από έλαιο καρθάμου, το οποίο κατευθύνει το λίπος προς τον μυϊκό ιστό, ενώ εμποδίζει την αποθήκευσή του από τα λιποκύτταρα. Σε 14 ημέρες το Global Silhouette, αποσυμφορεί, σμιλεύει και επαναδιαμορφώνει τη σιλουέτα. Σε 28 ημέρες επιτυγχάνεται μέγιστη μείωση στην περιφέρεια της μέσης 5,6* εκ και στην περιφέρεια των γοφών 3,9* εκ.

* Πηγή: διπλή τυφλή μελέτη vs placebo σε 59 γυναίκες υπό την επίβλεψη διαιτολόγου.

Οι ενέργειες επικοινωνίας του προϊόντος ιδιαίτερα στο φαρμακείο επικεντρώνονται σε: Διπλή συσκευασία Global Silhouette για 28 ημέρες αγωγής με 50% έκπτωση στο δεύτερο προϊόν, αυτοκόλλητο βιτρίνας και εβδομάδα ενημέρωσης κοινού. Παράλληλα, το προϊόν διαφημίζεται στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο καθώς και στο ελληνικό site Elancyl.

Η εταιρεία **Douni Health Products** προτείνει το **Dietrim** της **Vitabiotics**, ένα συμπλήρωμα διατροφής με βασικό συστατικό το Tonalin CLA και 25 επιπλέον βιοδραστικά συστατικά. Τα συστατικά του



Dietrim μπορούν, σε συνδυασμό με καλή διατροφή και άσκηση, να συμβάλουν στην κατάκτηση ενός καλλίγραμμου σώματος.

Η μορφή CLA, Tonalin CLA, έχει ερευνηθεί περισσότερο με κλινικές έρευνες για τα θετικά της αποτελέσματά στον έλεγχο του σωματικού λίπους. Το Dietrim παρέχει 1600mg Tonalin CLA/μέρα, ιδιαίτερα αποτελεσματική δόση όπως έχει αποδειχθεί από τις έρευνες Mougios et al., 2001. και Thom et al., 2001.

Ο συνδυασμός των συστατικών του Dietrim αντιμετωπίζει ολοκληρωμένα το πρόβλημα του ελέγ-

χου βάρους με 5 στοχευμένες δράσεις:

- Μείωση λίπους και τόνωση μυϊκού ιστού (Tonalin CLA)
- Ενεργοποίηση του μεταβολισμού και έλεγχος της όρεξης (ιοδίνη και χρώμιο)
- Απελευθέρωση ενέργειας (βιταμίνες B και συνένζυμο Q10)
- Σωστή διάσπαση πρωτεϊνών και υποστήριξη του μυϊκού ιστού (εκχύλισμα παπάγιας)
- Πλήρης διατροφική υποστήριξη και αντιοξειδωτική προστασία κατά τη διάρκεια προγράμματος άσκησης και διαίτας, με 26 βιοδραστικά συστατικά (βιταμίνες, ινχ-στοιχεία και αντιοξειδωτικά).

Η προώθηση του Dietrim επικεντρώνεται σε Stand πάγκου 6 τεμαχίων, ενημερωτικό φυλλάδιο καταναλωτή, Backlit, αφίσα και βιτρίνα, διαφημιστική καμπάνια σε έντυπα και ραδιόφωνο καθώς και PR καμπάνια.

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

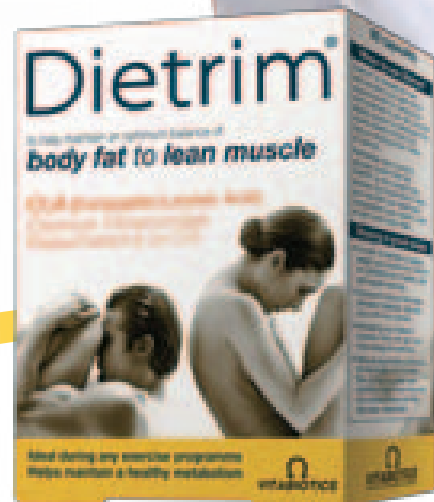
Ιδανικό για όσους ακολουθούν οποιοδήποτε πρόγραμμα άσκησης και επιθυμούν γρήγορη καύση λίπους και γράμμωση μυών

Tonalin CLA

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



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



ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ αγορά συμπληρώματα διατροφής για το αδυνάτισμα

Η εταιρεία **Σαράντης ABEE** προτείνει:

1. Από τη μάρκα **Lanes**, το **Go Thin LECITHIN**. Πρόκειται για το νέο 100% φυσικό αδυνατιστικό προϊόν της LANES σε κάψουλες τριπλής σύνθεσης που περιέχουν ληκιθίνη, CLA και πράσινο τσάι, για τριπλό αποτέλεσμα: Καύση λίπους, καύση θερμίδων και μείωση πόντων. Επιπλέον, στην ίδια συσκευασία συνδυάζει τις πολυβιταμίνες Multies Classic, οι οποίες χαρίζουν στον οργανισμό την ευεξία, την υγεία και την ενέργεια που χρειάζεται κατά την περίοδο της δίαιτας.

2. Από τη μάρκα **OENOBIOI**, τη No1 μάρκα συμπληρωμάτων διατροφής για την ομορφιά στη Γαλλία, προτείνεται το **Top Slim**, ένα νέο καινοτόμο αδυνατιστικό προϊόν σε μορφή σκόνης (φακελίσκοι ημερήσιας δόσης), που διαλύεται στο νερό δημιουργώντας ένα πολύ ευχάριστο ρόφημα, με γεύση βατόμουρο, με κλινικά αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα στην καύση θερμίδων. Επίσης, το **Oenobiol Remodelant**, φυσικό συμπλήρωμα διατροφής, ιδανικό για το τοπικό πάχος, καθώς βοηθά στην απώλεια έως και 5cm στην περιοχή της μέσης σε μόλις 6 εβδομάδες. Μειώνει το μέγεθος των λιποκυττάρων κατά 29% και συμβάλλει στην απώλεια τοπικού πάχους στην περιοχή της κοιλιάς, των γοφών και των μηρών.

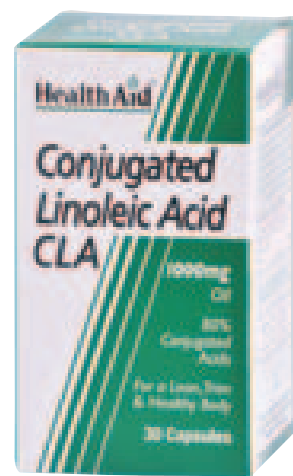
3. Από τη μάρκα **Ortis**, το **MethoDraine DETOX Express**, 100% βιολογικό προϊόν που επιτυγχάνει αποτελεσματική αποτοξίνωση του οργανισμού σε μόλις 7 ημέρες. Διατίθεται σε αμπούλες αγωγής 7 ημερών. Δρα από την 1^η ημέρα προσφέροντας καλύτερη υγεία και ταυτόχρονα προετοιμάζοντας για αγωγή αδυνατίσματος.



Οι ενέργειες επικοινωνίας που εφαρμόζονται γι' αυτά τα προϊόντα είναι:

- Τηλεοπτικές καμπάνιες
- Καταχωρήσεις στον Τύπο (και στο φαρμακευτικό)
- Ενέργειες προώθησης μέσα στο χώρο των φαρμακείων, π.χ. με προβολές και προωθήτριες, με χρήση εργαλείων όπως ψηφιακές οθόνες κ.λπ.
- Χρήση άλλων προωθητικών υλικών, όπως stands, καρτοθίνες, sell-out stands
- Διανομή εντύπων και δειγμάτων
- Παροχή δώρων προς τους φαρμακοποιούς
- Διεξαγωγή διαγωνισμών.

Από την εταιρεία **Pharma Center AE** προτείνεται το **Conjugated Linoleic Acid - CLA 1000mg** της μάρκας **Health Aid**, ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής που βοηθά τον οργανισμό στη γρήγορη καύση του λίπους και στην αύξηση του μυϊκού τόνου. Έχει αντιοξειδωτικές ιδιότητες και σε συνδυασμό με ήπια άσκηση και υγιεινή διατροφή, είναι ιδανικό για



τη διατήρηση λεπτού, σφικτού και καθοσχηματισμένου σώματος.

Παράλληλα, η μάρκα προτείνει το **CELLUSITE**, με 100% φυσική σύνθεση που δρα άμεσα και αποτελεσματικά και απομακρύνει τις τοξίνες από τον οργανισμό, βελτιώνει τη μικροκυκλοφορία και έτσι βοηθά στην εξάλειψη του «φλοιού πορτοκαλιού» από το δέρμα, κάνοντάς το σφριγηλό, λείο και απαλό. Παράλληλα, προάγει όλες τις μεταβολικές λειτουργίες, συμβάλλει στην καύση των λιπών και μειώνει την κατακράτηση υγρών, με αποτέλεσμα να αφαιρεί το συσσωρευμένο τοπικό πάχος από μηρούς και γλουτούς για ιδανικές αναλογίες και τέλειο σώμα.



Η εταιρεία **Κώστας Παπαέλληνας AEBE** παρουσιάζει το **KILOKILLER**, ένα δραστικό φυσικό συμπλήρωμα διατροφής το οποίο συμβάλλει στην καύση του λίπους ολόκληρο το 24ωρο. Στηρίζεται στο «χρονοβιολογικό αδυνάτισμα», στον τρόπο δηλαδή με τον οποίο ο οργανισμός μας αφομοιώνει τις τροφές. Γι' αυτό και το προϊόν δρα και στις 3 φάσεις της ημέρας: Πρωί (απομακρύνει το λίπος), μεσημέρι (περιορίζει την απορρόφηση

Ο ειδικός στις βιταμίνες

NEO



Go Thin LECITHIN

Αδυνάτισμα, Φυσικά όμορφο σώμα

Η Lanes σας παρουσιάζει τη νέα ολοκληρωμένη πρόταση για άμεσο και αποτελεσματικό αδυνάτισμα!

Το **Go Thin Lecithin** είναι ένα **100% φυσικό συμπλήρωμα διατροφής**, το οποίο σε μια μόνο κάψουλα συγκεντρώνει **3 αποτελεσματικά συστατικά**, επιτυγχάνοντας **τριπλή δράση** στο αδυνάτισμα:

- **Λεκιθίνη** από σόγια πιστοποιημένης προέλευσης, η οποία αποτρέπει τη συσσώρευση του διατροφικού λίπους στο σώμα.
- **Συζευγμένο λινολεϊκό οξύ (CLA)** από έλαιο καρθάμου για την μείωση του σωματικού λίπους και τη βελτίωση της σιλουέτας.
- **Πράσινο Τσάι** για ενεργοποίηση του μεταβολισμού που οδηγεί στην καύση θερμίδων.

Τώρα η Lanes συνδυάζει το **Go Thin Lecithin** με την **πλήρη πολυβιταμίνη Multies Classic**, χαρίζοντας στον οργανισμό την **υγεία**, την **ενέργεια** και την **ευεξία** που χρειάζεται, εξασφαλίζοντας πλήρη διατροφική κάλυψη κατά τη διάρκεια της δίαιτας.



- 1 Καύση λίπους
- 2 Μείωση πόντων
- 3 Καύση θερμίδων
- 4 Ενέργεια & Ευεξία

Go Thin Lecithin
1 κάψουλα με το πρωινό,
2 με το μεσημεριανό
& 2 με το βραδινό

Multies Classic
1 ταμπλέτα την ημέρα.

Χάστε κιλά. Νιώστε υγιείς. Φυσικά!

Χ.Τ.: 26,50€
Π.Λ.Τ.: 39,00€

Χάστε κιλά. Νιώστε υγιείς. Φυσικά!

ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ αγορά συμπληρώματα διατροφής για το αδυνάτισμα



του λίπους), βράδυ (καίει το λίπος).

Η μορφή του προϊόντος είναι αναβράζουσες ταμπλέτες σε 3 υπέροχες γεύσεις φρούτων, ενώ η συσκευασία περιλαμβάνει αγωγή 14 ημερών.

Ειδικά για τους άνδρες, υπάρχει το **KILOKILLER men**,

για αδυνάτισμα στην περιοχή της κοιλιάς (το γνωστό σωσίβιο), με φυσικά δραστικά συστατικά για μεγιστοποίηση του αποτελέσματος: Χρώμιο (μείωση της όρεξης), ιώδιο (ενεργοποίηση του βασικού μεταβολισμού), CLA (επιτάχυνση του μεταβολισμού), HCA (υδροξυκυτρικό οξύ για καύση του λίπους), ίζημα σταφυλίου (βελτίωση της κυκλοφορίας / απομάκρυνση του λίπους). Μία κάψουλα την ημέρα με το πρωινό γέυμα, για 20 ημέρες είναι αρκετή για να «εξαφανιστεί» το σωσίβιο στην περιοχή της κοιλιάς.

Τα KiloKiller λαμβάνοντας υπόψη τη γενικότερη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών ως προς την τιμή, κυκλοφορούν σε προσφορά 2+1 δώρο. Αγοράζοντας οποιονδήποτε συνδυασμό προϊόντων, το τρίτο προϊόν δίνεται στον καταναλωτή εντελώς δωρεάν. Για την προβλεπόμενη των προϊόντων στο φαρμακείο υπάρχουν διαθέσιμα displays που ενημερώνουν τον καταναλωτή για την προσφορά (2+1 δώρο), αλλά και αυτοκόλλητα βιτρίνας. Ταυτόχρονα, η επικοινωνία που θα γίνει στα ΜΜΕ είναι αυτή που θα βοηθήσει στην πιο γρήγορη εκπαίδευση του καταναλωτικού κοινού.



Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η αγορά είναι ευρέως αναπτυσσόμενη τα τελευταία χρόνια και εξακολουθεί να αναπτύσσεται. Η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργεί αδιαμφισβήτητες ευκαιρίες για την αγορά αυτή, καθώς ευνοεί τη δημιουργία καινοτόμων συνθέσεων και συστατικών που αυξάνουν ή/και επισπεύδουν την αποτελεσματικότητα των προϊόντων. Ως κίνδυνος μπορεί να θεωρηθεί η οικονομική κρίση, καθώς τα συγκεκριμένα σκευάσματα είναι συνήθως υψηλής τιμής και ενδέχεται να επηρεαστούν από αυτήν. Αντίθετα όμως, η αύξηση της παχυσαρκίας στο δυτικό κόσμο αποτελεί ευκαιρία ανάπτυξης αυτής της κατηγορίας. Θα λέγαμε ότι η ανάπτυξη αυτής της αγοράς εξαρτάται κυρίως από τις ίδιες τις εταιρείες και τις ενέργειες επικοινωνίας τους, αλλά και σε ένα σημαντικό βαθμό από την ομάδα του φαρμακείου που θα πρέπει να φροντίσει τη σωστή προβολή αυτής της κατηγορίας.

«Η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής γενικά είναι σε άνοδο», μας λέει η κ. Μαίρη Γιαννίκη, «με τον καταναλωτή να αναζητά όλο και πιο φυσικές λύσεις για την αντιμετώπιση των καθημερινών του αναγκών / προβλημάτων. Όσο όμως εκπαιδεύεται ο καταναλωτής, θα έχει και μεγαλύτερες απαιτήσεις για προϊόντα με σωστή σχέση ποιότητας/τιμής. Και σε μία αγορά ιδιαίτερα ανταγωνιστική όπως αυτή, δυστυχώς ή ευτυχώς, θα επιβιώσουν αυτοί που πραγματικά έχουν την αξιοπιστία και τα προσόντα να υποστηρίξουν την παρουσία τους στον χώρο. Είναι σημαντικό επίσης ο φαρμακοποιός να σκέφτεται κι αυτός λίγο σαν καταναλωτής. Να δοκιμάζει, να ενημερώνεται, να είναι ανοιχτός στις προτάσεις των εταιρειών που προωθούν τα προϊόντα τους μέσα από το κανάλι διανομής φαρμακείο. Είναι οι συνεργάτες τους και μαζί μπορούν να μεγιστοποιήσουν τα θετικά αποτελέσματα. Είναι απαραίτητο παράλληλα να είναι και ο ίδιος ένας επιχειρηματίας, για να μπορεί να αντιλαμβάνεται τις τάσεις και να έχει πάντα τη διάθεση για επιμόρφωση, εκπαίδευση και νέες ιδέες».

Πάνω στο θέμα της ανάπτυξης αυτής της κατηγορίας, η κυρία Ελένη Αθανασοπούλου τονίζει: «Σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα, η κατηγορία θα συνεχίσει να υπάρχει στο φαρμακείο και έχει περιθώρια ανάπτυξης. Η παγκόσμια επιστημονική έρευνα για συστατικά που μπορεί να χρησιμοποιηθούν στο αδυνάτισμα είναι σε συνεχή εξέλιξη, οπότε νέα προϊόντα θα εισέρχονται στην αγορά. Επίσης, οι εταιρείες γνωρίζοντας την οικονομική δυνατότητα του συγκεκριμένου τομέα, θα συνεχίσουν να επενδύουν στη διαφήμιση, γεγονός που θα προκαλέσει περαιτέρω ανάπτυξη. Προσωπικά πιστεύω ότι ο κίνδυνος είναι η απαξίωση των συγκεκριμένων προϊόντων από τους καταναλωτές. Ο κίνδυνος αυτός είναι υπαρκτός όσο οι εταιρείες παραπληροφορούν, καθώς τα προϊόντα τους δημιουργούν προσδοκίες που δεν μπορούν να ικανοποιηθούν».

Πόπη Χαραμιά



ACUMIN

LOST

ΤΑ ΑΓΝΟΟΥΜΕΝΑ!

**ΧΑΣΤΕ 4,9 ΚΙΛΑ
ΚΑΙ 3 ΠΟΝΤΟΥΣ
ΣΕ 14 ΜΟΝΟ
ΗΜΕΡΕΣ**

KILOKILLER

το απόλυτο όπλο ενάντια στα περιττά κιλά
24ωρη δράση:

ΠΡΩΙ: Απομακρύνει το λίπος

ΜΕΣΗΜΕΡΙ: Περιορίζει την απορρόφηση του λίπους

ΕΡΩΣ: "Καίει" το λίπος, Καρβόλιπας Χάροντας!

KiLOKiLLER

Αναβόζουσε ταυηήτες σε 3 υπέροχες γούστες φρούτων



KiLOKiLLER

Το 24ωρο όπλο ενάντια στα περιττά κιλά

ΠΡΩΙ Απομακρύνει το λίπος

ΜΕΣΗΜΕΡΙ Περιορίζει την απορρόφηση του λίπους

ΕΡΩΣ "Καίει" το λίπος

ΑΠΟΒΛΗΤΙΣΜΑ



Nutrisante

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

2+1 ΔΩΡΟ



ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΑ / ΔΙΑΝΟΜΗ:

ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.Ε.

Τηλ.: 210 66 26 201-7 - www.costaspaellinas.gr



**ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ
IN-STORE
PROMOTION**
βάσει ετήσιου
επικοινωνιακού πλάνου



**ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ /
MERCHANDISING**
ξεκάθαρη εικόνα προϊόντων,
ενίσχυση αυθόρμητων αγορών



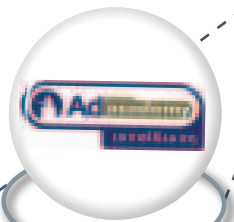
**ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ
ΜΕΣΩ REPORTS**
ξεκάθαρη εικόνα φαρμακείου



OWN PRODUCTS
ποιότητα, ανταγωνιστικές τιμές



**ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ**
σχεδιασμένο για τις ανάγκες
των φαρμακοποιών



**ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ-
eLEARNING:**
κατάρτιση, εξειδίκευση



**ΕΤΗΣΙΟ
BUSINESS PLAN**
στοχευμένες αγορές
και πωλήσεις



**ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ**



Το δίκτυο που υποσχέθηκε και υλοποιεί



Διαφοροποίηση



CARD' ADVANTAGE

ενίσχυση πιστότητας
και νέοι πελάτες



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

αναγνωρισιμότητα



ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΝΤΥΠΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

ενυπόγραφη συμβουλή,
επιστημονική γνώση



PORTAL

διαδικτυακή πύλη
υγείας & ευεξίας

Τα προβλήματα των δοντιών και του στόματος



Ένα υγιές και αστραφτερό χαμόγελο, μια ευχάριστη αναπνοή και μια άριστη οδοντοστοιχία, όχι μόνο κλέβουν τις εντυπώσεις αλλά αποτελούν και ένδειξη μιας καλής γενικής υγείας του ατόμου.

Κλειδί μιας τέτοιας επιτυχίας αποτελεί η πρόληψη.

Μελέτες δείχνουν ότι η καθημερινή φροντίδα και η πρόληψη αποτρέπει έως και 90% των παθήσεων των δοντιών και του στόματος.

Tόσο για την πρόληψη όσο και για την αντιμετώπιση κοινών καταστάσεων των δοντιών και του στόματος, η ομάδα του φαρμακείου έχει τον πρώτο λόγο. Πράγματι, διαθέτοντας προϊόντα υψηλών προδιαγραφών σε τιμές συγκρίσιμες με εκείνες που συναντάμε στα κανάλια ευρείας κατανάλωσης, έχοντας πλάτος και βάθος συμβουλής, δίνοντας ολοκληρωμένη λύση στον πελάτη και με τις απαραίτητες γνώσεις για τη στοματική κοιλότητα, ο ρόλος της ομάδας του φαρμακείου για την υγεία του στόματος είναι αναμφισβήτητος.

6

Συχνές περιπτώσεις του πάγκου

1η περίπτωση Δυσάρεστη αναπνοή

«Τον τελευταίο καιρό διαπιστώνω ότι μυρίζει δυσάρεστα η αναπνοή μου. Είναι η πρώτη φορά που μου συμβαίνει κάτι τέτοιο και ενοχλεί τόσο εμένα όσο και τους γύρω μου»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Πρώτα απ' όλα θα πρέπει να πίνετε πολύ νερό κατά τη διάρκεια της ημέρας καθώς και πριν πάτε για ύπνο. Να αποφεύγετε την κατανάλωση κρεμμυδιού και σκόρδου και να μειώσετε ή καλύτερα να κόψετε το κάπνισμα.

Στην περίπτωση σας συνιστώ το καθημερινό βούρτσισμα των δοντιών μετά από κάθε γεύμα με μια ειδική οδοντόπαστα καθώς και τη χρήση αντισηπτικού στοματικού διαλύματος. Τέλος, οι ειδικές καραμέλες θα εξουδετερώσουν τις ουσίες που είναι αιτία της δυσάρεστης αναπνοής και θα σας κάνουν να νιώσετε πολύ πιο άνετα με τους γύρω σας».

Ποιες είναι οι αιτίες;

- Ακατάλληλη και ανεπαρκής στοματική υγιεινή
- Παθήσεις της στοματικής κοιλότητας: Ουλίτιδα, ξηροστομία
- Τροφές με δυσάρεστες μυρωδιές (κρεμμύδια, σκόρδο, αλκοόλ, τσιγάρο)
- Έλλειψη υδατανθράκων και υπερβολική λήψη πρωτεϊνών
- Ασθένειες όπως διαβήτης (κέτωση) και γαστρο-οισοφαγική παλινδρόμηση

Θεραπεία

- Βουρτσίζετε τα δόντια σας μετά από κάθε γεύμα και το βράδυ πριν κοιμηθείτε. Υπάρχουν ειδικές οδοντόκρεμες για την κακοσμία του στόματος, όπως η **Zendium Mint** με γεύση μέντας και η **Zendium Freshness** από τη σειρά Oral care της εταιρείας Medispes.
- Σε κάθε βούρτσισμα, χρησιμοποιείτε οδοντικό νήμα (κρηωμένο για να γλιστράει

■ Από την **PANIA ΛΕΧΟΥ**, φαρμακοποιό, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης της Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ ΑΕ

καλύτερα ή μη κηρωμένο) έτσι ώστε να ολοκληρώνετε το βούρτσισμα σε περιοχές που δύσκολα μπορεί να πάει η οδοντόβουρτσα. Ειδικά οδοντικά νήματα με άρωμα μέντας βελτιώνουν την αναπνοή όπως **Elgydium dental floss expanding** (Pierre Fabre Oral Care). Επίσης, βουρτσάκια μεσοδοντίων όπως αυτά της **Colgate Total** με τρίχες τριγωνικής διατομής Tri-Proxi™, ταιριάζουν απόλυτα με τα μεσοδόντια διαστήματα και εξασφαλίζουν αποτελεσματικό καθαρισμό.

- Χρησιμοποιήστε μετά από κάθε βούρτσισμα ένα αντισηπτικό στοματικό διάλυμα όπως **Elgydium Fluoride** το οποίο θα μειώσει τον αριθμό των μικροβίων, θα δυναμώσει τους ιστούς των δοντιών και θα προσφέρει μια αίσθηση φρεσκάδας. Να προτιμάτε διαλύματα χωρίς αλκοόλ, το αλκοόλ ξηραίνει τους βλεννογόνους (στοματικά διαλύματα με χλωριούχο ή γαλακτικό ψευδάργυρο).

- Οι ειδικές τσίχλες, οι καραμέλες χωρίς ζάχαρη, τα στοματικά σπρέι με χλωροφύλλη ή μέντα δίνονται συμπληρωματικά. Καλύπτουν τη δυσάρεστη αναπνοή.

- Ένας τροχίσκος με αιθέριο έλαιο μαιντανού όπως οι τροχίσκοι **Alibi** (Pierre Fabre Oral Care) το πρωί και μετά από κάθε γεύμα, εξουδετερώνει τις ουσίες που προκαλούν τις δυσάρεστες οσμές.

2η περίπτωση Ευαίσθητα δόντια

«Τον τελευταίο καιρό τα δόντια μου έχουν γίνει υπερευαίσθητα. Η επαφή με το ζεστό, το κρύο και τα γλυκά μου προκαλεί σύντομες αλλά έντονες σουβλιές στα δόντια»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Η ευαισθησία αυτή σε διάφορους εκλυτικούς παράγοντες όπως ζεστά ή κρύα ποτά καθώς και γλυκά, οφείλεται στη υποχώρηση των ούλων και την απογύμνωση της οδοντίνης. Σας συνιστώ καταρχήν να αποφεύγετε το πολύ δυνατό βούρτσισμα και τις σκληρές οδοντόβουρτσες, ενώ προτείνω να δώσετε ιδιαίτερη έμφαση στη σωστή και επιμελημένη στοματική υγιεινή σας.

Για το λόγο αυτό σας συστήνω μια οδοντόπαστα που αντιμετωπίζει την αιτία της ευαισθησίας και όχι μόνο το σύμπτωμα.

Επίσης, μια ειδική οδοντική γέλη με φθόριο και νιτρικό κάλιο, η οποία εφαρμόζεται μετά το βούρτσισμα πάνω στα δόντια και τα ούλα και ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο».

Ποιες είναι οι αιτίες;

Η οδοντική πλάκα, η φθορά της αδαμαντίνης και η πέτρα ευθύνονται για την φλεγμονώδη αντίδραση των ούλων και συντελούν στην απογύμνωση της οδοντίνης.

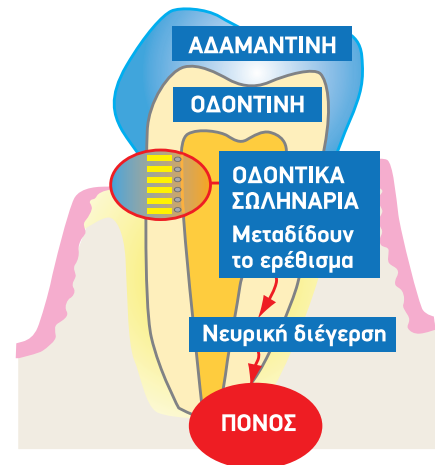
Τα οδοντικά σωληνάκια που βρίσκονται μέσα στην οδοντίνη εκτίθενται στις επιθέσεις και μεταδίδουν το ερέθισμα με αποτέλεσμα να παρατηρείται πόνος.

Θεραπεία

- Απομονώνουμε την οδοντίνη από τη στοματική κοιλότητα. Μόνιμη απόφραξη του οδοντικού σωλήνα που έχει απογυμνωθεί γίνεται με τη χρήση βερνικιών ενισχυμένων σε φθόριο (φθορίωση που πραγματοποιείται από τον οδοντίατρο).

- Ειδικές οδοντόπαστες, όπως η **Nutri-email** (Pierre Fabre Oral Care) φράσσουν τα οδοντικά σωληνάκια με κρυστάλλους υδροξυαπατίτη για αποτέλεσμα που διαρκεί. Επίσης εδώ αναφέρουμε και τη νέα οδοντόκρεμα **Colgate® Sensitive Pro-Relief™** βασισμένη στην τεχνολογία Pro-Argin™ που βοηθάει στον έλεγχο της υπερευαισθησίας και προσφέρει ελευθερία από τον πόνο των ευαίσθητων δοντιών.

- Αναστολή της μετάδοσης του νευρικού παλμού (νιτρικό κάλιο, κιτρικό κάλιο). Ειδικές γέλες, όπως η οδοντική γέλη **Sensigel** (Pierre Fabre Oral Care) που περιέχει fluorinol και νιτρικό κάλιο, μειώνει το νευρικό παλμό επομένως ανακουφίζει από τον πόνο.



Με παρόμοια δράση και από τη σειρά της Froika η γέλη **FroiPlak Sensitive**.

- Βούρτσισμα των δοντιών με μια απαλή βούρτσα όπως η **Elgydium sensitive** και χρήση μιας οδοντόπαστας φθορίου όπως οι οδοντόκρεμες **Elgydium sensitive** με χλωρεξιδίνη και fluorinol και η οδοντόκρεμα **FroiDent Sensitive**.

- Η χρήση αντισηπτικού στοματικού διαλύματος ειδικού για ευαίσθητα δόντια όπως **Elgydium mouth wash** ή το **FroiPlak Sensitive**, συμπληρώνει εξαιρετικά το σωστό καθαρισμό των ευαίσθητων δοντιών.

3η περίπτωση Ουλίτιδα

«Εδώ και αρκετές ημέρες, κυρίως από τότε που μπήκα στον πέμπτο μήνα της κύησης έχω κόκκινα και πρησμένα ούλα. Σχεδόν κάθε φορά που βουρτσίζω τα δόντια μου ματώνουν τα ούλα μου. Είναι φυσιολογικό; Τι με συμβουλεύετε;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Σύμφωνα με αυτά που μου λέτε και δεδομένου ότι βρίσκεστε στο 2ο τρίμηνο της κύησης, πρόκειται για μια ουλίτιδα η οποία είναι συχνή κατά την εγκυμοσύνη.

Η φλεγμονή που παρατηρείτε στα ούλα σας είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ποσότητα μικροβίων που βρίσκεται μέσα στην οδοντική πλάκα και στην πέτρα. Σας συνιστώ τη χρήση μιας ειδικής οδοντόπαστας που μειώνει τη φλεγμονή και τον πόνο καθώς και τη χρήση μιας μαλακής οδοντόβουρτσας για να αποφεύγετε τον τραυματισμό των ούλων σε κάθε βούρτσισμα.

Μετά το βούρτσισμα, η χρήση ειδικού στοματικού διαλύματος με αντισηπτική και αντιφλεγμονώδη δράση θα επιταχύνει την ανακούφιση των ούλων».

ΝΕΑ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ PRO-ARGIN™

ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΚΟΥΦΙΣΗ ΤΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ



Η **Colgate® Sensitive Pro-Relief™** είναι η πρώτη οδοντόπαστα που προσφέρει κλινικά αποδεδειγμένη άμεση και διαρκή ανακούφιση από την οδοντική υπερευαισθησία:

- Άμεση ανακούφιση όταν εφαρμόζεται απευθείας στο ευαίσθητο δόντι με το ακροδάχτυλο κάνοντας ελαφρύ μασάζ επί 1 λεπτό¹
- Διαρκή ανακούφιση με βούρτσισμα 2 φορές την ημέρα που είναι αποδεδειγμένα πιο αποτελεσματικό από τις συνηθισμένες οδοντόπαστες με ιόντα καλίου²
- 1.450 ppm φθορίου για προστασία από την τερηδόνα



Η **Colgate® Sensitive Pro-Relief™** περιέχει την Τεχνολογία Pro-Argin™, η οποία περιέχει αργίνη, ένα αμινοξύ που βρίσκεται φυσιολογικά στο σάλιο και μια αδιάλυτη ένωση ασβεστίου με τη μορφή ανθρακικού ασβεστίου. Η Τεχνολογία Pro-Argin™ προκαλεί έγκληση των ανοικτών οδοντινοσωληναρίων συμβάλλοντας στην εξάλειψη της αιτίας του πόνου και χρησιμοποιείται από πολλούς οδοντιάτρους για θεραπεία της ευαισθησίας στο ιατρείο.

**Άμεση και διαρκής ανακούφιση
από την οδοντική υπερευαισθησία**

1 Nathoo S et al. J Clin Dent 2009; 20 (Spec Iss): 123-130

2 Docimo R et al. J Clin Dent 2009; 20 (Spec Iss): 17-22

Colgate®

Ο ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΚΑΛΗ ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

ΠΡΟΣΟΧΗ

Λόγω εγκυμοσύνης αποφεύγουμε να δώσουμε αντισηπτικό στοματικό διάλυμα χλωρεξιδίνης καθώς και στοματική γέλη χλωρεξιδίνης. Ενώ σε περίπτωση ουλίτιδας εκτός εγκυμοσύνης τέτοιου είδους προϊόντα είναι απαραίτητα για μια ολοκληρωμένη πρόταση από τη μεριά του φαρμακοποιού.

Ποιες είναι οι αιτίες;

Η ουλίτιδα προκαλείται από μια ελλιπή στοματική υγιεινή. Η οδοντική πλάκα που δεν απομακρύνεται εντελώς λόγω της ελλιπούς στοματικής υγιεινής, αποικείται από βακτηρίδια. Σε ένα πρώτο στάδιο παρατηρείται φλεγμονή στα ούλα (πόνος, ζέση, οίδημα, κοκκινίλα) και σε ένα δεύτερο στάδιο αιμορραγία των ούλων κυρίως κατά την επαφή με την οδοντόβουρτσα.

Θεραπεία

- Χρήση ειδικής οδοντόπαστας με αντισηπτικούς και αντιφλεγμονώδεις παράγοντες
- Χρήση μαλακής οδοντόβουρτσας προς αποφυγή τραυματισμών
- Μετά το βούρτσισμα χρήση αντισηπτικού στοματικού διαλύματος
- Τέλος, η χρήση ειδικής γέλης με αντισηπτική και αντιφλεγμονώδη δράση

Εδώ αναφέρουμε:

■ Τη σειρά Colgate Total για προστασία των ούλων PharmaSystem

Πρόκειται για ένα ολοκληρωμένο σύστημα με την οδοντόκρεμα **Periogard Plus** με κίτρινο ψευδάργυρο 2%, το στοματικό διάλυμα **Periogard Plus** με CPC (Χλωριούχο Ακετυλοπυριδίνιο) για την καθημερινή προστασία από ουλίτιδα και μια οδοντόβουρτσα ειδικά σχεδιασμένη για ευαίσθητα ούλα που ματώνουν. Με την αποκλειστική και κατοχυρωμένη τεχνολογία Triclosan/Συμπολυμερές βοηθά στην καταπολέμηση της αιμορραγίας και της ουλίτιδας, ενώ ταυτόχρονα δρα ανασταλτικά στην εξέλιξη της πε-

ριοδοντίτιδας. Η ίδια σειρά διαθέτει και το φαρμακευτικό στοματικό διάλυμα **Colgate Periogard 0,2%** με 2mg/ml διγλυκονικής χλωρεξιδίνης χωρίς αλκοόλ που χορηγείται με ιατρική συνταγή και ενδείκνυται σε ενήλικες και παιδιά άνω των 6 ετών για τη βραχυχρόνια υποστηρικτική θεραπεία των φλεγμονών των ούλων και του στοματικού βλεννογόνου και κατά τη διάρκεια και μετά από χειρισμούς σε περιοδοντικές θεραπείες για την πρόληψη των ροιμώξεων των χειρουργικών τραυμάτων του στόματος.

■ Από τη σειρά **Oral Care της Pierre Fabre** το στοματικό διάλυμα **Eudril** με χλωρεξιδίνη, το **Parodium gel** που ανακουφίζει άμεσα τα ερεθισμένα ούλα και συμβάλλει στη γρήγορη αντιμετώπιση του προβλήματος και την οδοντόπαστα **Arthrodont**.

■ Από την εταιρεία **Medispes**, η σειρά **GENGIGEL** με ένα gel τοπικής χρήσης, ένα στοματικό διάλυμα και ένα spray. Τα προϊόντα αυτά περιέχουν καθαρό υαλουρονικό οξύ υπό μορφή άλατος υαλουρονικού νατρίου παραγόμενο βιοτεχνολογικά, το οποίο ασκεί επουλωτική, αναγεννητική και αντιφλεγμονώδη δράση. Χορηγούνται για την επιτάχυνση της επούλωσης σε κάθε αιμορραγική, φλεγμονώδη ή τραυματική κατάσταση στο περιοδόντιο, στα ούλα και στο στοματικό βλεννογόνο, όπως: Ουλίτιδα, περιοδοντίτιδα, στοματίτιδα, άφθες, εξαγωγές, αποτρυγώσεις, αποξέσεις και τραυματισμούς από προσθετικές εργασίες. Είναι ιδανικό σαν μετεχειρτητική αγωγή.

■ Από την εταιρεία **Froika** το αντισηπτικό στοματικό διάλυμα **FroiPlak** και η αντιβακτηριακή οδοντόκρεμα **FroiDent** και τα δύο με χλωρεξιδίνη.

■ Από την **Apivita**, η σειρά PROPOLINE DENTAL CARE με τη φυτική οδοντόκρεμα με **Φασκόμηλο & Μύρο – TOTAL**, τη Φυτική οδοντόκρεμα με **Πρόπολη & Μάραθο – BIO-ACTIVE** και το Στοματικό διάλυμα με **Πρόπολη & Μύρο – Total**, που είναι κατάλληλα και για ομοιοπαθητικά.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΕΙΝΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΟΥΛΙΤΙΔΑ**Τοπικοί**

- Ποιότητα και ποσότητα του σάλιου
- Οδοντική πλάκα και τρυγία με τους μικροοργανισμούς τους
- Μη κατάλληλη και ανεπαρκής στοματική υγιεινή
- Συχνή κατανάλωση τροφών
- Στραβά δόντια
- Κακό σφράγισμα
- Μη κατάλληλες γέφυρες ή άλλα προσθετικά εξαρτήματα
- Αναπνοή από το στόμα, λόγω της ξηρότητας που προκαλεί στα ούλα
- Άφθες (λόγω φαρμάκων ή λόγω ακτινοβολιών)

Γενικοί

- Ανοσολογική ανεπάρκεια (ανοσοκατασταλτικά φάρμακα και AIDS)
- Παθήσεις του αίματος, διαταραχές του μεταβολισμού, όπως διαβήτης
- Ορμονικοί παράγοντες (εφηβεία, έμμηνος ρύση, εγκυμοσύνη, αντισύλληψη)
- Καταστάσεις κούρασης, άγχους, διατροφικές διαταραχές, αθηρογίες
- Δράση ορισμένων φαρμάκων στο πλαίσιο μακροχρόνιας θεραπείας: φενυτοΐνη, νιφεντιπίνη, κυκλοσπορίνη.

4η περίπτωση**Άφθες**

«Έφαγα μια σαλάτα με ελβετικό τυρί και καρύδια χθες το βράδυ σε ένα εστιατόριο και σήμερα ξύπνησα με ένα κάψιμο και μια πληγή στο εσωτερικό μέρος του μάγουλου. Τι συμβαίνει; Τι μου προτείνετε;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

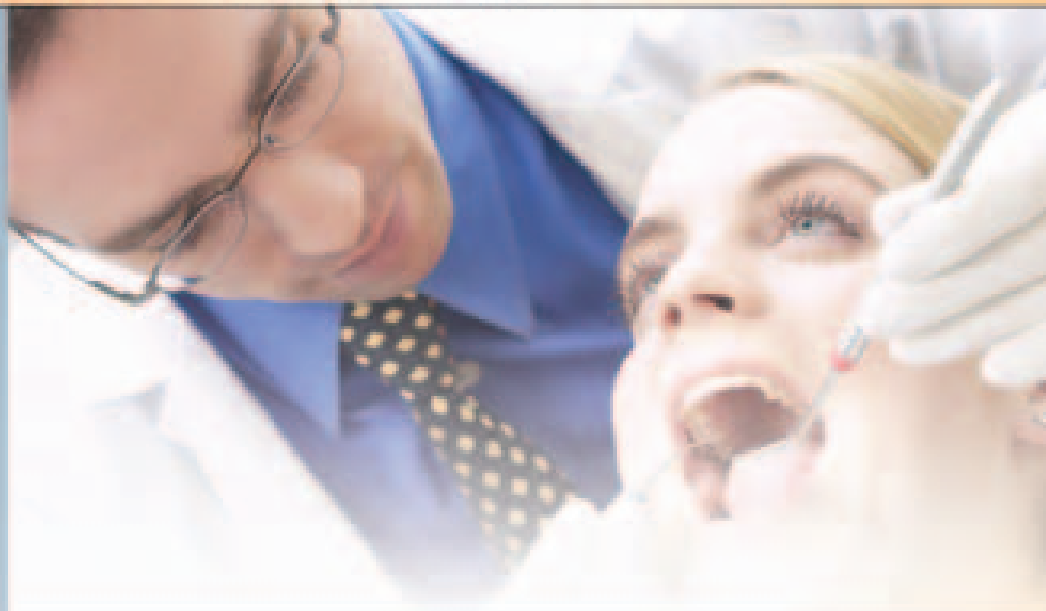
«Σύμφωνα με αυτά που μου περιγράφετε, πρόκειται για άφθες που προκλήθηκαν από τις συγκεκριμένες τροφές τις οποίες θα πρέπει να αποφεύγετε.

Προτείνω πλύσεις του στόματος με ένα αντισηπτικό στοματικό διάλυμα και στη συνέχεια εφαρμογή μιας γέλης με αναλγητική, αναισθητική δράση. Η λήψη

Στοματικό διάλυμα

FroiPlak® plus

ΧΛΩΡΕΞΙΔΙΝΗ 0,20% • ΞΥΛΙΤΟΛΗ 3,0%



ΟΥΛΙΤΙΔΑ - ΠΕΡΙΟΔΟΝΤΙΤΙΔΑ Φλεγμονή-Αιμοραγία-Πόνος

- ✓ Ουλίτιδα, Ουλορραγία, Περιοδοντίτιδα
- ✓ Διατήρηση υγιεινής Περιοδοντίου & Εμφυτευμάτων
- ✓ Ουλές, Στοματίτιδες, Άφθες

Εξαιρετική γεύση
Εξουδετερώνει τη δυσάρεστη
γεύση της χλωρεξιδίνης

Μείωση μικροβιακού πληθυσμού
κατά 99% σε 30 sec

**Χωρίς προβλήματα
χρώσης**

Συνδυάζεται με όλες τις
οδοντιατρικές θεραπείες
και τις φαρμακευτικές αγωγές



ΠΙΘΑΝΟΙ ΕΚΛΥΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

- Τραυματισμοί
- Αλλεργίες σε φάρμακα και τροφές (σοκολάτα, πορτοκάλια, ξηροί καρποί, ανανάς, μήλα)
- Άσθμα
- Ορμονικές αλλαγές (έμμησος ρύση)
- Στερητικές καταστάσεις (αβιταμινώσεις, έλλειψη σιδήρου)
- Άγχος – Stress
- Οικογενής προδιάθεση

βιταμίνης C από το στόμα θα βοηθήσει στη γρήγορη επούλωση της πληγής αυτής στο εσωτερικό μέρος του μάγουλου».

Ποιες είναι οι αιτίες;

Πρόκειται για ένα επιφανειακό έλκος με αυτοάνοσο μηχανισμό εμφάνισης. Μπορεί να εμφανιστούν ένα ή περισσότερα στοματικά έλκη μέσα στη στοματική κοιλότητα που έχουν την τάση να υποτροπιάζουν.

Θεραπεία

- Αντισηψία με στοματικό διάλυμα
- Εφαρμογή μιας τοπικής γέλης με αναλγητικές, αναισθητικές ιδιότητες όπως: Pan-soral junior (Pierre Fabre Oral Care), Pyralvex κ.ά.
- Ομοιοπαθητική:
 - Borax: Επώδυνες άφθες με δυσκολία στην κατάποση
 - Kalium bichromicum: Βαθιά έλκη, δυσώδης αναπνοή
- Βιταμίνη C από το στόμα
- Προστατευτικά στοματικά επιθέματα.

5η περίπτωση**Δυσχρωμίες στα δόντια**

«Παντρεύω την κόρη μου τον άηλο μήνα και είμαι πολύ αγχωμένη γι' αυτό και καπνίζω πολύ. Θα ήθελα κάποιο προϊόν λεύκανσης των δοντιών γιατί βρίσκω τα δόντια μου πολύ κίτρινα τον τελευταίο καιρό.

Υπάρχει κάτι αποτελεσματικό στο φαρμακείο ή πρέπει να πάω στον οδοντίατρο;»

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΕΛΑΤΙΣΣΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗ ΔΙΑΓΝΩΣΗ/ΤΑ ΑΙΤΙΑ

- «Πίνετε πολλούς καφέδες;»
- «Έχετε κάνει ποτέ λεύκανση στα δόντια σας;»

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

- «Πώς φροντίζετε τα δόντια σε καθημερινή βάση;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Η κατανάλωση καφέ, τσαγιού και κυρίως το τσιγάρο, αλλοιώνουν το χρώμα των δοντιών όπως συμβαίνει και στην περίπτωση σας.



Η “χημική” λεύκανση (οξυζενέ, υπεροξειδίο του καρβαμιδίου) μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε στο οδοντιατρείο, είτε στο σπίτι.

Για εσάς προτείνω ένα kit λεύκανσης που θα το χρησιμοποιήσετε στο σπίτι σας ακολουθώντας με ακρίβεια τις οδηγίες χρήσης.

Για να έχετε ένα καλό αποτέλεσμα, θα πρέπει κατά τη διάρκεια της θεραπείας να μην καπνίζετε και να μην καταναλώνετε ροφήματα με χρώμα».

Ποιες είναι οι αιτίες;

Υπάρχουν δύο μορφές δυσχρωμιών των δοντιών:

1. Οι χρωματισμοί των δοντιών εκ των έξω που οφείλονται σε διάφορους χρωμογόνους παράγοντες (τρόφιμα, ποτά, τσιγάρα, οδοντιατρικές επεμβάσεις, στοματικά διαλύματα).

2. Οι χρωματισμοί των δοντιών εκ των έσω.

Εσωτερική δυσχρωμία μπορεί να προκληθεί λόγω αλλαγών που συμβαίνουν μέσα στον ίδιο τον πολφό του δοντιού, μετά από έναν τραυματισμό ή τη νέκρωσή του. Η φθορίωση (υπερβολική πρόσληψη φθορίου κατά την παιδική ηλικία), μπορεί να οδηγήσει σε χρωματικές αλλαγές.

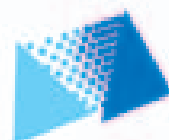
Ορισμένα φάρμακα (τετρακυκλίνη, δοξυκυκλίνη) σε παιδιά κάτω των 8 ετών μπορούν να ενσωματωθούν στη δομή των δοντιών και να προκαλέσουν δυσχρωμίες. Αυτό μπορεί να συμβεί και κατά την εμβρυϊκή περίοδο, αν αυτά τα αντιβιοτικά λαμβάνονται από τη μητέρα κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης.

Τέλος, υπάρχουν ορισμένα νοσήματα που προκαλούν τη δυσχρωμία των δοντιών εκ των έσω, λόγω της μεταφοράς και εναπόθεσης μέσω των αγγείων του πολφού χρωστικών που παράγονται στο αίμα ή σε άλλα όργανα του σώματος (χολερυθρίνη, πορφυρίνη).

Θεραπεία

Η λεύκανση των δοντιών ενός στόματος μοιάζει με ένα κερασάκι πάνω σε μια τούρτα. Τόσο τα ούλα όσο και τα

GENGIGEL®



(Υαλουρονικό Οξύ)



- Άφθες-Στοματίτιδες
- Ουλίτιδες-Περιοδοντίτιδες
- Μετεγχειρτική επούλωση



GENGIGEL Gel 0.2%
Σελινοέριο 20ml



GENGIGEL Spray 0.01%
Φιαλίδιο 50 ml



GENGIGEL Mouthrinse 0.025%
(Στοματικό Διάλυμα)
Φιαλίδιο 150 ml

Το GENGIGEL είναι ιατρικό βοήθημα το οποίο περιέχει Υαλουρονικό Οξύ Υψηλού Μοριακού Βάρους σε μορφή άλατος Υαλουρονικού Νατρίου και έχει άριστες επούλωτικές, αναγεννητικές και αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες, επισπεύδοντας έτσι την επούλωτική διαδικασία.

Χρησιμοποιείται για Φλεγμονές και Οιδήματα, Στοματίτιδες και Άφθες, Αιμορραγίες και Αναγέννηση των Περιοδοντικών Ιστών του Στοματικού Βλεννογόνου, των Τριχοειδών Αγγείων καθώς και την Επούλωση Τραυμάτων και Πληγών.

Μπορεί να χρησιμοποιηθεί, χωρίς περιορισμούς, από παιδιά άνω των 6 ετών, εγκύους, ηλικιωμένους και διαβητικούς.

MEDISPES
Driven by Innovation

CE
0546

στα φαρμακεία 

ΜΕΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.

ΚΕΝΤΡΙΚΑ: Σωρού 38, 151 25 Μαρούσι, Αθήνα - Τ. 210 6109090 - Φ. 210 6108748 - E. dental@medispes.gr

ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ: Τσιμισίου 20, Τ.Κ.: 555 10 Πυλαία Θεσσαλονίκης - Τ.Β.: 21083

Τ. 2310 477122 - Φ. 2310 477130 - E. branch@medispes.gr / www.medispes.gr

Product of Italy
 **RICERFARMA**
www.ricerfarma.com



δόντια, θα πρέπει να είναι υγιή και η λεύκανση να αποτελεί την τελευταία πινελιά σε ένα όμορφο χαμόγελο.

Επιπλέον, θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι η λεύκανση είναι μια φυσιολογικά αναστρέψιμη διαδικασία και ότι για να συντηρήσουμε για μεγάλο χρονικό διάστημα τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας θα πρέπει πρώτα απ' όλα να ακολουθήσουμε:

- Αποτελεσματική και συστηματική στοματική υγιεινή, βουρτσίζοντας τα δόντια 3 φορές την ημέρα από 3 λεπτά κάθε φορά.
- Χρήση ειδικής λευκαντικής οδοντόπαστας με διττανθρακικό νάτριο όπως: **FroiDent Whitening** (Froika), **Elgydium whitening** (Pierre Fabre Oral Care) καθώς και μιας οδοντόβουρτσας με ίνες με μικροσφαιρίδια που επιτρέπουν την ήπια απόξεση των κηλίδων εξασφαλίζοντας μια μη διαβρωτική λεύκανση των δοντιών. Επίσης, ειδικά για ομοιοπαθητικά, οι φυτικές οδοντόκρεμες με **Μαστίχα & Αλόη – WHITENING** από τη σειρά της Apivita PROPOLINE DENTAL CARE.
- Ένα σύστημα λεύκανσης όπως το **Elgydium iWhite Oxygen** (Pierre Fabre Oral Care) που αποτελείται από ένα εργονομικό δισκίο που προσαρμόζεται σε όλα τα οδοντικά τόξα και 14 αφρούς εμπιστευμένους με τον λευκαντικό παράγοντα. Με το iWhite Oxygen, ο καθημερινός χρόνος λεύκανσης είναι 20 λεπτά με ορατό αποτέλεσμα σε μια μόλις εβδομάδα.

6η περίπτωση

Πρόληψη τερηδόνας

«Δεν έχω καλή ποιότητα δοντιών, έχω κάνει πολλά σφραγίσματα τον τελευταίο καιρό, θα ήθελα κάτι για την πρόληψη της τερηδόνας»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε για να περιορίσετε την τερηδόνα είναι να μειώσετε τα γλυκά, τις πολύ όξινες τροφές καθώς και τα τσιμπολογήματα.

Σας προτείνω μια ολοκληρωμένη στοματική υγιεινή που περιλαμβάνει το βούρτσισμα των δοντιών μετά από κάθε γεύμα με μια οδοντόπαστα ενισχυμένη σε φθόριο.

Μετά το βούρτσισμα, η χρήση ενός στοματικού διαλύματος με φθόριο συνεργεί στην αποτελεσματική πρόληψη της τερηδόνας.»

Ποιες είναι οι αιτίες;

Πρωταρχικό παράγοντα στην εκδήλωση οδοντικής τερηδόνας αποτελεί η οδοντική μικροβιακή πλάκα. Στην πλάκα υπάρχουν κάποια τερηδογόνα μικρόβια με σημαντικότερα τους στρεπτόκοκκους.

Η ζάχαρη και το άμυλο που προέρχονται από τη διατροφή μας, αποτελούν τη μεγαλύτερη πηγή ενέργειας για τα μικρόβια της οδοντικής πλάκας. Το τελικό προϊόν του μεταβολισμού αυτών των ουσιών είναι οργανικά οξέα όπως το γαλακτικό οξύ, το οξεϊκό και το προπιονικό. Τα παραγόμενα οξέα προκαλούν πτώση του pH της πλάκας και του σάλιου με αποτέλεσμα να δημιουργείται όξινο περιβάλλον. Οι οδοντικοί ιστοί απασβεστώνονται με την παρουσία οξέων, δηλαδή αφαιρούνται από την αδαμαντίνη των δοντιών, άλατα ασβεστίου και φωσφόρου.

Ο τρίτος παράγοντας που εμπλέκεται στην εμφάνιση της τερηδόνας σχετίζεται με το ίδιο το άτομο. Η θέση του δοντιού, η χημική σύσταση του σάλιου, η δομή της αδαμαντίνης. Όσο πιο ώριμη είναι η αδαμαντίνη, τόσο η αντίσταση του δοντιού στην τερηδόνα είναι μεγαλύτερη. Τα δόντια που έχουν βγει πιο πρόσφατα, συγκριτικά με άλλα που είναι παλαιότερα εμφανίζουν μεγαλύτερη ευπάθεια στην τερηδόνα.

Θεραπεία

Ο απατίτης είναι φωσφορικό ορυκτό του ασβεστίου και περιλαμβάνει τα επιμέρους ορυκτά υδροξυαπατίτη, φθοροαπατίτη και κλωροαπατίτη.

Ο υδροξυαπατίτης είναι το κυριότερο συστατικό της αδαμαντίνης. Ο φθοροαπατίτης είναι ανθεκτικότερος στα οξέα από ό,τι ο υδροξυαπατίτης. Για το λόγο αυτό η χρήση φθορίου (κυρίως οργανικό φθόριο) σε οδοντόπαστες και σε στοματικά διαλύματα οδηγούν στην αντικατάσταση ενός μέρους του υδροξυλίου του υδροξυαπατίτη με ιόντα φθορίου και κατά συνέπεια ενισχύουν το σμάλτο των δοντιών κάνοντάς τα πιο ανθεκτικά στην τερηδόνα.

Η πρόληψη λοιπόν της τερηδόνας περιλαμβάνει βούρτσισμα των δοντιών μετά από κάθε γεύμα με μια οδοντόπαστα ενισχυμένη σε οργανικό φθόριο όπως: η **Elgydium decay** (Pierre Fabre Oral Care) που περιέχει fluorinol, η φαρμακευτική οδοντόκρεμα υψηλής συγκέντρωσης φθορίου 5.000 ppm **Colgate Duraphat® 5000** που χορηγείται χωρίς ιατρική συνταγή και είναι κατάλληλη για άτομα άνω των 16 ετών που ανήκουν στην κατηγορία υψηλού τερηδονικού κινδύνου.

Μετά το βούρτσισμα, η χρήση ενός φθοριούχου στοματικού διαλύματος όπως το **FroiPlak Fluor** ή το **Elgydium fluoride** θα ενισχύσει την ανθεκτικότητα του σμάλτου των δοντιών και θα βοηθήσει στην απομάκρυνση της οδοντικής πλάκας που είναι η αρχή για το σχηματισμό της τερηδόνας. ■

ΕΥΑΙΣΘΗΤΑ ΔΟΝΤΙΑ

Οδοντόπαστα νέας γενιάς για ευαίσθητα δόντια



Nutri-émail®

- Γρήγορη και αποτελεσματική δράση που διαρκεί
- Προωθεί την επαναμεταλλικοποίηση της αδαμαντίνης
- Προστατεύει από τα οξέα της στοματικής κοιλότητας



PIERRE FABRE ΕΛΛΑΣ Α.Ε.

Λεωφ. Μεσογείων 350,
153 41, Αγία Παρασκευή
Τηλ.: 210 77 15 353, Fax: 210 77 98 139
oralcare@pierrefabre.gr



Ο ρόλος του φαρμακοποιού στη **ΦΛΕΒΙΚΗ ΑΝΕΠΑΡΚΕΙΑ**

Πόδια κουρασμένα, πρησμένα, με αίσθημα βάρους και πόνο! Πολλοί από σας έχετε οι ίδιοι προσωπική εμπειρία από αυτό το πρόβλημα, μια και το επάγγελμά του φαρμακοποιού απαιτεί πολλές ώρες ορθοστασία. Είναι σημαντικό να κατανοήσετε τους μηχανισμούς γι' αυτά τα ενοχλητικά συμπτώματα, τα οποία δεν είναι αθώα σε αρκετές περιπτώσεις αν αγνοηθούν και να δώσετε στους ασθενείς - πελάτες σας χρήσιμες συμβουλές για να τα αντιμετωπίσουν σωστά και έγκαιρα.

Τι είναι Φλεβική Ανεπάρκεια

Φλεβική Ανεπάρκεια (ΦΑ) είναι μία αλληλοϋχία αλληλιώσεων που συμβαίνουν στα κάτω άκρα όταν οι φλέβες δεν λειτουργούν σωστά.

Οι φλέβες των κάτω άκρων λειτουργούν ως αγωγοί που μεταφέρουν αίμα από τα πόδια προς την καρδιά. Αυτό επιτυγχάνεται με μία σειρά βαλβίδων οι οποίες, ως φράγματα, ανοίγουν για να επιτρέψουν τη ροή του αίματος προς την καρδιά και κλείνουν για να εμποδίσουν τη ροή προς την αντίθετη κατεύθυνση. Σε ορισμένες καταστάσεις, αυτές οι βαλβίδες δεν κλείνουν σωστά, αφήνοντας κενό μεταξύ τους και έτσι δεν μπορούν να εμποδίσουν την παλινδρόμηση του αίματος, με συνέπεια το αίμα να λιμνάζει στις φλέβες και στους ιστούς.

Υπάρχουν δύο μορφές φλεβικής ανεπάρκειας, η ανεπάρκεια των επιφανειακών και η ανεπάρκεια των εσωτερικών φλεβών του ποδιού. Πιο σοβαρή θεωρείται η εσωτερική φλεβική ανεπάρκεια.

Ποια είναι τα κύρια συμπτώματα

Στο πρώτο στάδιο τα συμπτώματα είναι πόνος, αίσθημα τάσης και βάρους στα πόδια καθώς επίσης και κράμπες. Το δεύτερο στάδιο περιλαμβάνει την εμφάνιση μικρών κισών ή ευρυαγγειών (μικρά κόκκινα φλεβικά σχήματα), το τρίτο στάδιο την εμφάνιση οιδήματος (πρησμένα πόδια), ενώ στα επόμενα στάδια αρχίζουν οι πιο σοβαρές δερματικές αλληλιώσεις, με μια χαρακτηριστική μελάγχρωση του δέρματος και προχωρούν σε πιο σοβαρά συμπτώματα.

- **Οι μισοί περίπου Έλληνες ταλαιπωρούνται από κάποιο μικρότερο ή μεγαλύτερο πρόβλημα φλεβικής ανεπάρκειας, αλλά λίγοι γνωρίζουν πώς να το αντιμετωπίσουν.**
- **Οι γυναίκες αποδεικνύονται 5 φορές πιο ευπαθείς από τους άνδρες λόγω ορμονών.**

Ποιοι είναι οι παράγοντες προδιάθεσης

Οι κύριοι παράγοντες προδιάθεσης είναι:

Γενετικοί παράγοντες: Π.χ. αριθμός βαλβίδων στα φλεβικά αγγεία

Ηλικία: Η ΦΑ αυξάνεται με την ηλικία στους άνδρες και στις γυναίκες

Για τις γυναίκες: Π.χ. εγκυμοσύνη, αριθμός τοκετών, χρήση αντισυλληπτικών, κ.λπ.

Δευτερεύοντες παράγοντες προδιάθεσης θεωρούνται η παχυσαρκία, η έλλειψη φυσικής άσκησης, μεγάλα διαστήματα σε όρθια ή καθιστή στάση, η έκθεση σε υψηλές θερμοκρασίες, ατυχήματα, εχειρήσεις, παθήσεις των αρθρώσεων, η δυσκοιλιότητα και η κακή διατροφή.

Παράγοντες επίσης που μπορούν να ανατρέψουν την ισορροπία των υγρών στο σώμα και να δημιουργήσουν πρήξιμο στα πόδια είναι και η χρήση ορισμένων φαρμάκων (π.χ. κορτιζόνη, αντιυπερτασικά, αντικαταθλιπτικά, ορμόνες, αντιφλεγμονώδη).

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η ΦΑ είναι μια ενοχλητική κατάσταση για τον ασθενή, η οποία επηρεάζει την ποιότητα ζωής του στο κοινωνικό του περιβάλλον, ο φαρμακοποιός πρέπει να συμβάλει στην προσέγγιση του ασθενή με ΦΑ όχι μόνο προτρέποντάς τον να επισκεφτεί το γιατρό του, αλλά και καθισχάζοντάς τον σχετικά με τη θεραπευτική αγωγή και την αποτελεσματικότητά της στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του.

Η φαρμακευτική αγωγή

Η λήψη των κατάλληλων φαρμάκων μπορεί να απαλύνει τον πόνο, να απαλλάξει από αίσθημα βάρους και πρηξίματος και να βοηθήσει στη μείωση του οιδήματος. Τα φάρμακα μπορούν να:

- διατηρήσουν τη φυσιολογική ενδοθηλιακή λειτουργία των φλεβίδων
- αποκαταστήσουν την ενδοθηλιακή λειτουργία των φλεβίδων
- σφραγίσουν το ενδοθήλιο των φλεβίδων
- αυξήσουν το φλεβικό τόνο
- αναστείλουν τη συσσώρευση ερυθροκυττάρων
- αναστείλουν τη συγκόλληση λευκοκυττάρων στο ενδοθήλιο.

Τα περισσότερα φάρμακα είναι δισκία που ο ασθενής πρέπει να τα παίρνει κυρίως το καλοκαίρι δύο ή τρεις φορές την ημέρα, εκτός από ένα προϊόν το οποίο διαλύεται σε ένα ποτήρι νερό και ο ασθενής το λαμβάνει μόνο μια φορά την ημέρα. Ας σημειωθεί ότι αυτή η κατηγορία φαρμάκων δεν καλύπτεται από τα Ασφαλιστικά Ταμεία από τον Ιούλιο 2008 (Life style). Αυτή η κυβερνητική απόφαση, που αναγκάζει τον ασθενή να καλύπτει μόνος του το κόστος της αγωγής του, οδήγησε σε μεγάλη πτώση των πωλήσεων των φαρμάκων αυτής της κατηγορίας.

Τα από του στόματος φάρμακα σε αυτή την κατηγορία είναι:

Το **Daflon®** / Servier, με κοινιοποιημένο κεκαθαρωμένο φλαβονοειδές κλάσμα (Διοσμίνη και Εσπεριδίνη) σε δισκία επικαλυμμένα.

Το **Pycnogenol®** / Vilco SA /Horphag Research με φλαβονοειδή από το ξηρό εκχύλισμα φλοιού πεύκης, σε δισκία.

Το **Venoruton®** / Novartis με δραστικό συστατικό το Oxerutin (ημισυνθετικό φλαβονοειδές) σε δισκία και αναβράζοντα δισκία.

Τελευταία κυκλοφόρησε και στην Ελλάδα το **Antistax®** / Boehringer Ingelheim σε επικαλυμμένα δισκία. Περιέχει Vitis vinifera. Έχει χρησιμοποιηθεί επί δεκαετίες ευρέως και έχει δείξει ότι βοηθά στη διατήρηση της καλής λειτουργίας των φλεβών των κάτω άκρων και την αντιμετώπιση συμπτωμάτων όπως οίδημα, κόπωση, αίσθημα βαρύτητας.

Η παράλληλη τοπική αγωγή

Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο μαζί με τα φάρμακα σε μορφή δισκίων που συχνά γράφονται από το γιατρό, να προτείνετε συμπληρωματικά ένα κατάλληλο τοπικό προϊόν, προκειμένου να βοηθήσετε τους ασθενείς σας στην ανακούφιση των συμπτωμάτων της καυσθηγίας (καψίματος) και του κνησμού (φαγούρας) των άκρων. Πρέπει να αναφερθεί ότι για την πάθηση αυτή μέχρι τώρα δεν υπήρχε κάποιο καταξιωμένο προϊόν τοπικής χρήσης και γι' αυτό το λόγο, αν και δεν είναι γι' αυτή την πάθηση, συνθίζεται η σύσταση του Hemeran, το οποίο είναι τοπικό ηπαρινοειδές, με ένδειξη: «Δυνητικώς δρων στις επιπολής φλεβικές θρομβώσεις». Πρόσφατα όμως κυκλοφόρησε και στην Ελλάδα το **Antistax® Cooling Leg Gel** / Boehringer Ingelheim. Είναι ένα gel τοπικής χρήσης που περιέχει φυσικό φλαβονοειδές εκχύλισμα και είναι εύκολη απορροφούμενο και μη λιπαρό προϊόν, που ανακουφίζει αμέσως και αναζωογονεί τα κουρασμένα, βαριά πόδια. ■

Πόπη Χαραμή

[ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ]

1 Ενημερώστε και εξηγήστε την πάθηση Η Φλεβική Ανεπάρκεια ενέχει μεγάλο κίνδυνο, εάν δε ληφθούν τα απαραίτητα προληπτικά μέτρα. Ο μεγάλος κίνδυνος είναι η δημιουργία φλεβικών ελκών που αλλοιώνουν την ποιότητα του δέρματος, ενώ ακόμη πιο επικίνδυνη και απειλητική είναι η δημιουργία θρομβοφλεβίτιδας, θρομβώσεων δηλαδή που ονομάζονται κίρσοι, όπου το αίμα μέσα στις φλέβες πήζει και εμποδίζει την ομαλή του κυκλοφορία. Πιο επικίνδυνες είναι οι εσωτερικές, αλλά εξίσου επώδυνες αποδεικνύονται και οι επιφανειακές θρομβοφλεβίτιδες.

2 Προτρέψτε τον ασθενή να αρχίζει να λαμβάνει προληπτικά μέτρα και να τηρεί γενικούς κανόνες αντιμετώπισης, όπως: Απώλεια σωματικού βάρους, αποφυγή ορθοστασίας και καθιστικής ζωής, χρήση κατάλληλων υποδημάτων, αποφυγή υψηλής θερμοκρασίας (τζάκι, καλοριφέρ, σόμπα, θερμά πουτρά, ηλιοθεραπεία) αποφυγή χρήσης στενών ενδυμάτων.

Το περπάτημα, το τρέξιμο, η ποδηλασία και το κοχύμπι και γενικά η αεροβική γυμναστική είναι ασκήσεις που βοηθούν να γίνεται η κυκλοφορία του αίματος με το σωστό τρόπο. Αντίθετα, να αποφεύγονται οι γυμναστικές ασκήσεις με βάρη που ασκούν πίεση και προκαλούν πρόβλημα στην κυκλοφορία του αίματος.

3 Τονίστε ότι πολύ πριν φτάσει η κατάσταση στο χειρουργικό τραπέζι ακολουθείται συντηρητική αγωγή, προκειμένου να ενισχυθεί η λειτουργία του φλεβικού συστήματος, μέσω της σωστής φαρμακευτικής αγωγής και της χρήσης ειδικών ιατρικών καλτσών (ειδικές κάλτσες διαβαθμισμένες συμπίεσης).

Επίσης, η χρήση ειδικής ελαστικής κάλτσας, σε συνδυασμό με κάποια κατάλληλα προϊόντα τοπικής εφαρμογής (π.χ. τζελ με φλαβονοειδή) μπορούν να χρησιμοποιηθούν συμπληρωματικά στο στάδιο της συντηρητικής θεραπείας, προσφέροντας άμεσο αίσθημα ξεκούρασης και ανακούφισης στα βαριά και ταλαιπωρημένα πόδια.

Η χρήση ειδικών ιατρικών καλτσών στοχεύει

1. Στη βελτίωση της φλεβικής επαναφοράς, στη μείωση του οιδήματος, με αποτέλεσμα την προοδευτική αποκατάσταση των δερματικών αλλοιώσεων,

2. Στην αύξηση της λεμφικής παροχέτευσης,

3. Στην αντιθρομβωτική δράση λόγω της εξάλειψης της συσσώρευσης του αίματος,

Προσέξτε όμως, γιατί αντενδείκνυνται σε περιπτώσεις με συμφορητική καρδιακή ανεπάρκεια, περιφερική αρτηριοπάθεια κάτω άκρων, σπητική θρομβοφλεβίτιδα και κυανή επώδυνη φλεγμονή.

Επίσης, το καλοκαίρι που το πρόβλημα είναι πιο έντονο, κανείς δεν θέλει να φορέσει κάλτσες.

antistax®

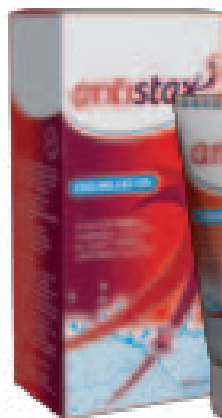


Ο σύμμαχος των ποδιών σας... φυσικά

- **Ανακουφίζει**
από τα συνηθισμένα ενοχλητικά συμπτώματα όπως πρήξιμο, αίσθημα βάρους και πόνο
- **Μειώνει**
σημαντικά το οίδημα σφυρών και κνήμης
- **Με φυσικά φλαβονοειδή**
Περιέχει το μοναδικό τυποποιημένο εκχύλισμα AS195

Ολοκληρωμένη λύση σε δύο μορφές:

Antistax® Δισκία
Κάθε Antistax® επικαλυμμένο δισκίο* περιέχει 360 mg εκχυλίσματος AS 195.



Antistax® Cooling Leg Gel
Το Antistax® Cooling Leg Gel περιέχει 1.250 mg εκχυλίσματος AS 195/100 g.



1 δισκίο την ημέρα. Άμεση ανακούφιση.

Τώρα και στην Ελλάδα

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

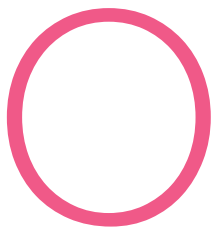
 **Boehringer
Ingelheim**

*Το Antistax® δισκίο είναι συμπλήρωμα διατροφής και δεν είναι απαραίτητο εάν η διατροφή είναι ισορροπημένη. Αρ. Γνωστ. ΕΟΦ: 6115/29-1-2008

Ενδυναμώνοντας το επιστημονικό προφίλ του **ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΥ**, ως προαγωγού υγείας

Μπορούμε να διεκδικήσουμε μεγαλύτερη αναγνώριση του κοινωνικού και επιστημονικού μας ρόλου και αυτό θα το επιτύχουμε ακολουθώντας μια στρατηγική ανάπτυξης ενός νέου επιστημονικού προφίλ του φαρμακοποιού, εφαρμόζοντας τακτικές επικοινωνίας και προβολής.

■ Από την **ΤΕΡΕΖΑ ΧΑΡΑΜΗ**, Φαρμακοποιό



Όλοι εμείς οι φαρμακοποιοί θεωρούμε αυτόνομο και αυταπόδεικτο ότι το επάγγελμά μας συνδέεται άμεσα με την προαγωγή της δημόσιας υγείας. Κι ενώ 400.000 φαρμακοποιοί ασκούν το φαρμακευτικό

επάγγελμα σε φαρμακεία στην Ευρωπαϊκή Ένωση και 4.000.000 άνθρωποι επισκέπτονται το φαρμακείο καθημερινά, η κοινή γνώμη δεν αναγνωρίζει τον επιστημονικό και κοινωνικό ρόλο του φαρμακοποιού. Σε αυτό το συμπέρασμα καταλήγει και έρευνα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Φαρμακοποιών (FIP), σύμφωνα με την οποία, το επάγγελμά μας χαρακτηρίζεται από:

- φτωχή αξιοποίηση των ικανοτήτων των φαρμακοποιών
- έλλειψη ηγετικών πρωτοβουλιών και
- φτωχή αναγνώριση του κοινωνικού μας ρόλου.

Κι επειδή ακριβώς ο καλύτερος καθρέπτης της κοινής γνώμης είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και η τέχνη, ας θυμηθούμε το ρόλο που υποδύονται φαρμακοποιοί στην ελληνική τηλεόραση και τον κινηματογράφο (ο πρώτος φαρμακοποιός που μας έρχεται στο μυαλό είναι ο Θανάσης Βέγγος). Κανένας από αυτούς τους ρόλους

δεν προβάλλει με θετικό τρόπο το επάγγελμα του φαρμακοποιού. Και δεν το βλέπουμε μόνο στην τηλεόραση, αλλά έχουμε ίσως αντιμετωπίσει όλοι στη δουλειά μας μέσα στο φαρμακείο τη δυσπιστία και τη σχετικά φτωχή αναγνώριση από την κοινή γνώμη.

ΔΙΕΚΔΙΚΩΝΤΑΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Μπορούμε, λοιπόν, να διεκδικήσουμε μεγαλύτερη αναγνώριση του κοινωνικού και επιστημονικού μας ρόλου, εφαρμόζοντας τακτικές επικοινωνίας και προβολής. Μια τέτοια τακτική είναι η διοργάνωση εκστρατείας.

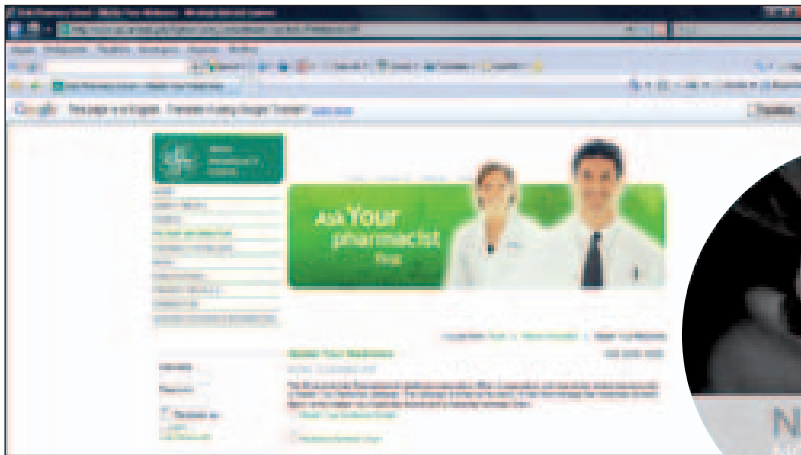
Πριν προχωρήσουμε στην υλοποίηση εκστρατείας, θα πρέπει πρώτα να έχουν αποσαφηνιστεί: ένας ξεκάθαρος στόχος, ένα κατανοητό περιεχόμενο μηνύματος αλλά και οι αποδέκτες του μηνύματος.

Για παράδειγμα, ο στόχος μιας εκστρατείας προβολής του επιστημονικού και κοινωνικού ρόλου του φαρμακοποιού θα μπορούσε να είναι η «αναγνώριση του φαρμακοποιού ως προαγωγού υγείας». Θα πρέπει να συνοδεύεται από ένα λογότυπο και μια φράση - κλειδί, τα οποία να κοινοποιούν τα επιθυμητά μηνύματα όπως:

«Ο φαρμακοποιός είναι ο επιστήμονας υγείας, ειδικός στα φάρμακα», «Ο φαρμακοποιός είναι εύκολα προσβάσιμος και πάντα διαθέσιμος για συμβουλές σε θέματα υγείας», «Ο φαρμακοποιός μπορεί να σου σώσει τη ζωή».

Οι αποδέκτες της εκστρατείας αυτής των φαρμακοποιών θα είναι οι ασθενείς, το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι ίδιοι οι φαρμακοποιοί, οι οποίοι αντιστέκονται πολλές φορές στην αλληλαγία νοοτροπίας.

Προχωρώντας στην υλοποίηση της εκστρατείας, θα πρέπει να επιλεγεί το κατάλληλο μέσο ή συνδυασμός μέσων για την πραγματοποίησή της, όπως ηλεκτρονική σελίδα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, γραπτές επιστολές, αφίσες, ενημερωτικά φυλλάδια, συνέ-



δρια, δελτία τύπου, τηλεφωνήματα και διαφημίσεις σε τηλεόραση, ραδιόφωνο. Ανάμεσα στα υποψήφια για την εκστρατεία μέσα, σημαντική θέση φαίνεται να κατέχουν και τα social media, όπως το facebook, τα οποία έχουν κερδίσει έδαφος στην επικοινωνία των ανθρώπων τα τελευταία χρόνια και φαίνεται να διαδραματίζουν ακόμα πιο σημαντικό ρόλο στην κοινωνική δικτύωση στο μέλλον.

Για την επιλογή του καταλληλότερου μέσου για την πραγματοποίηση της εκστρατείας, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας το σκοπό της επικοινωνίας.

3 ΤΥΠΟΙ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αναλυτικότερα, υπάρχουν 3 τύποι εκστρατείας ανάλογα με το σκοπό της επικοινωνίας. Ο **πρώτος τύπος επικοινωνίας** έχει σκοπό την ενημέρωση και τη γνώση. Χαρακτηρίζεται από ένα μήνυμα, μεγάλη μαζικότητα, συχνότητα και χαμηλό κόστος. Σε αυτόν τον τύπο εκστρατείας χρησιμοποιούνται μέσα όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

Ένα παράδειγμα αυτού του τύπου εκστρατείας είναι αυτή των φαρμακοποιών της Ιρλανδίας, που δημιούργησαν τηλεοπτικό σποτ με σλόγκαν «ρώτα το φαρμακοποιό σου», σε συνδυασμό με άλλα μέσα, όπως η ιστοσελίδα τους με το ίδιο σλόγκαν να εμφανίζεται σε κεντρική θέση.

Στην Κόστα Ρίκα οι φαρμακοποιοί συνειδητοποίησαν γρήγορα τα οφέλη από τη διοργάνωση καμπάνιας με στόχο την προβολή του επιστημονικού και κοινωνικού τους ρόλου και κατάφεραν να συνδυάσουν διάφορα μέσα: Τηλεόραση, ραδιόφωνο, αφίσες, ενημερωτικά έντυπα, δελτία τύπου και άρθρα σε εφημερίδες και περιοδικά. Το κεντρικό μήνυμα της εκστρατείας τους ήταν «φαρμακοποιός, ο ειδικός στα φάρμακα».

Αυτόν τον τύπο εκστρατείας ακολουθούν και οι φαρμακοποιοί στις περισσότερες χώρες ανά τον κόσμο, π.χ. Αυστραλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία, Ελβετία, Ιαπωνία κ.α.

Ο **δεύτερος τύπος εκστρατείας** έχει σκοπό την πειθώ και βασίζεται στην από στόμα σε στόμα επικοινωνία και στη συζήτηση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του τύπου εκστρατείας είναι η προσπάθεια των Γερμανών φαρμακοποιών που επισκέπτονται τα δημοτικά σχολεία της χώρας τους για μια εβδομάδα κάθε χρόνο και διδάσκουν στα παιδιά τη σωστή χρήση των φαρμάκων.

Ο **τρίτος τύπος εκστρατείας** έχει σκοπό την υπενθύμιση. Εισβάλλει στην προσωπική ζωή του ασθενούς και γίνεται αναπόσπαστο κομμάτι της. Σαν παράδειγμα θα μπορούσε να αναφερθεί το διάγραμμα υπενθύμισης φαρμακευτικής αγωγής των Ιρλανδών φαρμακοποιών. Σε αυτό αναγράφονται πληροφορίες όπως τα φάρμακα που λαμβάνει ο ασθενής, ο σωστός τρόπος λήψης τους σε συνδυασμό με την τροφή, το όνομα και το τηλέφωνο του γιατρού, το όνομα και το τηλέφωνο του φαρμακοποιού κ.α. Με αυτό το διάγραμμα οι φαρμακοποιοί στην Ιρλανδία καταφέρνουν να θυμίζουν καθημερινά στον ασθενή τη συμβολή τους στο σωστό τρόπο λήψης της φαρμακευ-

τικής τους αγωγής.

Μπορούμε, λοιπόν, να παρακινήθουμε από το παράδειγμα των συναδέλφων μας από άλλες χώρες, να επιλέξουμε ανάμεσα σε μια πληθώρα θεμάτων που σχετίζονται με την υγεία και να προσπαθήσουμε να οργανώσουμε κι εμείς μια καμπάνια για το ελληνικό φαρμακείο.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΠΟΛΛΑΠΛΑ ΟΦΕΛΗ

Ας ακολουθήσουμε λοιπόν την εποχή μας και ας περάσουμε από το φαρμακείο με επίκεντρο το φάρμακο, στο φαρμακείο με επίκεντρο τον ασθενή, από την αφοσίωση στην εκτέλεση συνταγής, στην παροχή καινοτόμων υπηρεσιών. Και τότε, πράγματι, τα οφέλη θα είναι πολλαπλά, τόσο σε κλαδικό όσο και σε επιχειρηματικό επίπεδο.

Σε **κλαδικό επίπεδο**, η θετική γνώμη όλων αυτών των ανθρώπων που επισκέπτονται το φαρμακείο μας καθημερινά (ανάμεσα στους οποίους υπάρχουν και άνθρωποι που παίρνουν πολιτικές αποφάσεις, αλλά και άνθρωποι που συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, όπως οι δημοσιογράφοι) θα αποτελέσει την ασπίδα μας σε οποιαδήποτε απειλή εναντίον του κλάδου μας. Επιπλέον, θα μας δώσει ένα μοναδικό πλεονέκτημα: Θα αυξήσει τη διαπραγματευτική μας δύναμη.

Σε **επιχειρηματικό επίπεδο**, ανάμεσα στα οφέλη που αναμένεται να έχει κάθε επιχείρηση-φαρμακείο από τη διοργάνωση εκστρατειών, επισημαίνουμε την αύξηση της εμπιστοσύνης, της επισκεψιμότητας και της πιστότητας των πελατών μας.

Τα οφέλη αυτά μπορούν να οδηγήσουν σε αύξηση της κερδοφορίας για την επιχείρησή μας.

Έχουμε, λοιπόν, την επιστημονική κατάρτιση, την αμεσότητα, τις ευκαιρίες και την κοινωνική ευαισθησία να προσφέρουμε στην κοινωνία μέσω της διοργάνωσης εκστρατειών και της παροχής υπηρεσιών και να δείξουμε τι πραγματικά αξίζουμε.

Είμαστε έτοιμοι να βγούμε μπροστά; ■



Τα ευαίσθητα δέρματα στον ήλιο

Για πολλά άτομα ο ήλιος δεν είναι φίλος. Ακόμη και η ελάχιστη έκθεσή τους στην ηλιακή ακτινοβολία, που σε φυσιολογικά άτομα δεν προκαλεί κανένα πρόβλημα, αρκεί για να παρουσιάσουν στο δέρμα τους μη φυσιολογικά συμπτώματα. Τώρα λοιπόν που μπαίνει η άνοιξη και κάνουμε τις απαραίτητες αγορές στο φαρμακείο με τα κατάλληλα αντηλιακά και γενικά τα προϊόντα για τα προβλήματα από τον ήλιο,ας προετοιμαστεί και όλη η ομάδα μας να γνωρίζει πώς να αντιμετωπίζει στον πάγκο τις πιο συχνές περιπτώσεις με ευαίσθησιες από τον ήλιο.

Τα ευαίσθητα ανοιχτόχρωμα δέρματα

«Μόλις βγαίνω στον ήλιο κοκκινίζω αμέσως»

«Έχω πολύ ανοιχτό δέρμα με φακίδες όπως βλέπετε και μόλις βγαίνω για λίγα λεπτά στον ήλιο το καλοκαίρι, ακόμη και για να πάω μέχρι τη θάλασσα να κάνω μπάνιο, κοκκινίζω και παθαίνω συχνά εγκαύματα. Βάζω κάποιο αντηλιακό με δείκτη 20 που αγόρασα από το S/M αλλά αυτό όπως αποδείχθηκε δεν με προστατεύει»

Η απάντησή σας

«Το δέρμα σας παρουσιάζει μια υπερευαίσθησία στον ήλιο λόγω του ανοικτού φωτότυπού σας. Το αντηλιακό με δείκτη 20 δεν σας καλύπτει. Εσείς χρειάζεστε ένα ιδιαίτερο δερματολογικό αντηλιακό με δείκτη 50+ και στο πρόσωπο αλλά και στο σώμα, που θα σας εξασφαλίζει πολύ υψηλή προστασία. Θα το εφαρμόζετε πριν την έκθεση στον ήλιο και θα το ανανεώνετε κάθε 2 ώρες εφόσον παραμείνετε έξω στον ήλιο ακόμη και κάτω από την ομπρέλα».

Τι πρέπει να γνωρίζει η ομάδα του φαρμακείου Ο φωτότυπος

Κάθε άτομο έχει έναν ιδιαίτερο φωτότυπο που καθορίζει το χρώμα του δέρματος,



των μαλλιών και των ματιών και φυσικά την ευαισθησία του στον ήλιο. Το χρώμα του δέρματος οφείλεται στην παρουσία χρωστικών πρωτεϊνών που ονομάζονται μελανίνες και διακρίνονται στις σκουρόχρωμες - ευμελανίνες και στις ανοιχτόχρωμες - φαιομελανίνες. Η διαφορετική αναλογία τους από άτομο σε άτομο καθορίζει τον φωτότυπό του και κατ'επέκταση την ευαισθησία του στον ήλιο. Έτσι έχουμε διαβαθμίσεις φωτότυπου από το 0 που είναι οι αλμπίνος, έως το 6 που είναι οι μαύροι. Άτομα με φωτότυπο 1-3 έχουν ανοιχτόχρωμο δέρμα και παθαίνουν εύκολα εγκαύ-

ΟΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΣΑΣ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΑ ΕΥΑΙΣΘΗΤΑ ΔΕΡΜΑΤΑ

- Αποφύγετε την πολύωρη και την απότομη, χωρίς προστασία έκθεση στον ήλιο
- Χρησιμοποιήστε πάντα πριν την έκθεση στον ήλιο ένα αντηλιακό ευρέος φάσματος και πολύ υψηλής προστασίας 50+ σε επαρκή ποσότητα, για να σχηματισθεί ένα ομοιογενές φιλμ πάνω στο δέρμα
- Ανανεώστε τη χρήση του κάθε 1,5-2 ώρες maximum, αλλά και μετά το μπάνιο ή μετά από έντονη εφίδρωση, ακόμη και κάτω από την ομπρέλα
- Μην παραμένετε στον ήλιο για μεγάλο διάστημα με τη δικαιολογία ότι χρησιμοποιείτε μια πολύ υψηλή προστασία
- Καλύψτε τα ευαίσθητα σημεία σας με ρούχα. Να φοράτε πάντα καπέλο και απορροφητικά γυαλιά ηλίου. Να πίνετε πολύ νερό και να φοράτε μετά μια κρέμα βαθιάς ενυδάτωσης για ευαίσθητα δέρματα
- Να προτιμάτε τα σκιερά μέρη κατά την παραμονή σας στην ακροθαλασσιά
- Αποφύγετε τη χρήση αρωμάτων, αποσμηκτικών και καλλυντικών έντονα αρωματισμένων πριν τη έκθεση στον ήλιο
- Η συννεφιά δεν εμποδίζει τις αντιδράσεις από την ηλιακή ακτινοβολία
- Μη χρησιμοποιείτε ένα αντηλιακό που έχετε ανοίξει τη συσκευασία του πέρα από τη σεζόν

ματα στον ήλιο, ενώ αυτοί που έχουν πιο σκούρο, πιο σταρμένο δέρμα με φωτότυπο από 4-5, έχουν πιο μεγάλο ποσοστό από σκουρόχρωμες μελανίνες που τους προστατεύουν περισσότερο από το ηλιακό έγκαυμα και φυσικά τους επιτρέπει ένα γρήγορο και βαθύ μαύρισμα.

Η επιλογή του κατάλληλου αντηλιακού

Για την κατάλληλη σύσταση αντηλιακού, το πρώτο κριτήριο είναι ο δείκτης προστασίας που παρέχει. Γνωρίζουμε ότι η υπεριώδης ακτινοβολία ευθύνεται κυρίως για τις αντιδράσεις του δέρματος στον ήλιο. Η UVB ευθύνεται για το κοκκίνισμα και το έγκαυμα, μετριέται με τον δείκτη προστασίας SPF που ιδανικά δείχνει πόσο χρόνο παραπάνω μας προστατεύει το προϊόν από ό,τι χωρίς προστασία. Στην πραγματικότητα όμως δεν θα πρέπει να ξεπερνάμε τις 2 ώρες ανανέωσης για το αντηλιακό, λόγω της εφίδρωσης στο δέρμα και της απώλειας της προστατευτικής του δράσης. Η UVA είναι πιο διεισδυτική και πιο καταστροφική στο δέρμα, υπεύθυνη για τη φωτογήρανση και τις φωτοευαισθησίες αλλήλα και για τον καρκίνο του δέρματος. Δεν υπάρχει standard δείκτης προστασίας για την ακτινοβολία UVA. Ο πιο συχνά χρησιμοποιούμενος είναι ο IPP που βασίζεται στη μέτρηση «in vivo» της άμεσης μελάγχρωσης από τη UVA.

Εκτός όμως από το δείκτη προστασίας, σημαντική στην επιλογή και την πρόταση του αντηλιακού είναι η υφή και η μορφή του. Λεπτές υφές που απλώνονται εύκολα, δεν κολλάνε και δεν γυαλίζουν στο δέρμα, κρέμες ή γαλακτώματα που αφήνουν ένα όσο το δυνατό αόρατο φιλμ πάνω στην επιδερμίδα προτιμώνται, γιατί η αισθητική και η ευχαρίστηση στη χρήση είναι βασικά κριτήρια για την επιλογή του πελάτη. Τα νέα αντηλιακά με καινοτόμες συνθέσεις και συνδυασμούς φωτοπροστατευτικών μέσων, προσπαθούν με την επικοινωνία τους να πείσουν τον καταναλωτή για την ασφαλή τους φωτοπροστασία αλλήλα και την κοσμητική τους. Παράλληλα, μορφές πρακτικές σε σπρέι, στικ αλλήλα και οι παραδοσιακές κρέμες και γαλακτώματα, εξασφαλίζουν μια ευρεία επιλογή για κάθε μέρος του σώματος και όλες τις προτιμήσεις.

Έχετε τραβήγματα με τον Ήλιο;

Flamigel®

olvos
SCIENCE



Μόνο στα
Φαρμακεία

Ηλιακό έγκαυμα
Κοκκινίλες
Ερεθισμός
Αίσθηση τραβήγματος
Κνησμός
Αφυδάτωση
Ξηροδερμία

spray

gel



Κατάλληλα για Βρέφη,
Παιδιά και Ενήλικες,
Πρόσωπο και Σώμα.

Εξειδίκευση στη δερματική αποκατάσταση και επούλωση των πληγών*

* ευρεσιτεχνία διεθνώς αναγνωρισμένη

Ηλιακό έγκαυμα
Οκτιακά εγκαύματα
Μικροτραυματισμοί

Κάνετε τον ήλιο
φίλο σας με
την αποτελεσματική
προστασία UVB-UVA

Αντηλιακά Avène 2010

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
ΣΥΝΘΕΣΗ
SunSitive protection®




Pierre Fabre

EAU THERMALE
Avène



Avène, οι ιαματικές Εγκαταστάσεις του ευαίσθητου δέρματος

Το ηλιακό εξάνθημα «Έχω βγάλεи εξανθήματα στο ντεκολτέ»

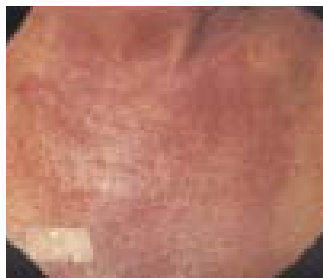
«Ούτε 20 λεπτά δεν έμεινα στον ήλιο και γέμισα κόκκινα εξανθήματα στο ντεκολτέ. Έχω φαγούρα και με τσούζουν!»

Η απάντησή σας

«Τα εξανθήματα αυτά είναι χαρακτηριστικά του ηλιακού εξανθήματος. Μείνετε ήσυχη όμως, θα φύγουν το πολύ σε 8-10 μέρες χωρίς να αφήσουν ίχνη. Για τη φαγούρα και τον ερεθισμό σας, προτείνω μια κρέμα αντιφλεγμονώδη πρωί και βράδυ, ενώ όταν βγαίνετε στο ήλιο να φοράτε ένα αντηλιακό πολύ υψηλής προστασίας και όσο μπορείτε να καλύπτετε την περιοχή του ντεκολτέ»

Τι πρέπει να γνωρίζει η ομάδα του φαρμακείου

Το ηλιακό εξάνθημα είναι μια καλοήθης αντίδραση από τον ήλιο που οφείλεται κυρίως στη UVA ακτινοβολία. Προσβάλλει κυρίως γυναίκες από 15-35 ετών και εμφανίζεται μετά από τις πρώτες μέρες έκθεσης στον ήλιο την άνοιξη και το καλοκαίρι, ενώ υποτροπιάζει σχεδόν κάθε χρόνο συνήθως με σοβαρότερα συμπτώματα. Εκδηλώνεται μόνο σε περιοχές που εκτίθενται στον ήλιο όπως το ντεκολτέ, οι ώμοι, οι βραχίονες και το πάνω μέρος των χεριών. Χαρακτηριστικό της είναι ότι δεν προσβάλλει το πρόσωπο, σε αντίθεση με το πολύμορφο εκ φωτός εξάνθημα.



Πρωταρχικό μέλημα για την αντιμετώπισή του είναι να συστήσουμε μια αντισταμινική κρέμα ή ένα ήπιο δερμοκορτικοειδές και να συμβουλεύσουμε τη πελάτισσα να καλύπτει με ρούχα τα σημεία αυτά, όταν είναι αναγκασμένη να εκτεθεί στον ήλιο και να φορά αντηλιακό πολύ υψηλής προστασίας. Για να αποφύγει δε τις υποτροπές, καλό είναι να συστήσουμε συμπληρώματα διατροφής με καροτενοειδή, βιταμίνες A, E, φλαβονοειδή ή και αντιοξειδωτικά ένζυμα (συνένζυμο Q10 και SOD).

Πρωταρχικό μέλημα για την αντιμετώπισή του είναι να συστήσουμε μια αντισταμινική κρέμα ή ένα ήπιο δερμοκορτικοειδές και να συμβουλεύσουμε τη πελάτισσα να καλύπτει με ρούχα τα σημεία αυτά, όταν είναι αναγκασμένη να εκτεθεί στον ήλιο και να φορά αντηλιακό πολύ υψηλής προστασίας. Για να αποφύγει δε τις υποτροπές, καλό είναι να συστήσουμε συμπληρώματα διατροφής με καροτενοειδή, βιταμίνες A, E, φλαβονοειδή ή και αντιοξειδωτικά ένζυμα (συνένζυμο Q10 και SOD).

Η φαρμακευτική φωτοευαισθησία «Έχω βγάλεи κόκκινες πλάκες στα γόνατα»

«Εχθές στο γυμναστήριο καταπόνησα κάπως περισσότερο τα γόνατά μου και έτσι έβαλα τοπικά ένα ζελ για τη φλεγμονή όπως κάνω συνήθως. Στη συνέχεια πήγα στη θάλασσα για μπανάκι. Ούτε μισή ώρα δεν έμεινα στον ήλιο και βγήκαν αυτές οι κοκκινίλες στα γόνατα και στους μηρούς»

Η απάντησή σας

«Ορισμένα φάρμακα αυξάνουν την ευαισθησία του δέρματος στην ηλιακή έκθεση, όπως για παράδειγμα το αντιφλεγμονώδες ζελ που χρησιμοποιήσατε. Όταν λοιπόν χρησιμοποιείτε τέτοια φωτοευαισθητοποιά φάρμακα, πρέπει να μην εκτίθεται στον ήλιο γυμνό το δέρμα σας στη συγκεκριμένη περιοχή. Θα σας συστήσω μια ήπια κρέμα κορτιζόνης για τοπική εφαρμογή για να περάσει η φλεγμονή. Και φυσικά ο ήλιος αντενδείκνυται παντελώς τις επόμενες μέρες, μέχρι να φύγουν τελείως οι κόκκινες αυτές πλάκες»

Τι πρέπει να γνωρίζει η ομάδα του φαρμακείου

Φωτοδερματίτιδα είναι κάθε ευαισθησία του δέρματος στο ηλιακό φως, ενδογενούς ή εξωγενούς αιτιολογίας (όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση λόγω λήψης φαρμάκου). Η φωτοευαισθησία μπορεί να συμβεί και από την τοπική χρήση ουσιών (π.χ. φάρμακα, αρώματα, καλλυ-

Έχετε τραβήγματα με τον Ήλιο; Flamigel®

olvos
SCIENCE



Μόνο στα
Φαρμακεία

Ηλιακό έγκαυμα
Κοκκινίλες
Ερεθισμός
Αίσθηση τραβήγματος
Κνησμός
Αφυδάτωση
Ξηροδερμία

Κατάλληλα για Βρέφη,
Παιδιά και Ενήλικες,
Πρόσωπο και Σώμα.



Εξειδίκευση στη δερματική αποκατάσταση και επούλωση των πληγών*

* ευρεσιτεχνία διεθνώς αναγνωρισμένη

Ηλιακό έγκαυμα
Οκτιακά εγκαύματα
Μικροτραυματισμοί



CERA di CUPRA[®]
SUN

Χρυσή Επιλογή

για αντιλιακή προστασία με
καλλυντική δράση

Αποτρέπει • τη Γήρανση • τις Ρυτίδες
• τις Πανάδες



ΤΙΣ ΜΟΝΟ ΣΤΙΣ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ
ΣΕ ΤΙΜΗ ΕΚΠΛΗΞΗ

Health Plus S.A.
PHARMACEUTICALS - COSMETICS

ΑΘΗΝΑ: ΛΕΩΣ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 2, ΓΑΥΒΑΔΑ 166 75, ΤΗΛ. 210.96471462 • ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΓΙΑΝΝΗΤΕΩΝ 31, ΤΗΛ. 2310-540.575

www.health-plus.gr

ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΦΩΤΟΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΑ ΦΑΡΜΑΚΑ		
Θεραπευτική κλάση	Φωτοευαίσθητοποιός ουσία	Να γνωρίζετε ότι
1. ΦΑΡΜΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΑ		
Αντιφλεγμονώδη	Δικλοφενάκη, Ινδομεθακίνη, Τριπτοφαινικό οξύ, Κετοπροφαίνη	Συμπεριλαμβάνονται και τα κολλήτρια και τα υπόθετα
Αντιβιοτικά	Κυκλίνες	Κυρίως η δοξικυκλίνη
	Κινολόνες	
Φαινοθειαζίνες	Χλωροπρομαζίνη	Χρώση κυανίζουσα σε περίπτωση χρόνιας λήψης και ταυτόχρονης έκθεσης στον ήλιο
Ψωραλένια	5-MOP, 8-MOP	Χρησιμοποιούνται στη θεραπεία της ψωρίασης
Αντιαρρυθμικά	Αμινοδαρόνη	Μηλε χρώση στο 15% των περιπτώσεων
Ρετινοειδή	Τρετινοΐνη, Ισορετινοΐνη	Χρησιμοποιούνται στη θεραπεία ακμής
2. ΦΑΡΜΑΚΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ		
Αντιακνεία	Υπεροξειδίο του βενζοϊού	Όχι παράλληλη χρήση με έντονη έκθεση στον ήλιο
Φαινοθειαζίνες	Προμεθαζίνη, Χλωροπροεθαζίνη	Απαραίτητη η παράλληλη χρήση αντιηλιακού
Ψωραλένια	Μεθοξαλένια	Χρησιμοποιούνται στη θεραπεία της ψωρίασης
Μη Στεροειδή Αντιφλεγμονώδη	Κετοπροφαίνη, πυροξικάμη	Αποφύγετε την έκθεση στον ήλιο μέχρι και 10 μέρες μετά τη διακοπή της θεραπείας

ντικά, χημικά αντηλιακά φίλτρα, φυτά και γρασίδι) αλλά και από τη συστηματική χρήση ορισμένων φαρμάκων. Οι φλεγμονώδεις εκδηλώσεις της εμφανίζονται κυρίως στις εκτιθέμενες ζώνες του σώματος.

Για την πρόληψη

4 μέτρα θα πρέπει να ληφθούν:

- Μετά από συμφωνία με το γιατρό και εφόσον η παθολογία το επιτρέπει, να σταματήσει κατά τους θερινούς μήνες η φωτοευαίσθητοποιός αγωγή ή να μειωθεί η δόσολογία της
- Να περιορισθεί η έκθεση στον ήλιο
- Να ενισχυθεί η προστασία με ρουχισμό
- Να εφαρμόζεται ένα αντηλιακό πολύ υψηλής προστασίας στις εκτιθέμενες ζώνες.

Τα δέρματα με ακμή

«Με τη θεραπεία μου για την ακμή, πρέπει να αποφεύγω τον ήλιο;»

«Ο δερματολόγος μου έγραψε αντιβιοτικά για την ακμή μου και μου είπε να αποφεύγω τον ήλιο. Τώρα που είναι άνοιξη όμως και σε λίγο καλοκαίρι και είμαστε τόσο συχνά έξω στον ήλιο, πιστεύω ότι η ήλιος θα βελτιώσει την ακμή μου. Είναι τόσο απαραίτητο να τον αποφεύγω;»

Η απάντησή σας

«Το αντιβιοτικό που σας έγραψε ο γιατρός σας είναι φωτοευαίσθητοποιό. Αν εκτίθεστε παράλληλα στον ήλιο, υπάρχει κίνδυνος να εμφανίσετε μια έντονη αντίδραση στο δέρμα σαν έντονο έγκαυμα που θα αφήσει και μια υπέρχρωση. Σας συνιστώ να αποφεύγετε τον ήλιο όσο μπορείτε και όταν βγαίνετε έξω με ηλιοφάνεια, να φοράτε ένα ειδικό αντηλιακό για δέρματα με ακμή»

Τι πρέπει να γνωρίζει η ομάδα του φαρμακείου

Οι υπεριώδεις ακτίνες, κυρίως οι UVB, προκαλούν μια πάχυνση της επιδερμίδας. Είναι ένας μηχανισμός αντίδρασης του δέρματος απέναντι στη διείσδυση της ακτινοβολίας. Αυτή η υπερκεράτωση συμβαίνει και στον τριχοθύλακα και κατά συνέπεια επιδεινώνει σε ένα δεύτερο χρόνο την ακμή, γιατί αποτελεί ένα από τα κυρίαρχα αίτια της. Η συμβουλή σας λοιπόν πρέπει να προσανατολισθεί στην αποφυγή έκθεσης στον ήλιο σε όλα τα δέρματα με ακμή,

είτε ακολουθούν θεραπεία είτε όχι και στη χρήση αντηλιακού υψηλής προστασίας χωρίς λιπαρή υφή, μη φαγεσωρογόνο και χωρίς άρωμα και φυσικά να χρησιμοποιείται σαν βάση μια κρέμα ενυδάτωσης ειδική για δέρματα με ακμή.

Η υπό- ή υπερμελάγχρωση «Έχω λευκές κηλίδες στο δέρμα»

«Έχω εδώ και καιρό αυτές τις λευκές κηλίδες στα χέρια και στον κορμό. Ακόμη και όταν κάνω ηλιοθεραπεία, αντί να μαυρίζω εκεί, αυτές γίνονται πιο εμφανείς. Πώς μπορώ να τις καλύψω;»

Η απάντησή σας

«Πρόκειται απ' ό,τι φαίνεται για λεύκη, μια παθολογία του δέρματος που οφείλεται στη έλλειψη μελανίνης σε αυτά τα σημεία. Προσοχή, η έκθεση στον ήλιο μπορεί να είναι επικίνδυνη για εγκαύματα σε αυτές οι λευκές ζώνες, γιατί στερούνται την προστατευτική μελανίνη. Για αισθητικούς λόγους, μπορείτε να χρησιμοποιείται ένα ειδικό καλλυπτικό δερματολογικό make-up, που παράλληλα σας προσφέρει και αντηλιακή προστασία»

Τι πρέπει να γνωρίζει η ομάδα του φαρμακείου

Η **λεύκη** είναι μια μη μεταδοτική και μη φλεγμονώδης αυτοάνοση πάθηση του δέρματος που προσβάλλει το 1% του πληθυσμού. Η αιτία της είναι άγνωστη και η κληρονομικότητα ευθύνεται στο 1/3 των περιπτώσεων. Οι λευκές κηλίδες υπο-μελάγχρωσης εμφανίζονται κυρίως στις μασχάλες, τα γόνατα και τους αγκώνες, στη πλάτη, στα χέ-



ρια και στα γεννητικά όργανα. Αντίθετα, οι **κηλίδες υπερμελάγχρωσης ή μέλασμα ή χλόασμα**, οφείλονται σε μια μη φυσιολογική υπέρμετρη παραγωγή κοκκίων της μελανίνης που συσσωρεύονται περισσότερο σε ορισμένα σημεία. Είναι οι γνωστές μας κηλίδες από τον ήλιο που εμφανίζονται στο πρόσωπο, στο ντεκοιτέ αηλά και στα χέρια. Εμφανίζονται στο πρόσωπο κυρίως σε εγκύους μετά τον τέταρτο μήνα, λόγω αύξησης οιστρογόνων που διεγείρει τα μελανοκύτταρα και ονομάζονται «μάσκα εγκυμοσύνης». Παράλληλα, εμφανίζονται και σε δέρματα ώριμα και ονομάζονται «κηλίδες γήρανης».

Στο φαρμακείο διαθέτουμε μια ευρεία επιλογή αντιηλιακών για την προστασία των διαταραχών μελάγχρωσης αηλά παράλληλα και καλλυντικά προϊόντα κατά των κηλίδων από τον ήλιο.

Ιδιαίτερα όταν συστήνουμε τα τελευταία, τα λεγόμενα καλλυντικά αποχρωματισμού (δρουν με διά-

φορους μηχανισμούς στην αναστολή της μελανογένεσης) θα πρέπει να τονίσουμε στον πελάτη τη συνεχή χρήση τους πρωί-βράδυ για τουλάχιστον 2 μήνες, ώστε να αξιολογήσουν το αποτέλεσμα. Δεν τα συστήνουμε φυσικά κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης. Και να μην ξεχνάμε να επιμείνουμε στην παράλληλη και τακτική χρήση αντιηλιακού όταν βγαίνουν στον ήλιο χειμώνα-καλοκαίρι. Σε περιπτώσεις έντονων υπερμελάγχρωσης, η σύσταση επίσκεψης στον ειδικό δερματολόγο κρίνεται απαραίτητη.

ΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΜΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΠΡΩΘΗΣΗ

1 Μάθετε πολύ καλά τα προϊόντα για όλες τις ευαισθησίες στον ήλιο που έχετε στο φαρμακείο σας, για να μπορείτε να τα ξεχωρίσετε εύκολα ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη. Δερματολογικά συνταγογραφούμενα, φυτικά, βιολογικά, πιο οικονομικά, πιο prestige κ.ο.κ. Μια ευρεία επιλογή για όλες τις επιθυμίες και όλα τα βαλάντια!

2 Μάθετε να αναγνωρίζετε τη ζήτηση με απλές ερωτήσεις διερεύνησης. Έτσι θα προτείνετε το κατάλληλο προϊόν για τον κατάλληλο τύπο πελατείας.

3 Μην αμελείτε τα οφέλη προϊόντος κατά τη πρότασή σας για το συγκεκριμένο τύπο πελάτη.

4 Εφαρμόστε τη συμπληρωματική πρόταση για πιο ολοκληρωμένη συμβουλή υγείας.

Παραδείγματα: Αντηλιακό σε συνδυασμό με συμπλήρωμα διατροφής αντιοξειδωτικό και ένα ειδικό ενυδατικό γαλάκτωμα για μετά τον ήλιο. Τοπικό αντιφλεγμονώδες για τις ευαισθησίες από τον ήλιο ή την ανακούφιση από το ερύθημα σε συνδυασμό με αντηλιακό. Προϊόν αποχρωματισμού σε συνδυασμό πάντα με αντηλιακό.

5 Προσωποποιήστε πάντα τη πρόταση σας «Ειδικά για σας θα προτείνω...», «Αυτό το προϊόν είναι ιδανικό για τη περίπτωση σας».

6 Φροντίστε το merchandizing αυτής της κατηγορίας. Ομαδοποιήστε όλα τα αντηλιακά μαζί, σε ένα «ζεστό» σημείο του φαρμακείου σας. Μια γόνδοια προβολής αμέσως μετά την είσοδο του φαρμακείου είναι ιδανική. Τοποθετήστε πάνω - πάνω όλα τα αντηλιακά πολύ υψηλής προστασίας Είναι τα αντηλιακά που κινούνται περισσότερο στο φαρμακείο. Μην αμελείτε να τοποθετήσετε μαζί και τα προϊόντα για την ανακούφιση από ερεθισμούς του ήλιου, αηλά και τα κατάλληλα συμπληρώματα διατροφής. Βάψτε ένα δελεαστικό μήνυμα όπως «Φροντίστε το δέρμα σας στον ήλιο» με έναν ήλιο για ζωγραφιά. Αηλά μπορείτε να τοποθετήσετε παράλληλα και αντιπροσωπευτικά αντηλιακά στα ράφια κάθε μάρκας. Επιλέγοντας αυτή τη διπλή στρατηγική merchandizing, επωφεληίστε διπλά: Και από την απόδοση της θεματικής γόνδοιας ή ραφιού, αηλά και από την απόδοση της δυναμικής της μάρκας.

7 Φροντίστε τη βιτρίνα σας. Δημιουργήστε με απλά υλικά τη δική σας θεματική βιτρίνα για την προστασία από τον ήλιο. Μια ομπρέλα, μια πετσέτα θαλάσσης, γυαλιά ηλίου και καπέλο, λίγη άμμος και κοχύλια και έδωσε το σκηνικό! ■

Πόπη Χαραμή

Έχετε τραβήγματα με τον Ήλιο;



Μόνο στα
Φαρμακεία

Flamigel®

olvos
SCIENCE

Ηλιακό έγκαυμα
Κοκκινίλες
Ερεθισμός
Αίσθηση τραβήγματος
Κνησμός
Αφυδάτωση
Ξηροδερμία

Κατάλληλα για Βρέφη,
Παιδιά και Ενήλικες,
Πρόσωπο και Σώμα.

spray



gel



Εξειδίκευση στη δερματική αποκατάσταση και επούλωση των πληγών*

* ευρεσιτεχνία διεθνώς αναγνωρισμένη

Ηλιακό έγκαυμα
Οικιακά εγκαύματα
Μικροτραυματισμοί

Πώς να κερδίσετε τον «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ» πελάτη σας...



Το διαδίκτυο αποτελεί σήμερα ένα απαραίτητο μέσο για το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής πελατοκεντρικού μάρκετινγκ. Για να μπορέσει, ωστόσο, η ηλεκτρονική παρουσία σας να έχει τα προσδοκώμενα οφέλη, απαιτείται σωστή αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει το ίντερνετ, σε συνδυασμό με την ισότιμη αντιμετώπισή της έναντι του παραδοσιακού τρόπου λειτουργίας.

■ Από τον **ΒΑΣΙΛΗ ΑΡΓΥΡΑΚΟ**, Key Account Manager ADVANCE Pharmacies

Από το «μερίδιο αγοράς» στο «μερίδιο πελάτη»

Ιστορικά, το μάρκετινγκ αναπτύχθηκε από επιχειρήσεις που στόχευαν στην αύξηση του μεριδίου αγοράς τους μέσω ισχυρής εικόνας, καινοτομίας ή πλεονεκτήματος τιμής. Οι όποιες ενέργειες μάρκετινγκ προς τους πελάτες ήταν μεμονωμένες και χωρίς μακροχρόνια προοπτική. Όσο οι αγορές ωρίμαζαν, ο ανταγωνισμός εντεινόταν και το κόστος των κλασικών μέσων μαζικής προώθησης και επικοινωνίας αυξανόταν, οι επιχειρήσεις συνειδητοποίησαν ότι το κόστος απόκτησης ενός νέου πελάτη έπρεπε να αντιμετωπισθεί ως επένδυση που θα αποσβενόταν μόνο με τη διαχρονική «αξιοποίησή» του μέσω ανάπτυξης σχέσης πιστότητας. Η συγκεκριμένη διαπίστωση αποτέλεσε την αρχή εφαρμογής του λεγόμενου «πελατοκεντρικού» μοντέλου, με κύριο στόχο την αύξηση του «μεριδίου πελάτη», δηλαδή του ποσοστού των δαπανών του πελάτη που μπορούσε να προσελκύσει η επιχείρηση, διευρύνοντας τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες της. Κλασικό παράδειγμα εφαρμογής πελατοκεντρικού μάρκετινγκ αποτελούν εδώ και 20 χρόνια τα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων, γνωστά ως "CRM" (Customer Relationship Management) που ορίζονται ως το σύνολο των μεθόδων, των εργαλείων και των τεχνολογιών που συμβάλλουν στην:

- Αύξηση της πιστότητας των υπάρχοντων πελατών, βελτιώνοντας το επίπεδο εξυπηρέτησης και τον βαθμό ικανοποίησής τους.
- Ανάπτυξη των περιθωρίων κέρδους ανά πελάτη με τη βοήθεια τεχνικών συμπληρωματικών πωλήσεων.

Ο ρόλος του διαδικτύου στην εξέλιξη του πελατοκεντρικού μάρκετινγκ

Τα τελευταία χρόνια, οι ταχύτατες αλλαγές στο χώρο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής συντέλεσαν στη ραγδαία εξάπλωση του διαδικτύου παγκοσμίως, εξέλιξη που αποτέλεσε την αφετηρία για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Η υιοθέτηση του e-CRM,

δηλαδή εφαρμογών CRM μέσω διαδικτύου, έδωσε νέα διάσταση στο χώρο των πωλήσεων και του μάρκετινγκ για την υλοποίηση μιας πελατοκεντρικής πολιτικής. Για παράδειγμα, η ευρέως διαδεδομένη τεχνολογία «ανάληψης κυκλοφορίας ιστοσελίδας», που πληροφορεί την επιχείρηση για το πώς έφτασε ο επισκέπτης στην ιστοσελίδα της, πόση ώρα έμεινε, ποιες σελίδες επισκέφθηκε, σε ποιο σημείο αποσυνδέθηκε, εάν αγόρασε και τι, συμβάλλει καταλυτικά στην αποτελεσματική τμηματοποίηση της πελατείας, στην ανάπτυξη εξατομικευμένων στρατηγικών πωλήσεων ανά τμήμα αγοράς, αλλιά και στην άμεση καταγραφή της στάσης και του βαθμού ικανοποίησης των πελατών.

Το e-mail ως εργαλείο του e-CRM

«Κλειδί» στην επιτυχημένη εφαρμογή ενός συστήματος e-CRM αποτελεί τις περισσότερες φορές η τακτική επαφή της επιχείρησης με τους πελάτες της μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Παρά τα προβλήματα που είχε προκαλέσει συχνά στο παρελθόν η αλόγιστη αποστολή διαφημιστικών e-mails χωρίς τη συγκατάθεση του παραλήπτη ("spamming"), όλο και περισσότερες επιχειρήσεις υιοθετούν τη συγκεκριμένη μορφή επικοινωνίας, με δημοφιλέστερες εφαρμογές τις ακόλουθες:

Newsletters: Εκδόσεις ηλεκτρονικών περιοδικών ("e-magazines"), στις οποίες η επιχείρηση προωθεί τον εαυτό της και τα προϊόντα της ή παραθέτει και κάποιες χρήσιμες, γενικού ενδιαφέροντος πληροφορίες. Στο χώρο του φαρμακείου, ένα ηλεκτρονικό newsletter προς τους πελάτες θα μπορούσε ενδεικτικά να περιέχει τα βασικά πορίσματα κάποιας εκδήλωσης που το φαρμακείο συμμετείχε πρόσφατα (π.χ. εξελίξεις στην καταπολέμηση του σακχαρώδη διαβήτη), αποκλειστικές προϊόντικές προσφορές, καθώς και γενικότερες εξελίξεις στον ιατροφαρμακευτικό χώρο.

Event driven campaigns: Εκστρατείες βασισμένες σε συγκεκριμένες ημερομηνίες ή εκδηλώσεις, π.χ. Καλοκαίρι, ήλιος & υγεία επιδερμίδας, Παγκόσμια ημέρα οστεοπόρωσης.

Precision marketing: Στοχευμένη αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων σε συγκεκριμένο κοινό, π.χ. προτάσεις συμπληρωμάτων διατροφής σε αθλητές και άτομα που ασκούνται, παρουσίαση σε μητέρες ειδικής ενημερωτικής έκδοσης του φαρμακείου για τη φροντίδα των νεογνών κ.λπ.

Στρατηγικές κατευθύνσεις διαδικτυακού μάρκετινγκ

Στον απέραντο κόσμο του διαδικτύου, λίγες είναι οι επιχειρήσεις που θεωρούνται επιτυχημένες. Το μυστικό της επιτυχίας τους; Έχουν εκμεταλλευθεί πλήρως τις δυνατότητες που τους παρέχει το συγκεκριμένο μέσο, ενώ παράλληλα αντιμετωπίζουν τη διαδικτυακή δραστηριότητά τους ισότιμα με την παραδοσιακή.

Πριν ξεκινήσετε, λοιπόν, τον σχεδιασμό ενός προγράμματος ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, θυμηθείτε τις παρακάτω βασικές στρατηγικές κατευθύνσεις:

• Καθορίστε για ποιο λόγο επιθυμείτε να δραστηριοποιηθείτε ηλεκτρονικά

Ξεκαθαρίστε εξ αρχής τους λόγους που επιθυμείτε να δραστηριοποιηθείτε ηλεκτρονικά. Πιστεύετε ότι η παρουσία του φαρμακείου σας στο διαδίκτυο θα σας προσδώσει αξία; Υπάρχει κάποιο κενό στην αγορά που μπορείτε να εκμεταλλευθείτε; Αντιμετωπίζετε το διαδίκτυο ως μια τεράστια ευκαιρία να σας οδηγήσει σε νέες αγορές; Κατά τη γνώμη σας, είναι αρκετά ώριμη η πελατεία σας να αποδεχθεί μια τέτοια κίνηση; Οι «παραδοσιακοί» πελάτες σας, θα σας ακολουθήσουν και στο διαδίκτυο; Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι μπορείτε να διαφοροποιηθείτε από τα άλλα φαρμακεία;

Αυτά είναι κάποια μόνο από τα ερωτήματα που καλείστε να απαντήσετε. Μην ξεκινήσετε ποτέ βασιζόμενοι στη λογική ότι «αφού διαθέτει ιστοσελίδα το διπλανό μου φαρμακείο, πρέπει να κατασκευάσω κι εγώ» ή «ας αντιγράψω τη στρατηγική του τάδε φαρμακείου, που τη θεωρώ επιτυχημένη». Κάθε επιχείρηση - φαρμακείο έχει δική της δυναμική και δικά της ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

• Κοινοποιήστε τη διαδικτυακή παρουσία σας

Οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι «το να κατασκευάσεις απλά μια ιστοσελίδα είναι σαν να ετοιμάζεις βιτρίνα σε δρόμο χωρίς κίνηση». Συνεπώς, βασική προϋπόθεση για την προσέλκυση πελατείας αποτελεί η ευρύτερη δυνατή κοινοποίηση της διαδικτυακής παρουσίας σας είτε μέσω του ίντερνετ, είτε με τη βοήθεια των παραδοσιακών μέσων.

Βασικοί τρόποι για την προώθηση της ιστοσελίδας μέσω του ίντερνετ είναι η αγορά διαφημιστικού χώρου σε σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας (π.χ. www.health.in.gr), η διασύνδεση με άλλες σχετικές ιστοσελίδες (π.χ. διασύνδεση της ιστοσελίδας του φαρμακείου σας με την ιστοσελίδα του αντίστοιχου φαρμακευτικού συλλόγου ή ακόμη και του δικτύου που το φαρμακείο σας αποτελεί



Τα τελευταία χρόνια, οι ταχύτερες αλλαγές στο χώρο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής συντέλεσαν στη ραγδαία εξάπλωση του διαδικτύου παγκοσμίως, εξέλιξη που αποτέλεσε την αφετηρία για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν.



μέλος) καθώς και οι ομάδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως τα γνωστά Facebook και Twitter.

Παράλληλα, όσο κι αν η κοινωνία βαδίζει ορθοταχώς προς την πλήρη «ψηφιοποίηση», δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να αγνοήσετε την επικουρική στήριξη που μπορούν να σας παράσχουν τα κλασικά προωθητικά μέσα, ώστε να προσεγγίσετε και άτομα που δεν είναι ακόμη εξοικειωμένα με το διαδίκτυο. Σακούλες, ετικέτες, παραστατικά έγγραφα, καλύμματα βιβλιαρίων, κουτάκια δισκίων, ατζέντες και πολλά ακόμη αναλώσιμα που δίνετε στους πελάτες σας, αποτελούν ιδανικά μέσα προβολής της ιστοσελίδας σας και του ηλεκτρονικού σας ταχυδρομείου.

• Σχεδιάστε το περιεχόμενο με γνώμονα τις ανάγκες των πελατών σας

Λόγω των αναρίθμητων διαδικτυακών τόπων που υπάρχουν σήμερα, οι περισσότερες μελέτες καταλήγουν πως οι επισκέπτες μιας ιστοσελίδας αποφασίζουν, κατά μέσον όρο, μέσα στα πρώτα 30 δευτερόλεπτα, αν θα παραμείνουν ή όχι σ' αυτήν. Συνεπώς, μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα πρέπει να τους τραβήξετε την προσοχή και να τους πείσετε.

«Κλειδιά» της επιτυχίας θεωρούνται:

- Η ευχρηστία της σελίδας.
- Η τακτική ενημέρωση του περιεχομένου της σελίδας, που δείχνει ενδιαφέρον και δυναμική δράση. Η ενημέρωση μπορεί να σχετίζεται τόσο με την παροχή επιστημονικής αρθρογραφίας δικής σας ή συνεργατών σας για θέματα που απασχολούν καθημερινά τους πελάτες σας, όσο και με την παράθεση σημαντικών εξελίξεων από τον ιατροφαρμακευτικό χώρο.
- Σε περίπτωση πραγματοποίησης ηλεκτρονικού εμπόριου, οι ξεκάθαρες τιμές και οι ευκρινείς όροι συναλλαγών, που δίνουν σιγουριά στον πελάτη ότι συνεργάζεται



FREZYDERM HAIRLINE

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΔΕΡΜΟΚΑΛΥΝΤΙΚΕΣ ΑΓΩΓΕΣ



Βασισμένη στην **διαφοροποίηση ανδρικής και γυναικείας τριχοφυίας** και τους **κίρκαδιανούς ρυθμούς τριχικής ανάπτυξης** και με καινοτόμες συνθέσεις στηριγμένες στα

- δραστικά βιοτεχνολογικά μόρια και
- βιοενεργά φυτικά εκχυλίσματα

Η FREZYDERM παρουσιάζει τις πρώτες ολοκληρωμένες δερμοκαθλυντικές αγωγές για τα ποικίλα προβλήματα μαλλιών, οι οποίες συνδυάζουν

- συνέργεια με φαρμακευτικές θεραπείες
- θεραπευτική προσέγγιση με γαληνικά σχήματα
- κοσμητική φροντίδα και περιποίηση
- **προϊόντα Parabens free**



FREZYDERM
DERMOCEUTICALS

Κεντρικά: Μενάνδρου 75, 104 37 Αθήνα, Τ: 210 5246900, Φ: 210 5244433, Υποκατάστημα Β. Ελλάδας: Κων. Καραμανλή 112
54 248 Θεσσαλονίκη, Τ: 2310 327210, Φ: 2310 327211, e: info@frezyderm.com, www.frezyderm.com, τηλ. επικοινωνίας: 210 5246900



με σοβαρή επιχείρηση που δεν προσπαθεί να τον παραπλανήσει.

• **Δημιουργήστε έναν πρόσθετο λόγο για να επισκεφθούν οι πελάτες την ιστοσελίδα σας**

Μια από τις εσφαλμένες αντιλήψεις που επικρατούσαν στην παλιά οικονομία είναι ότι «φτιάχνοντας ένα καλό προϊόν και μια καλή βιτρίνα, η επιχείρηση έχει εξασφαλισμένη πελατεία». Στη σημερινή εποχή ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένο, με το μεγάλο «στοίχημα» να βρίσκεται πλέον στο πώς η επιχείρηση θα πείσει τον επισκέπτη να περνάει συνέχεια από την ηλεκτρονική «βιτρίνα» της.

Κρίσιμοι παράγοντες είναι:

- Η διαφοροποίηση περιεχομένου, με παρουσίαση πρωτότυπων προϊόντων (π.χ. προϊόντα αποκλειστικής διάθεσης) και υπηρεσιών (π.χ. στήλη «διαλόγου» με τους πελάτες για θέματα υγείας και ευεξίας).
- Η δωρεάν παροχή κάποιων προνομίων (π.χ. δωρεάν «κατέβασμα» σε ηλεκτρονική μορφή του περιοδικού που εκδίδει το φαρμακείο ή το δίκτυο που ανήκει), που λειτουργεί ως κίνητρο στους επισκέπτες να επιδείξουν εντονότερο ενδιαφέρον και να επιδιώξουν περαιτέρω επικοινωνία.
- Η εφαρμογή προγραμμάτων πιστότητας με την παροχή δώρων ή ειδικών τιμών για αγορές μέσω της ιστοσελίδας.

• **Χρησιμοποιήστε την αποστολή ενημερωτικών e-mails στρατηγικά**

Υιοθετήστε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στο πλαίσιο μιας στρατηγικής ανάπτυξης προσωπικών σχέσεων με τους πελάτες σας. Χρησιμοποιήστε το για τακτική, ποιοτική επικοινωνία μαζί τους και όχι για αλόγιστη ανταλλαγή μηνυμάτων.

Κλείνοντας, θα πρέπει να τονιστεί ότι το ηλεκτρονικό «επιχειρείν» δεν υποκαθιστά την κλασική επιχειρηματική δραστηριότητά σας, αλλά τη συμπληρώνει και την επεκτείνει σε νέες αγορές- στόχους. ■

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Βασίλης Αργυράκος είναι απόφοιτος του Τμήματος Επιχειρησιακής Έρευνας & Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και κάτοχος M.Sc. στο Μάρκετινγκ και την Επικοινωνία με Νέες Τεχνολογίες από το ίδιο πανεπιστήμιο, με αντικείμενο διπλωματικής εργασίας «Η στάση των Ελλήνων καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας». Από τον Ιανουάριο του 2007 εργάζεται στο τμήμα Μάρκετινγκ του Πανελλαδικού Δικτύου Φαρμακείων ADVANCE Pharmacies.

[ΕΝΑ ΦΩΤΕΙΝΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ]



Από το φαρμακείο Καπόγιαννης Κ. και Κωστοπούλου Θ. στο Ναύπλιο

Ο διαδικτυακός τόπος του φαρμακείου μας www.pharmacy-nafplio.gr, δημιουργήθηκε το 2007. Η φιλοσοφία της ιστοσελίδας μας ήταν και είναι η ίδια με αυτή που έχουμε και στο φαρμακείο μας στα 15 χρόνια λειτουργίας του: Η έγκυρη επιστημονική συμβουλή, η ανθρώπινη αντιμετώπιση των προβλημάτων των ασθενών μας και η υψηλή ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Συγκεκριμένα, στην ιστοσελίδα μας υπάρχει τακτική ενημέρωση του επισκέπτη (ανανέωση κάθε 15 ημέρες) σε νέα από το χώρο του φαρμάκου, της ομορφιάς (συμβουλή ομορφιάς του μήνα) και του φαρμακείου μας. Επίσης, σημαντικό κομμάτι της ιστοσελίδας αποτελεί το τμήμα των άρθρων. Εκεί σε μορφή pdf προβάλλονται τα ενημερωτικά φυλλάδια που διανέμονται δωρεάν μέσα στο χώρο του φαρμακείου μας και αφορούν σημαντικά και επίκαιρα θέματα υγείας.

Η όλη προσπάθειά μας είχε και έχει ως στόχο την άμεση, απρόσκοπτη και αμφίδρομη επικοινωνία. Με τον τρόπο αυτό οποιαδήποτε ημέρα και ώρα της εβδομάδας ο ασθενής ή πελάτης μας μπορεί να υποβάλει την παρατήρησή του ή την ερώτησή του και να λάβει σε σύντομο χρονικό διάστημα μια τεκμηριωμένη επιστημονικά απάντηση.

Είναι πολύ νωρίς να κρίνουμε τα αποτελέσματα της λειτουργίας της ιστοσελίδας μας. Οι μετρήσεις μέχρι τώρα έχουν δείξει μια αξιόλογη επισκεψιμότητα. Περισσότερο όμως από όλα χαίρομαστε για τις παρατηρήσεις και τις ερωτήσεις των επισκεπτών μας που είναι πολλές και αξιόλογες.

Κάποιες φορές, ο πόνος δεν “παλεύεται”...

Feldene Gel

Γιατί να αφήνετε τον πόνο να σας καθλώνει;

Σήμερα, οι πόνοι στη μέση, στον αυχένα, στις αρθρώσεις ή στους μύες αντιμετωπίζονται αποτελεσματικά.

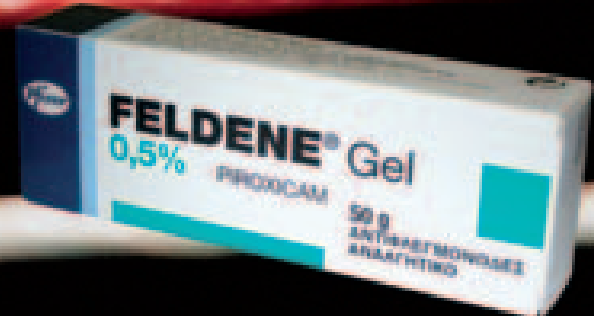
Το Feldene Gel προσφέρει άμεση, δροσιστική, καθαρή ανακούφιση από τον μυϊκό πόνο.

Ζητήστε το στα φαρμακεία με την εγγύηση Pfizer, της Νο1 φαρμακευτικής εταιρείας στον κόσμο.

Δεν απαιτείται ιατρική συνταγή.



Μαζί για έναν υγιέστερο κόσμο™



ΣΥΝΤΕΤΜΗΜΕΝΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
FELDENE® Gel 0,5% (Πιροξικάμη)

ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Το FELDENE Gel δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε ασθενείς που έχουν παρουσιάσει προηγούμενες υπερευαίσθησία προς το gel ή οποιαδήποτε δοσολογική μορφή του piroxicam. Υπάρχει πιθανότητα διασταυρούμενης υπερευαίσθησίας με την ασπιρίνη και άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα. Το FELDENE Gel δεν πρέπει να χορηγείται σε ασθενείς στους οποίους η ασπιρίνη ή άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα προκαλούν συμπτώματα άσματος, ρινίτιδας, αγγειονευρωτικού οιδήματος ή κνιδώσεως. **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Εάν προκληθεί τοπικός ερεθισμός πρέπει να διακοπεί η χρήση του FELDENE Gel και να εφαρμοστεί η κατάλληλη θεραπεία σύμφωνα με τις ανάγκες του ασθενούς. Το φάρμακο δεν πρέπει να εφαρμόζεται στους οφθαλμούς, στους βλεννογόνους ή σε ανοιχτές βλάβες του δέρματος ή σε οιαδήποτε πάθηση του δέρματος που περιλαμβάνει τα σημεία εφαρμογής του gel. Εάν το φάρμακο εφαρμόζεται σε εκτεταμένες περιοχές για παρατεταμένα χρονικά διαστήματα ή αν η δοσολογία υπερβεί κατά πολύ το καθορισμένο όριο, υπάρχει η πιθανότητα εμφάνισης συστηματικών ενεργειών. Η χορήγηση πρέπει να γίνεται με προσοχή σε ασθενείς με ηπατική και νεφρική ανεπάρκεια. Χρήση σε παιδιά Δεν έχουν καθορισθεί οι θεραπευτικές ενδείξεις και η δοσολογία σε παιδιά. **ΚΥΗΣΗ ΚΑΙ ΓΑΛΟΥΧΙΑ:** Παρ' όλων ότων δεν παρατηρήθηκαν τερατογόνες επιδράσεις σε πειραματόζωα, η χρήση του FELDENE κατά τη διάρκεια της κύησης και της γαλουχίας δεν συνιστάται. Το FELDENE αναστέλλει τη σύνθεση και απελευθέρωση προσταγλανδινών μετά από αναστρέψιμη αναστολή του ενζύμου κυκλοοξυγενάση. Το αποτέλεσμα αυτό, όπως και με τα άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα, έχει συνδεθεί με αυξημένη συχνότητα δυστοκίας και επιβράδυνσης του τοκετού σε πειραματόζωα στα οποία συνεχίστηκε η χορήγηση του φαρμάκου κατά το τελευταίο στάδιο της κύησης. Τα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα είναι γνωστό ότι διευκολύνουν την πρόωρη σύγκλιση του βοταλλείου πόρου στα έμβρυα. Δεν συνιστάται η χρήση του κατά τη διάρκεια της γαλουχίας καθώς η ασφάλειά του δεν έχει τεκμηριωθεί. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Ανεπιθύμητες ενέργειες πιθανόν σχετιζόμενες με τη θεραπεία, έχουν αναφερθεί σπανίως. Σε κλινικές μελέτες οι περισσότερες ανεπιθύμητες ενέργειες αφορούσαν ελαφρό ή μέτριο τοπικό ερεθισμό, ερύθημα, εξάνθημα, πιτυροειδή απολέπιση, κνησμό και αντιδράσεις στο σημείο εφαρμογής του FELDENE Gel. Ελαφρός και παροδικός αποχρωματισμός του δέρματος και χρώση των εσφωρούχων έχει παρατηρηθεί σε περίπτωση που το gel επιτρίβεται πλήρως στο δέρμα. Έχει αναφερθεί τοπική ξηρότητα του δέρματος και αίσθημα καύσου. Εάν το φάρμακο εφαρμόζεται σε εκτεταμένες περιοχές για παρατεταμένα χρονικά διαστήματα ή αν η δοσολογία υπερβεί κατά πολύ το καθορισμένο όριο υπάρχει δυνατότητα εμφάνισης συστηματικών ενεργειών όπως: κεφαλαγία, ζάλη, εμβόες, γαστρεντερικές διαταραχές (ναυτία, έμετοι, επιγαστρικοί και κοιλιακοί πόνοι, διάρροια) αιμορραγίες και εξελκώσεις από το πεπτικό. Αντιδράσεις υπερευαίσθησίας, υπηλία, διανοητική σύγχυση, μελαγχολία, παραισθήσεις, Σπανίως λευκοπενία, θρομβοπενία αιματοουρία, υπέρταση, υπεργλυκαιμία. Σπανιότατα βαριά ηπατίτιδα με ίκτερο, διαταραχές όρασης και ακοής. Με βάση την εμπειρία μετά την κυκλοφορία του φαρμάκου στην αγορά έχουν αναφερθεί οι ακόλουθες δερματολογικές ανεπιθύμητες ενέργειες: δερματίτιδα εξ επαφής, έκζεμα και αντίδραση φωτοεξαισθησίας του δέρματος.
ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ PFIZER HELLAS A.E., Λ. Μεσογείων 243, 154 51, Ν. Ψυχικό, Τηλέφωνο: 210 6785800. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: 30.06.2008. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ 37067/23-11-94 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΧΟΡΗΓΕΙΤΑΙ ΚΑΙ ΧΩΡΙΣ ΙΑΤΡΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΓΙΑ ΠΛΗΡΕΙΣ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, ΠΟΥ ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΙΜΗ (50g):3,05€

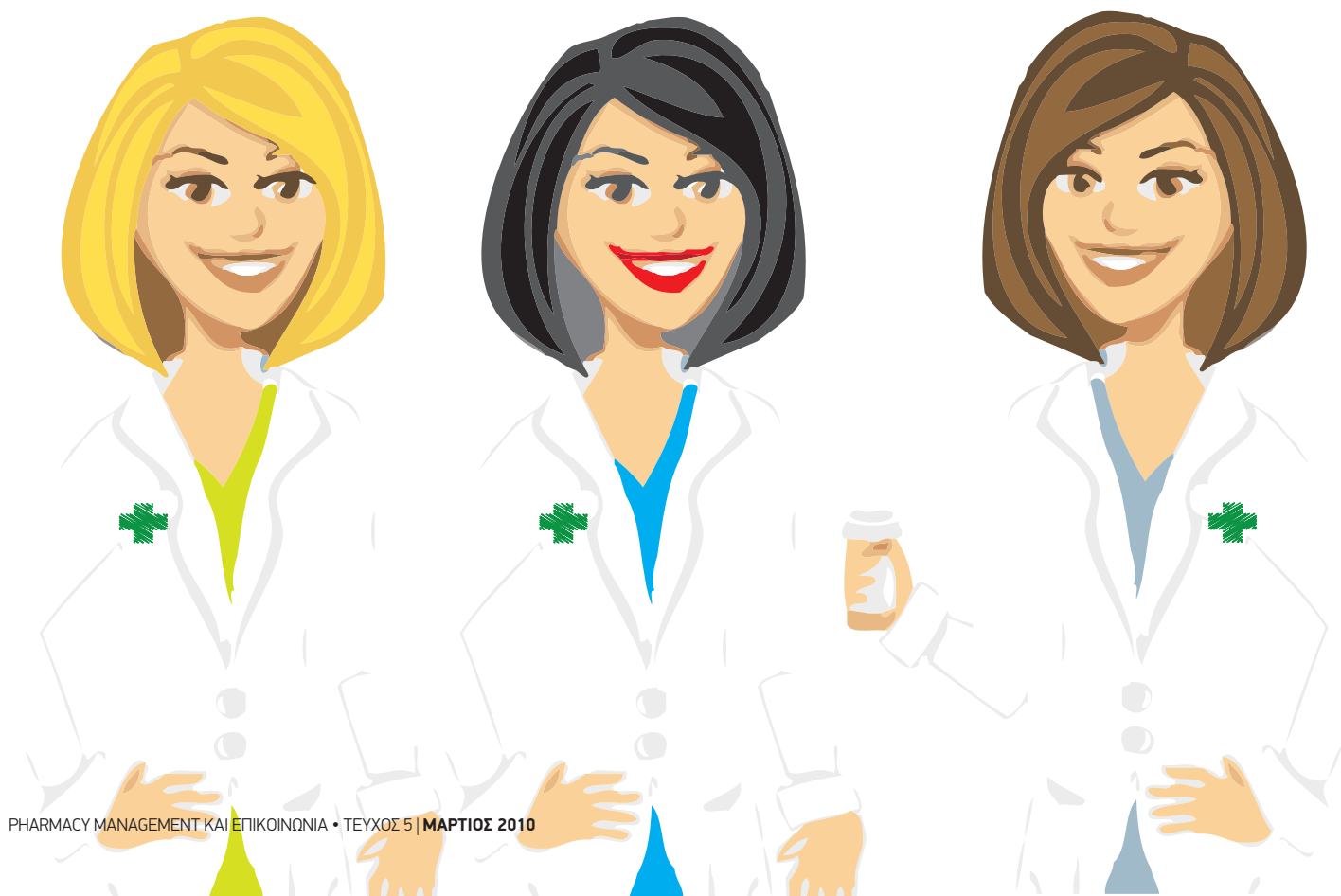
Το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων συνιστούν:

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

Ο άνθρωπός μας, αυτός ο άγνωστος...

Σήμερα, στη δίνη μιας παγκόσμιας κρίσης με ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες για τη χώρα μας και στο πλαίσιο μιας «αναδόμησης» της ελληνικής οικονομίας, με το «πρόγραμμα σταθερότητας» από το οποίο δεν ξεφεύγει ούτε το ελληνικό φαρμακείο, άμεσα συνδεδεμένο με ευάλωτους τομείς του δημοσίου, όπως τα ασφαλιστικά ταμεία, η προσοχή μας, πέρα από τον εκσυγχρονισμό των φαρμακείων μας σε σύγχρονες μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών, και πέρα από συνεργασίες μεταξύ φαρμακείων, όπως αλυσίδες φαρμακείων και συνεταιρισμούς θα πρέπει να στραφεί και στον παράγοντα άνθρωπο.

■ Από τον **ΑΝΔΡΕΑ ΚΑΛΛΙΒΩΚΑ**, Φαρμακοποιό



Σήμερα πιο επιτακτικά από ποτέ, όπου όλη γύρω μας δείχνουν να καταρρέουν, ας μην αφήσουμε να καταρρεύσει και η σχέση μας με τους ανθρώπους που εργάζονται κοντά μας. Ας ενδυναμώσουμε την σχέση μας μαζί τους. Σήμερα λοιπόν αντιμετωπίζουμε μια κρίση με βαθύτερες αιτίες εκτός από το οικονομικό αδιέξοδο. Την κοινωνική κρίση! Κι επειδή το κεντρικό σημείο αναφοράς κάθε κοινωνικής κρίσης, αλλιά και ο μοχλός κάθε αναγέννησης ή ανάκαμψης, είτε κοινωνικής, είτε οικονομικής είναι ο άνθρωπος, πρέπει να στραφούμε πρώτα σε αυτόν και συγκεκριμένα σε μεθόδους που θα τον βοηθήσουν να πάρει πάλι στα χέρια του την κατάσταση. Δηλαδή να μπορεί να αποκτήσει πάλι τον έλεγχο και να σταματήσει να είναι έρμαιο των οικονομικών συγκυριών ή των παραγώγων τους.

Οι συνήθεις πρακτικές σε περιόδους ύφεσης που γνωρίσαμε από τις επιχειρήσεις σε άλλα οικονομικά αδιέξοδα π.χ. το 2001-2002 ήταν: Η μείωση κόστους, οι απολύσεις και ο περιορισμός των δραστηριοτήτων τους. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις έβρισκαν το πιο εύκολο άλλοθι, να φορτώνουν σφάλματα της δικής τους κακοδιοίκησης στις τότε συνθήκες.

Αλλιά αυτές οι πρακτικές έχουν αρνητικές επιπτώσεις, όπως η κάμψη του ηθικού των εργαζομένων, το αποθαρρυντικό εργασιακό κλίμα και τέλος, η επιδείνωση της θέσης της επιχείρησης.

Ουδείς έκανε την απλοϊκή σκέψη: Να ενδυναμώσει το ηθικό και την αποτελεσματικότητα του ανθρώπινου δυναμικού του, μέσα από διαρκή εκπαίδευση, καθιστώντας τον ίδιο τον άνθρωπο «ανάχωμα» στην όποια κρίση!

Η πρώτη περίπτωση των απολύσεων, είναι η ευκολότερη και λιγότερο επίπονη λύση για την εργοδοσία. Αντίθετα, η δεύτερη, αυτή της διαρκούς ενδυνάμωσης μέσα από την επιμόρφωση, προϋποθέτει συνεχή αλλαγή της πάγιας και αποστεωμένης νοοτροπίας που αποτελεί «ταμπό» για τη σημερινή εργοδοσία. Κι ενώ στην πρώτη αναμφισβήτητα έχουμε καταβάρθρωση του ηθικού των εργαζομένων, με σημαντικό κόστος στην παραγωγική διαδικασία, στη δεύτερη έχουμε ακριβώς το αντίθετο!

Όμως δεν πρέπει να αφήσουμε να καμφθεί το ηθικό των εργαζομένων στα φαρμακεία μας σε αυτούς τους δύσκολους καιρούς και οποιαδήποτε σφάλματα του παρελθόντος να εντοπισθούν και να λυθούν.

Όταν υποτιμούνται άλλα κεφάλαια, μην αφήνετε να υποτιμηθεί και το ...«ανθρώπινο κεφάλαιο»

Αναμφισβήτητα διανύουμε κρίση αξιών. Έχει χαθεί ή τείνει να χαθεί η αξία και η εμπιστοσύνη στο φίλο, το συνεργάτη, την κοινωνία, το κράτος, ακόμη και την οικογένεια. Κληνίστηκαν τα θεμέλια κάθε υγιούς και κοινωνίας: Η εμπιστοσύνη, η ηθική τάξη, η αλληλεγγύη. Η κοινωνία μας

παρασύρθηκε και ξέφυγε από τις βασικές αξίες, από τα θεμέλια που στηρίζουν αυτήν αλλιά και οποιοδήποτε πολιτικό ή οικονομικό σύστημα. Βάλαμε το χρήμα και το κυνήγι του πάνω από όλες τις επιδιώξεις μας. Βάλαμε το κυνήγι της επιτυχίας πάνω από την οικογένεια, σπαταλήσαμε το χρόνο μας για να πετύχουμε περισσότερα, να μαζέψουμε περισσότερα «μπράβο», μέσα από τις υλικές απολαύσεις και αγαθά που το κόστος τους ήταν πολύ μεγαλύτερο από την αξία που μας έδιναν.

Τολμήστε την αλλαγή

Ίσως είναι πλέον η ώρα για τις μεγάλες και καινοτόμες αλλαγές στον εργασιακό μας χώρο. Μπορούμε να αντέξουμε κάθε μορφή κρίσης, κάθε επίθεση από οιονδήποτε «αντίπαλο» του κλάδου μας, εάν αναθεωρήσουμε εν πολλοίς τη φιλοσοφία μας πάνω σε θέματα συνεργασίας. Εάν βασίσουμε τη συνεργασία μας σε 3 θεμελιώδεις αρχές:

- Ειλικρίνεια
- Ισότητα
- Συγγνώμη

Γιατί το **«αύριο ανήκει σ' αυτούς που προετοιμάζονται γι' αυτό από σήμερα»**.

Εμείς σαν εργοδότες πρέπει να κάνουμε το πρώτο βήμα, ώστε οι εργαζόμενοι σε εμάς να νοιώσουν πολύτιμοι και σημαντικοί. Πρέπει να τους πείσουμε μέσα από ειλικρινείς διαδικασίες ότι δεν αποτελούν απλά το υπαλληλικό μας προσωπικό, αλλιά τα στελέχη μας, με τη γνώση, την άποψη, την ιδέα, την πρωτοβουλία, την προστιθέμενη αξία της επιχείρησης.

Εμείς σαν εργοδότες, πέρα από την «υποχρέωσή» μας σε αμοιβή, πολλή φορές στο πλαίσιο του νόμου και των συλλογικών συμβάσεων, έχουμε τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε στελέχη που να νοιώθουν στις επιχειρήσεις μας ασφαλείς και δημιουργικοί, να δημιουργήσουμε συνθήκες που να καλύπτουν τις βασικές ανάγκες για κοινωνική αναγνώριση και καταξίωση, να τους παροτρύνουμε μέσα από την εργασία τους να νοιώθουν την ανάγκη να διεκδικήσουν την αυτοπραγμάτωση.

Εμείς σαν εργοδότες θα πρέπει να δημιουργήσουμε συνθήκες τέτοιου επιπέδου, ώστε να είναι πλέον κατανοητή η διαφορά στον εργαζόμενο μεταξύ της φράσης «πάω στη δουλειά μου» και «πάω στην εργασία μου».

Εμείς πρώτοι θα πρέπει να αναθεωρήσουμε το ρόλο μας, αυτό του εργοδότη, manager κ.λπ. και να διεκδικήσουμε το ρόλο του «ηγέτη».

Να εκπαιδευτούμε με ειδικά σεμινάρια αλλιά και διαβάζοντας τα κατάλληλα βιβλία, σε νέους ρόλους, για να μπορέσουμε να εκπαιδύσουμε τους εργαζόμενους κοντά μας και πάνω απ' όλα, για να έχουμε τη δυνατότητα να τους καταλάβουμε.

Να διεκδικήσουμε το ρόλο του ηγέτη στο χώρο μας, αλλιά παράλληλα, να μυήσουμε και να εκπαιδύσουμε τους συνεργάτες μας ότι ο καθένας στον τομέα ευθύνης του είναι ένας μικρός ηγέτης.

Να μπορούμε να μετατρέπουμε «το όραμά μας σε επιθυμία», «την επιθυμία μας σε θέληση», «τη θέληση σε στόχο» και μαζί τους, με τη δική τους άοκνη προσπάθεια και αξία, να μπορούμε να συμπαρασύρουμε με ενθουσιασμό τη συμμετοχή τους στο δικό μας όραμα.

Ο παράγοντας άνθρωπος είναι το μόνο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που δεν μπορεί να αντιγραφεί ποτέ

Φιλοδοξία μας δεν πρέπει να είναι απλά να έχουμε «μη δυσαρεστημένους εργαζόμενους», ούτε καν «απλά ευχαριστημένους», απλά να διεκδικούμε και να πετύχουμε να έχουμε «ευτυχισμένους ανθρώπους» κοντά μας. Μόνο τότε, στο τέλος της όποιας κρίσης, θα μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι θα μας βρει με την πλευρά των επιχειρήσεων που θα είναι όχι μόνο απλά νικήτριες, απλά και θα έχουν πάρει σοβαρά μερίδια από τον ανταγωνισμό.

Η εξέλιξη του επαγγέλματος και η ανάπτυξη του ελληνικού φαρμακείου μπορεί να έρθει σίγουρα μέσα από τεχνοκρατικές διαδικασίες απλά και οικονομικές γνώσεις. Τίποτα όμως από όλα αυτά δεν μπορεί να γίνει, εάν δεν συμμετέχει ενεργά στην όποια προσπάθεια ο παράγοντας άνθρωπος.

Συναισθηματική νοημοσύνη στην επιχείρηση φαρμακείο

Πριν από 15 χρόνια μπήκε στο λεξιλόγιο των επιχειρήσεων η φράση «συναισθηματική νοημοσύνη», θεωρία που πρώτος ο Αριστοτέλης είχε αναδείξει με τη ρήση:

«Είναι εύκολο να θυμώσεις. Αλλά το να εκφράσεις το θυμό σου στο σωστό άτομο, στο σωστό βαθμό, στη σωστή στιγμή, στο σωστό μέγεθος, για το σωστό λόγο, με το σωστό τρόπο, αυτό δεν είναι εύκολο».

Σήμερα, οι σύγχρονες επιχειρήσεις και οι ηγεσίες τους ανέδειξαν τη θεωρία του Goleman, ως το πλέον σημαντικό στοιχείο για έναν ηγέτη, πιστεύοντας ότι «η συναισθηματική νοημοσύνη περικλείει την ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι με ακρίβεια, να εκτιμάς και να εκφράζεις το συναίσθημα, την ικανότητα να αναδύεις και να γεννάς συναισθήματα, όταν αυτά βοηθούν τη σκέψη, την ικανότητα να καταλαβαίνεις το συναίσθημα και τη συναισθηματική γνώση και την ικανότητα να ελέγχεις τα συναισθήματα, ώστε να προωθείς τη συναισθηματική και διανοητική ανάπτυξη».

Με απλά λόγια, «συναισθηματική νοημοσύνη» εννοούμε την ικανότητά μας για αυτογνωσία, αυτοκυριαρχία και αυτοέλεγχο, την ευσυνειδησία και τη δυνατότητα να μπαίνεις στη θέση του άλλου, να τον κατανοείς, να τον ακούς προσεκτικά και να ασκείς επιρροή, να επικοινωνείς ουσιαστικά και να συνεργάζεσαι.

Σήμερα, πιο επιτακτικά από ποτέ, είναι απαραίτητο να ανακτήσουμε τη χαμένη εμπιστοσύνη στον συνεργάτη μας. Να ηρεμήσουμε τους φόβους του. Να αποβάθουμε από τη φρασεολογία μας απλά και από τη νοοτροπία μας την έννοια του αφεντικού και υπαλλήλου, όπου ο ένας ξέρει

και οι άλλοι απλά εκτελούν. Να δεχτούμε την αναγκαιότητα της συνύπαρξης και συνεργασίας σε βάση αμοιβαίας ειλικρινείας, κατανόησης και ανταπόδοσης. Να αξιολογούμε και να διορθώνουμε τους ανθρώπους μας, απλά να έχουν το δικαίωμα να αξιολογούν πρώτα εμάς και να μας υποδεικνύουν τα λάθη μας. Να αμείβουμε όχι όπως μας συμφέρει, απλά όπως θα θέλαμε εμείς στην δική τους θέση να αμειβόμαστε. Να δίνουμε κίνητρα ώστε ο κάθε εργαζόμενος να θεωρεί τον εαυτό του σημαντικό κρίκο στην εργασιακή αλυσίδα. Να ξέρουμε πρώτα εμείς να λέμε «συγγνώμη, λάθος». Να παρακινούμε τους δικούς μας ανθρώπους να συμμετέχουν στις διαδικασίες ανάπτυξης της επιχείρησης και να επιδοκιμάζονται για αυτό. Να εμπνέουμε σιγουριά και ασφάλεια. Να τους αξιολογούμε με διάθεση διαρκούς βελτίωσης και να αμείβονται με έξτρα bonus, όχι μόνο για τους ποσοτικούς στόχους, απλά και με άλλα κριτήρια όπως: Το ομαδικό πνεύμα, τη συμμετοχή στις διαδικασίες ανάπτυξης της επιχείρησης, την κατάθεση ιδεών, την εν γένει συμπεριφορά τους, την προθυμία, τη διάθεση κ.λπ., με ένα σύστημα δίκαιο και αντικειμενικό. Να τους δώσουμε να καταλάβουν ότι είναι σημαντικό για εμάς και την επιχείρηση και ότι ΟΛΟΙ μαζί θα πάμε μπροστά. Μα πιο σημαντικό από όλα, να μάθουμε να μιλάμε, καταργώντας τη σιωπή ανάμεσά μας, γιατί στις ελληνικές επιχειρήσεις κυριαρχεί πολλή σιωπή.

Σήμερα, πιο επιτακτικά παρά ποτέ, έχουμε την ανάγκη του να σταθούμε εργοδότες και συνεργάτες σε ευθεία γραμμή, πιασμένοι από τα χέρια σφικτά, με κοινούς στόχους, κοινά όνειρα. Αυτό μόνο οι εμπνευσμένοι ηγέτες το μπορούν. Οι καιροί είναι τέτοιοι που επιβάλλουν την παρουσία ηγετών:

- Που θα εκφράζουν οι ίδιοι και θα εμπνέουν στους άλλους ενθουσιασμό για ένα όραμα και μια κοινή αποστολή
- Που θα παίρνουν πρωτοβουλίες
- Που θα βοηθούν τους συνεργάτες τους να έχουν καλή απόδοση, ενώ ταυτόχρονα τους θεωρούν υπεύθυνους για την δουλειά τους
- Που θα καθοδηγούν τους άλλους με το παράδειγμά τους.

As μην ξεχνάμε ούτε για μια στιγμή:

Σήμερα όταν υποτιμούνται απλά κεφάλαια, as μην αφήσουμε να υποτιμηθεί το κεφάλαιο άνθρωπος. As εμπνεύσουμε τους ανθρώπους μας να μη βλέπουν απλά τα πράγματα όπως είναι και να ρωτούν «γιατί», απλά να ονειρεύονται πράγματα που ποτέ δεν υπήρξαν και να λένε «γιατί όχι!»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η εξέλιξη της συνεργασίας, POMPEPT ΑΙΕΛΑΡΟΝΤ

Ο νέος ηγέτης, GOLEMAN – BOYATZIS – MCKEE

Το πέταγμα του βούβαλου, J. BELASCO

Ηγεσία, Δ. ΜΠΟΥΡΑΝΤΑ

Η τέχνη της ειρήνης, Β. ΑΣΗΜΑΚΟΠΟΥΛΟΥ


Συναισθηματική νοημοσύνη στο χώρο της εργασίας, DANIEL

GOLEMAN

Ο ψήφος και ο ελέφαντας, C. HANDY

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Ανδρέας Καλλιβωκάς τελείωσε τη Φαρμακευτική Σχολή στο εξωτερικό και διατηρεί φαρμακείο στην Πάτρα μαζί με τη σύζυγό του. Επί μια 10ετία συμμετείχε ως συνεργάτης στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας, στη Φαρμακευτική Σχολή, στηρίζοντας το πρόγραμμα «Πρακτική φαρμακευτική». Αποτελεί ιδρυτικό στέλεχος της FARMAXION AE, της πρώτης εταιρείας φαρμακοποιών στην Ελλάδα, ως εταιρεία παροχής υπηρεσιών, της οποίας μέχρι σήμερα είναι Διευθύνων Σύμβουλος και υπεύθυνος του τομέα εκπαίδευσης.



Ελευθερωθείτε από τον πόνο
με Nexcare.

Nexcare

Νέο «έξυπνο» κολάρο για θερμοθεραπεία με φυσικό τρόπο.

Η πιο φυσική και πρακτική θεραπεία για την ανακούφιση των πόνων στον αυχένα λέγεται NeckWarmer. Το έξυπνο κολάρο που βασίζεται στη φυσική μέθοδο της θερμοθεραπείας προσφέρει ανακούφιση από:

- αυχενικούς πόνους
- δυσκαμψίες
- ρευματικούς πόνους στον ώμο
- πονοκεφάλους χωρίς τη χρήση φαρμάκων.

Διακριτικό, άνετο και εύκολο στη χρήση, λειτουργεί κυρίως ρεύμα ή μπαταρίες, ενώ μπορεί να φορεθεί καθώς εργάζεσαι, οδηγείς, διαβάζεις, βλέπεις τηλεόραση ή κάνεις σπορ. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί πολλές φορές, αλλά ανανεώνοντας το ανταλλακτικό θερμονόμινο σακούλα στο εσωτερικό του που διαρκεί μέχρι και 7 ώρες.

Με το NeckWarmer εχνάτε τον πόνο και απολαμβάνετε κάθε στιγμή της ζωής σας!

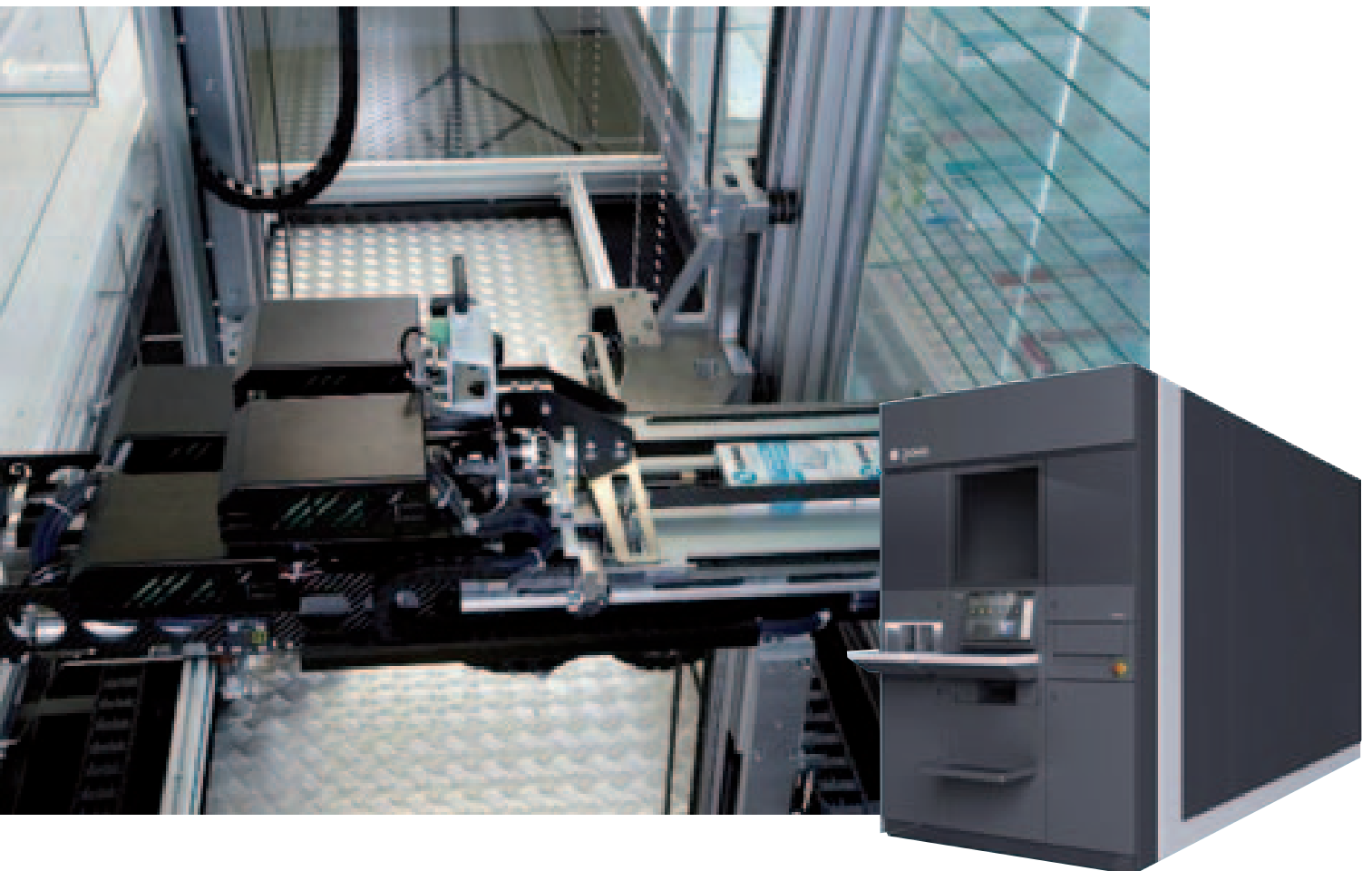


ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ

Επένδυση στο μέλλον

Τα συστήματα αυτοματισμού έχουν σημαντικό ρόλο στο σύγχρονο πλαίσιο διαχείρισης φαρμάκων, σύμφωνα με τις Διεθνείς Αναφορές των Φορέων Υγείας. Το μήνυμα αυτό καλεί το φαρμακοποιό να επανεξετάσει τις παρεχόμενες από το φαρμακείο του υπηρεσίες στο μέλλον, να αποκτήσει την υποδομή για να αντιμετωπίσει τις νέες προκλήσεις, να αξιοποιήσει πιο παραγωγικά το ανθρώπινο δυναμικό και να μειώσει το χρόνο που απαιτείται για διαδικασίες ρουτίνας. Έτσι θα έπρεπε να οραματιστούμε το «φαρμακείο του μέλλοντος».

■ Από τον **SYLVAIN CHARBONNEAU**, Automation System Division Manager



Τα τελευταία χρόνια τα συστήματα αυτοματισμού έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της λειτουργίας των σύγχρονων φαρμακείων της Ευρώπης.

Πρέπει να επισημάνουμε ότι η επένδυση ενός φαρμακείου σε συστήματα αυτοματισμού, βασίζεται στην κατανόηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρουν σε σχέση με το κόστος τους. Τρεις βασικοί τομείς στη λειτουργία ενός φαρμακείου, είναι αυτοί που βελτιώνονται σημαντικά: **1. η αποδοτικότητα, 2. η αξιοποίηση του χώρου και 3. η διαχείριση του αποθέματος.**

Το πλέον δόκιμο είναι, η αξιολόγηση του κάθε συστήματος αυτοματισμού να γίνεται με βάση τα τεχνικά χαρακτηριστικά του και όχι μόνο με βάση το κόστος κτήσης του. Παράλληλα, είναι πολύ σημαντικό να έχουμε «εικόνα» του συστήματος εν λειτουργία. Πολλοί προμηθευτές συστημάτων αυτοματισμού μέσω των ιστοσελίδων τους προσπαθούν να παροτρύνουν τους δυνητικούς πελάτες τους να επισκεφθούν φαρμακεία που έχουν τα συστήματά τους. Αυτό δεν σημαίνει τίποτα αν ο δυνητικός πελάτης δεν γνωρίζει βασικά χαρακτηριστικά του συστήματος και του τρόπου λειτουργίας του.

Το κόστος ενός συστήματος αυτοματισμού απαιτεί λεπτομερή εκτίμηση του κάθε φαρμακείου και περιλαμβάνει το κόστος αγοράς του συστήματος και το κόστος συντήρησής του. Η σύγκριση του κόστους αγοράς ενός συστήματος ανάμεσα σε διαφορετικούς προμηθευτές είναι πραγματικά δύσκολη, εξαιτίας της διαφορετικής τεχνολογίας που χρησιμοποιούν και της ποιότητας στην τεχνική υποστήριξη που παρέχουν.

Για την εφαρμογή ενός συστήματος αυτοματισμού σ' ένα φαρμακείο, χρειάζεται πολύ καλός σχεδιασμός πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εγκατάστασή του. Υπάρχουν σημαντικές παράμετροι που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στην επιλογή ενός συστήματος, όπως τα τεχνικά χαρακτηριστικά, η αξιοπιστία και η τεχνική υποστήριξη.

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΧΩΡΟΥ

Στα περισσότερα φαρμακεία ο χώρος είναι πολύ σημαντικός και γίνεται ακόμα πιο σημαντικός όσο αυξάνεται ο φόρτος εργασίας με την αύξηση της εμπορικής κίνησης. Η επένδυση σε συστήματα αυτοματισμού πιθανόν να είναι πιο συμφέρουσα από μία μελλοντική επέκταση του φαρμακείου, προκειμένου να εξοικονομηθεί περισσότερος εμπορικός χώρος, ειδικά αν ο χώρος του φαρμακείου είναι ιδιόκτητος.

Μερικά βασικά ερωτήματα για την επιλογή του συστήματος αυτοματισμού είναι:

- **Μπορεί το σύστημα που θα επιλέξετε να διαχειριστεί όλο το απόθεμά σας, ανεξάρτητα από το ρυθμό ζήτησης των προϊόντων;**
- **Μπορεί το σύστημα που θα επιλέξετε να αποθηκεύσει συσκευασίες διαφόρων μεγεθών και ακόμα και μπουκάλια;**
- **Μπορεί το σύστημα που θα επιλέξετε να εξασφαλίσει τις κατάλληλες συνθήκες για τα προϊόντα ψυγείου;**

Πριν επιλέξετε λοιπόν το κατάλληλο σύστημα αυτοματισμού, διερευνήστε:

- **Υπάρχει δυνατότητα on line υποστήριξης και σε ποια γλώσσα;**
- **Το τμήμα τεχνικής υποστήριξης έχει την εμπειρία να παρέχει λύσεις σε κάθε ζήτημα και σε ποια γλώσσα;**
- **Γνωρίζετε από τον προμηθευτή του συστήματος αυτοματισμού που επιλέξατε τη μελλοντική εξέλιξη του συστήματός σας;**
- **Αν ναι, κατά πόσο είναι δυνατόν η αναβάθμιση του συστήματός σας και με τι κόστος;**

Χρησιμοποιώντας τον παραδοσιακό τρόπο αποθήκευσης των προϊόντων με ράφια και συρταριέρες, για την αποθήκευση 1.650 κουτιών χρειάζεται 1 m³, ενώ ένα σύστημα εικονικής αποθήκευσης στον ίδιο χώρο μπορεί να αποθηκεύσει περίπου 3.350 κουτιά. Αυτό σημαίνει ότι για την ίδια ποσότητα αποθέματος χρειάζεται ο μισός χώρος.

Είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε αν το σύστημα απαιτεί επιπλέον χώρο γύρω του για τον ανεφοδιασμό του χειροκίνητα ή επιπλέον χώρο για το άνοιγμα της πόρτας του για παραλαβή των προϊόντων χειροκίνητα. Άλλα συστήματα παρέχουν αρκετό χώρο στο σημείο φόρτωσης μπροστά από το σύστημα. Επίσης θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τον προσδιορισμό της χωρητικότητας του συστήματος, το ύψος της οροφής καθώς επίσης και ο αριθμός και το είδος των συσκευασιών (κουτιά ή φιαλίδια, μικρά ή μεγάλα).

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΧΡΟΝΟΥ

Υπάρχουν συστήματα στα οποία ο χρόνος φόρτωσης δεν υπερβαίνει τα 5 δευτερόλεπτα ανά συσκευασία, ενώ

μπορούν να συλλέξουν μέχρι και 4 διαφορετικά προϊόντα και να τα παραδώσουν στο προεπιλεγμένο σημείο πώλησης σε λιγότερο από 7 δευτερόλεπτα. Ο χρόνος αυτός είναι σαφώς λιγότερος από το χρόνο που χρειάζεται κάποιος για αυτές τις διαδικασίες με τον παραδοσιακό τρόπο.

Έχει υπολογιστεί ότι το προσωπικό εξοικονομεί 40% από το χρόνο του με τη χρήση του συστήματος αυτοματισμού!

Ένα σημαντικό επιχείρημα είναι ότι τα χρήματα που δαπανούσε το φαρμακείο σε προσωπικό πριν την χρήση του συστήματος, μπορούν να αποσβέσουν άμεσα το κόστος αγοράς του συστήματος. Ο καλύτερος μάλιστα τρόπος απόσβεσης είναι η καλύτερη και αποδοτικότερη αξιοποίηση του προσωπικού για δημιουργία σχέσεων με τους πελάτες, την παροχή συμβουλών και την ενίσχυση της συμπληρωματικής πώλησης.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ

Είναι χρήσιμο να ξέρουμε τι είδους προϊόντα πρόκειται να τοποθετήσουμε στο σύστημα αυτοματισμού, αν δηλαδή είναι ταχυκίνητα ή αργής κίνησης ή όλα. Σε μερικά συστήματα πρέπει τα ταχυκίνητα προϊόντα να μην τοποθετούνται στο σύστημα γιατί ο χρόνος που απαιτείται για τη χειροκίνητη φόρτωση στα κανάλια του συστήματος είναι πολύ περισσότερος από αυτόν που απαιτείται με τον παραδοσιακό τρόπο αποθήκευσης και εξυπηρέτησης. Η χειροκίνητη φόρτωση του συστήματος είναι εξίσου χρονοβόρα με τη διαδικασία φόρτωσης των συρταριών.

ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ

Η καλή εξυπηρέτηση μετά την πώληση ενός συστήματος αυτοματισμού καθώς και η αξιόπιστη τεχνική υποστήριξη είναι άκρως σημαντικές.

Ένα είναι δεδομένο: Η σωστή επιλογή συστήματος αυτοματισμού είναι επένδυση στο μέλλον.

ΠΡΟΦΙΛ

Ο κύριος Sylvain Charbonneau είναι κάτοχος MBA, με κατεύθυνση στο μάρκετινγκ, από το τμήμα Hautes Études Commerciales του Πανεπιστημίου του Montréal στον Καναδά.

Έχει τη θέση του Automation System Division Manager, με πάνω από 10 χρόνια εμπειρία στην ανάπτυξη υπηρεσιών σε μια αλυσίδα φαρμακείων στον Καναδά. Πρόσφατα ήρθε στην Ελλάδα και εργάζεται σαν συνεργάτης στη εταιρεία CSA στα συστήματα αυτοματισμού φαρμακείων.

Η αξιολόγηση της οικονομικής σας κατάστασης

■ Από το www.GreekShares.com

Η οικονομική ανεξαρτησία είναι ένας από τους πιο σημαντικούς στόχους για τους περισσότερους ανθρώπους.

Οι άνθρωποι μερικές φορές χάνουν την ευκαιρία να γίνουν οικονομικά ανεξάρτητοι επειδή αποφεύγουν να πάρουν συγκεκριμένες αποφάσεις και να προβούν σε ενέργειες που επηρεάζουν την οικονομική τους κατάσταση.

Ουσιαστικά λοιπόν, αναβάλλουν την πρωτοβουλία για μια ριζική μεταβολή στη ζωή τους, η οποία γίνεται βέβαια με συγκεκριμένα βήματα.

Η κατανόηση και η αξιολόγηση της δεδομένης οικονομικής σας κατάστασης αποτελεί το πρώτο βήμα στην ανάληψη δράσης και στην ανάπτυξη κάποιου σημαντικού επενδυτικού πλάνου.

Πρέπει να καθορίσετε την καθαρή αξία (ενεργητικό, μείον το παθητικό) καθώς και το ποσοστό των πόρων σας το οποίο μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να καλύψετε τους οικονομικούς σας στόχους.

Η καθαρή σας θέση είναι η βασική μονάδα μέτρησης του πλούτου σας. Ο καλύτερος τρόπος για να αυξήσετε την καθαρή σας θέση είναι εύλογα να αυξήσετε τα κεφάλαιά σας και να μειώσετε το χρέος σας.

Την άλλη παράμετρο που πρέπει να εξετάσετε για να αξιολογήσετε την οικονομική σας κατάσταση, είναι το καθαρό σας εισόδημα (το μικτό σας εισόδημα, μείον τις δαπάνες σας).

Προσπαθήστε να εντοπίσετε όλες σας τις δαπάνες και το μικτό σας εισόδημα για αρκετούς μήνες. Τα αποτελέσματα θα σας βοηθήσουν να καθορίσετε από πού προέρχεται το τρέχον εισόδημά σας και πού πηγαίνει.

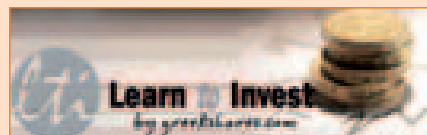
Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να σας βοηθήσουν να προγραμματίσετε καλύτερα τις δαπάνες σας και να αποφασίσετε πόσα χρήματα μπορείτε να αποταμιεύσετε για τις μελλοντικές σας ανάγκες και τους επόμενους στόχους σας.

Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι ξοδεύουν περισσότερα απ' όσα κερδίζουν. Είναι δύσκολο να αυξήσετε το καθαρό σας κέρδος για να καλύψετε τους οικονομικούς σας στόχους, αν δεν μπορείτε να ισοσκελίσετε τα έσοδα με τα έξοδά σας! Οι περισσότερες περιπτώσεις υπερβολικής δαπάνης μπορούν να αντιμετωπιστούν κάνοντας σωστή χρήση ενός προϋπολογισμού.

Ορίζοντας έναν ετήσιο προϋπολογισμό, μπορείτε να βοηθηθείτε στην ιεράρχηση των προτεραιοτήτων σας και στον περιορισμό των δαπανών σας, αλλά και ταυτόχρονα να ανακαλύψετε τρόπους ώστε να αποδεσμεύσετε περισσότερα χρήματα, για να τα χρησιμοποιήσετε για αποταμιεύσεις και επενδύσεις.

Πάνω απ' όλα, θυμηθείτε ότι μια εφαρμόσιμη οικονομική στρατηγική είναι μια συνεχής διαδικασία διαπραγμάτευσης.

Είναι πολύ υγιές να αποδεχτείτε ποιος είστε σε ό,τι αφορά τα χρήματα! Πολλοί συχνά οι άνθρωποι αποφεύγουν να βλέπουν ποιοι είναι και κάτι τέτοιο γίνεται μπούμερανγκ. Πρέπει να ξέρετε τι δεν μπορείτε να αποφεύγετε, καθώς και τι δεν θα σας πείραζε να αποφεύγετε.



www.GreekShares.com

Rowa Vmax

Το **απόλυτο** σύστημα αυτοματισμού



- Υψηλή Προσαρμοστικότητα
- Υψηλή Χωρητικότητα
- Υψηλή Ταχύτητα
- Υψηλή Αξιοπιστία

1η παρουσίαση
στην Ελλάδα
27-28 Μαρτίου
Hellas PHARM
stand D78



Αποκλειστικός αντιπρόσωπος & υπεύθυνος τεχνικής υποστήριξης

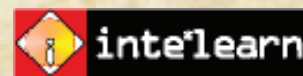
Αλ. Παναγούλη 51, Αθήνα, Τ.Κ. 153 43, Αγ.Παρασκευή, Τηλ.: 210 60 19 530

Ζητάμε τη γνώμη σας...

Το περιοδικό **PHARMACY MANAGEMENT ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ** συνεργάζεται με την εταιρία **INTE*LEARN** που εξειδικεύεται στο σχεδιασμό και υλοποίηση multimedia εκπαιδευτικού λογισμικού υψηλής παιδαγωγικής αξίας, αισθητικής και λειτουργικότητας.

Στόχος αυτής της συνεργασίας, είναι να ικανοποιήσει τις εξελισσόμενες εκπαιδευτικές ανάγκες στους τομείς Διοίκησης και Επικοινωνίας στον κλάδο των Φαρμακείων, μέσω της δημιουργίας ηλεκτρονικών μαθημάτων που θα συμβάλλουν στην κατάρτιση των επαγγελματιών του κλάδου.

Προκειμένου να προσεγγίσουμε τις ανάγκες σας καλύτερα, παρακαλούμε απαντήστε στο σύντομο ερωτηματολόγιο που ακολουθεί:



ΠΡΟΣ	Inte*learn, ΕΠΕ, Φαξ: 210 95.72.098
ΘΕΜΑ	Ερωτηματολόγιο
ΣΕΛΙΔΕΣ	1 (συμπεριλαμβανομένης της πρώτης)
ΣΧΟΛΙΑ	ΕΠΕΙΓΟΝ

1. Σε ποιες θεματικές ενότητες θεωρείτε ότι υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη για εκπαίδευση;

- Διοίκηση Φαρμακείου
- Επικοινωνία Πελάτη
- Πωλήσεις/Marketing
- Διοίκηση Προσωπικού
- Οργάνωση Προϊόντων
- Εξοπλισμός / Τεχνολογία / Λογισμικό Φαρμακείου
- Άλλο (διευκρινίστε).....

2. Ποια μέθοδος εκπαίδευσης θεωρείτε ότι θα εξυπηρετούσε καλύτερα τις ανάγκες σας;

- Ηλεκτρονικά μαθήματα μέσω διαδικτύου (e-learning)
- Ηλεκτρονικά μαθήματα σε CD-Rom
- Ηλεκτρονικά μαθήματα σε DVD για χρήση στην τηλεόραση
- Άλλο (διευκρινίστε).....

3. Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε σημαντικά για την αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσής σας;

- Διαδραστικότητα
- Multimedia στοιχεία (π.χ. animation, video, ανθρώπινη φωνή)
- Επαλήθευση των γνώσεων μέσω τεστ
- Άλλο (διευκρινίστε).....

Στείλτε τις απαντήσεις σας στο fax **210 95 72 098** ή συνδεθείτε στην ιστοσελίδα της **Inte*Learn** (www.intelearn.gr/erotimatologio) και απαντήστε on-line στο ερωτηματολόγιο.



Εκπαιδευτικό Σεμινάριο **Η Επικοινωνία Πελάτη** στο **Φαρμακείο** Τεχνικές και Εφαρμογές

**Η Επαγγελματική
Συνεχής Εκπαίδευση
του Φαρμακοποιού
και της Ομάδας του:
Η Προτεραιότητα στην
Ανάπτυξη του
Φαρμακείου!**

Σήμερα περισσότερο από ποτέ, η επικοινωνία με τον πελάτη έρχεται στη πρώτη γραμμή της αποστολής του Φαρμακοποιού σαν επαγγελματίας υγείας.

Ο ρόλος του δεν περιορίζεται σε μια απλή χορήγηση φαρμάκων, αλλά εξελίσσεται μέσω σύνθετων διαδικασιών με σκοπό την ενεργή εφαρμογή της Συμβουλής Υγείας προς τον παράγοντα άνθρωπο-ασθενή.

Περισσότερες πληροφορίες για τα Σεμινάρια και τους πιστοποιημένους εισηγητές, θα βρείτε στο:

www.PharmaManage.gr/seminars.asp

ή επικοινωνήστε μαζί μας στα:

T.: 210 984 3274 - F.: 211 800 5575 - K.: 697 798 3094 - info@pharmamanage.gr



Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.
ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Θ. Χαράμη ΕΠΕ - Νίκης 57 - 174 55 Άλιμος
T.: 210 984 3274 - F.: 211 800 5575 - K.: 697 798 3094
info@pharmamanage.gr - www.PharmaManage.gr

*αξιζει να
είστε εδω!*

www.PharmaManage.gr



Cialis™
tadalafil



Για λύσεις ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ...

...στη Στυτική Δυσλειτουργία



CIALIS 10 mg & 20 mg δισκία επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο. ΕΝΔΕΙΞΗ: Για τη θεραπεία της δυσλειτουργίας στύσης. Για να είναι αποτελεσματικό το CIALIS απαιτείται να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. Το CIALIS δεν ενδείκνυται για χρήση από γυναίκες. ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ: Για από το στόματος χρήση. Χρήση σε ενήλικες άνδρες. Η συστηματική δόση του CIALIS είναι 10mg και λαμβάνεται πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και ανεξάρτητα από τη λήψη τροφής. Σε εκείνους τους ασθενείς, όπου η δόση των 10mg ταδωλαφίλη δεν έχει επαρκή αποτελεσματικότητα, η δόση των 20mg μπορεί να χορηγηθεί. Μπορεί να ληφθεί τουλάχιστον 30 λεπτά πριν τη σεξουαλική δραστηριότητα. Η μέγιστη συχνότητα λήψης του φαρμάκου είναι μία φορά την ημέρα. Η ανσυχρήτη καθμερινή χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Το CIALIS δεν πρέπει να χρησιμοποιείται από ασθενείς με υπερευαίσθησία από ταδωλαφίλη ή σε οποιοδήποτε από τα ακόλουθα. ΑΛΛΗΛΕΠΕΡΑΣΕΙΣ: Επίδραση άλλων φαρμακευτικών προϊόντων στη ταδωλαφίλη: Η ταδωλαφίλη μεταβολίζεται κυρίως μέσω του κυτοχρώματος CYP3A4. Ένας εκλεκτικός αναστολέας του CYP3A4, η κετοκοναζόλη (200mg ημερησίως), προκάλεσε διπλάσια αύξηση της έκθεσης (AUC) της ταδωλαφίλης (20mg) χωρίς αύξηση της Cmax. Αν και δεν έχουν μελετηθεί ειδικές αλληλεπιδράσεις, άλλοι αναστολείς του CYP3A4, όπως η ερυθρομυκίνη, η κλαριθρομυκίνη, η προκοναζόλη και ο χιμικός κρέταρωρ, θα πρέπει να συγχρονίζονται με προσήγη διότι ενδέχεται να αυξήσουν τις συγκεντρώσεις πλάσματος της ταδωλαφίλης. Ο ρόλος των μεταφορών (όπως η παράγωγη της p-γλυκοπρωτεΐνης) στη διάθεση της ταδωλαφίλης δεν είναι γνωστός. Επομένως, υπάρχει η πιθανότητα φαρμακοκινητικής αλληλεπιδράσεως μέσω της αναστολής των μεταφορών αυτών. Ένας επαγωγέας του CYP3A4, η ριφαμυκίνη, προκάλεσε μείωση της έκθεσης (AUC) της ταδωλαφίλης κατά 88%, συγκριτικά με τις αντίστοιχες AUC μετρήσεις με τη χορήγηση μόνης της ταδωλαφίλης (σε δόση των 10mg). Η ταυτοχρόνη χορήγηση άλλων επαγωγών του CYP3A4, όπως η φαινοβαρβιτάλη, η φαινοϊκόνη και η καρβαμαζεπίνη, ενδέχεται επίσης να μειώσουν τις συγκεντρώσεις πλάσματος της ταδωλαφίλης. Επίδραση της ταδωλαφίλης σε άλλα φαρμακευτικά προϊόντα: Σε κλινικές μελέτες, έχει αποδειχθεί ότι η ταδωλαφίλη (10mg και 20mg) ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των ντρούδων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Σε μια μελέτη με 18 νέους εθελοντές η ταδωλαφίλη (10mg και 20mg) δεν είχε κλινικά σημαντική επίδραση στις μεταβολές της αρτηριακής πίεσης από την ταυτοχρόνη, έναν εκλεκτικό αποκλειστή των άλφα (1A)-αδρενεργικών υποδοχών, ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ: Κεφαλαλγία, δύσπνοια, ρινορραγία, ρινίτιδα, μυαλγία, κόπωση. Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρονται με τη θεραπεία της ταδωλαφίλης ήταν παρόμοιες και γενικά ήπιες ή μέτριες βαρύτητας. ΦΑΡΜΑΚΟΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ: Το CIALIS αποδείχθηκε ότι προκαλεί στατιστικά σημαντική βελτίωση στη στυτική λειτουργία και στην ικανότητα για επίτευξη ικανοποιητικής σεξουαλικής επαφής. Σε χρόνια διάστημα έως 36 ώρες μετά τη λήψη του φαρμάκου, καθώς επίσης και στην ικανότητα του ασθενή να απολαύσει τη σεξουαλική επαφή μόλις εντός 16 λεπτών μετά τη λήψη του φαρμάκου, συγκριτικά με το εικονικό (placebo) φάρμακο. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΔΕΛΙΑΣ: ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΕΙJ Lilly NEDERLAND B.V., GROOTSLAG 1-5, NL-3991 RA HOUTEN, ΟΛΛΑΝΔΙΑ. ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: Φαρμαστέρ - Αδύλ ΑΕΒΕ. ΑΡΙΘΜΟΣ(ΟΙ) ΔΕΛΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: ΕΥ/1/02/237/001 και ΕΥ/1/02/237/003. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΛΙΑΣ: 12 Νοεμβρίου 2002. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: Σεπτέμβριος 2008. ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΜΕΛΙΤΡΗΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ, ΜΑΝΚΕΣ ΤΙΜΕΣ: CIALIS 4x10 mg A.T.: 49,94 ΕΥΡΩ. CIALIS 4x20 mg A.T.: 49,94 ΕΥΡΩ. Για περισσότερες πληροφορίες απευθύνεστε στην εταιρεία ΦΑΡΜΑΞΕΡΒ - ΛΙΛΛΥ ΑΕΒΕ.

CIALIS 2.5mg & 5mg δισκία επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο. ΕΝΔΕΙΞΗ: Για τη θεραπεία της στυτικής δυσλειτουργίας. Για να είναι αποτελεσματικό το CIALIS απαιτείται να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. Το CIALIS δεν ενδείκνυται για χρήση από γυναίκες. ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ: Για από το στόματος χρήση. Χρήση σε ενήλικες άνδρες. Γενικά, η συστηματική δόση είναι 10mg και λαμβάνεται πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και ανεξάρτητα από τη λήψη τροφής. Σε εκείνους τους ασθενείς, όπου η δόση των 10mg ταδωλαφίλης δεν επιφέρει ικανοποιητικό αποτέλεσμα, η δόση των 20mg μπορεί να επιλεγεί. Μπορεί να ληφθεί τουλάχιστον 30 λεπτά πριν τη σεξουαλική δραστηριότητα. Η μέγιστη συχνότητα λήψης του φαρμάκου είναι μία φορά την ημέρα. Η ταδωλαφίλη 10mg και 20mg προορίζεται για λήψη πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και δεν συνιστάται για συνεχής καθημερινή χορήγηση. Στους ασθενείς που δεν ανταποκρίνονται στο κατ'επίκληση δισολογικό σχήμα και προσδοκούν μια συχνή χρήση του CIALIS (π.χ., τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα), ένα καθημερινό θεραπευτικό σχήμα με τη χαμηλότερη δόση CIALIS μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλο, βασίζοντας στην επιλογή του ασθενή και τη σύσταση του θεράποντα ιατρού. Στους ασθενείς αυτούς, η συστηματική δόση είναι 5mg ημερησίως που λαμβάνεται περίπου την ίδια ώρα καθημερινά. Η δόση μπορεί να μειωθεί σε 2.5mg ημερησίως, ανάλογα με την ανάγκη του κάθε ασθενή στην θεραπεία. Χρήση σε ηλικιωμένους άνδρες: Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσης σε ηλικιωμένους ασθενείς. Χρήση σε ασθενείς με διαταραχές της νεφρικής λειτουργίας: Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσης σε ασθενείς με ήπια έως μέτρια νεφρική ανεπάρκεια. ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Οι κλινικές μελέτες έδειξαν ότι η ταδωλαφίλη ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των ντρούδων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Το CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Σε κλινικές μελέτες, έχει αποδειχθεί ότι η ταδωλαφίλη (5, 10 και 20mg) ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των ντρούδων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά ντρούδη σε οποιαδήποτε μορφή. Οι συγκεντρώσεις αλκοόλ (μιας μέγιστης συγκέντρωσης πλάσματος 0,08%) δεν επηρεάζονται από την σύγχρονη χορήγηση της ταδωλαφίλης (10mg ή 20mg). Επιπλέον, δεν υπάρχει μεταβολή στις συγκεντρώσεις της ταδωλαφίλης 3 ώρες μετά τη χορήγηση με αλκοόλ. Η χορήγηση της δοξαμίνης (καθημερινή δόση 4mg και 8mg) και της ταδωλαφίλης (καθημερινή δόση των 5mg και 20mg) εμφάνισε, κατ'επίκληση, ενίσχυση της υποστατικής επίδρασης του άλλου αποκλειστή σε ανακινωτικό βόθιο. ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ: Οι πιο συχνά αναφερόμενες ανεπιθύμητες ενέργειες ήταν η κεφαλαλγία, η δύσπνοια και καρδιακές διαταραχές. Άσυνηθες: Αιθέριο πολύων και ταχυκαρδία. Σύνδεση: Εργασιμότητα του μυοκαρδίου. Άγνωστες Ασταθής σπρίγγλη, κοιλιακή αρρυθμία και διαταραχές του νεφρικού συστήματος. Πολύ συχνές: Κεφαλαλγία, Σύνδεση Σύνδεση, ημικρανία, παροδικό ισγαμικό ελαστικό (1), εγκυκλοπαιδικό και οφθαλμικό διαταραχές. Άσυνηθες: Βλάβη όρασης, Σύνδεση Έκλεψη στα οπτικά πεδία. Άγνωστες: Η αρτηριακή ισγαμική οπτική νευροπάθεια (NAION), απώθηση των αμινοβιταμινών, διαταραχές του δέρματος και του υποδόριου ιστού. Μη συχνές: Εξάνθημα, κνίδωση και υπερδραστήριο (επίδραση), Άγνωστες: Σύνδρομο Stevens-Johnson, σπυροδερμική δερματίτιδα και γαγγλιώδεις διαταραχές. Άσυνηθες: Υπόταση (αναφέρεται συχνότερα όταν η ταδωλαφίλη χορηγείται σε ασθενείς που παίρνουν ήδη αντιυπερτασικά φάρμακα) και υπέρταση. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης. Μη συχνές: Θωρακικό άλγος. Σύνδεση Οίδημα πρόσωπου. Άγνωστες: Ανιχνεύσιμες καρδιακές θάλασσες και διαταραχές του ανοσοποιητικού συστήματος. Μη συχνές: Αντιδράσεις υπερευαίσθησης, διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος και του ματού. Σπάνιες: Παρεμπόδιση σπύης. Άγνωστες: Πριασμός. ΦΑΡΜΑΚΟΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ: Το CIALIS αποδείχθηκε ότι προκαλεί στατιστικά σημαντική βελτίωση στη στυτική λειτουργία και στην ικανότητα για επίτευξη ικανοποιητικής σεξουαλικής επαφής. Σε χρόνια διάστημα έως 36 ώρες μετά τη λήψη του φαρμάκου, καθώς επίσης και στην ικανότητα του ασθενή να απολαύσει τη σεξουαλική επαφή μόλις εντός 16 λεπτών μετά τη λήψη του φαρμάκου, συγκριτικά με το εικονικό (placebo) φάρμακο. Ο ρυθμός και η έκταση της απορρόφησης της ταδωλαφίλης δεν επηρεάζονται από τη λήψη τροφής, επομένως το CIALIS μπορεί να χορηγηθεί με ή χωρίς τη λήψη τροφής. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΔΕΛΙΑΣ: ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΕΙJ Lilly NEDERLAND B.V., GROOTSLAG 1-5, NL-3991 RA HOUTEN, ΟΛΛΑΝΔΙΑ. ΑΡΙΘΜΟΣ(ΟΙ) ΔΕΛΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: ΕΥ/1/02/237/006-008. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΛΙΑΣ: 12 Νοεμβρίου 2002. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: Σεπτέμβριος 2008. ΜΑΝΚΕΣ ΤΙΜΕΣ: CIALIS 2x2,5mg και CIALIS 2x5mg A.T.: 107,89 ΕΥΡΩ. Για περισσότερες πληροφορίες απευθύνεστε στην εταιρεία ΦΑΡΜΑΞΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ Α.Ε.Β.Ε.

CIA/56-09/09



ΦΑΡΜΑΞΕΡΒ - ΛΙΛΛΥ Α.Ε.Β.Ε.
 15ο χλμ. Ε.Ο. ΑΘΗΝΩΝ - ΛΑΜΙΑΣ 14564 ΚΗΦΙΣΙΑ τηλ. 210 6294610 Τ.Θ. 51288
 ΓΡΑΦΕΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ: ΑΔΡΙΑΝΟΥΠΟΛΕΩΣ 24 ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ 55133 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ τηλ. 2310 480160
 www.lilly.gr