

P H A R M A C Y

management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΜΑΡΤΙΟΣ 2012 • ΤΕΥΧΟΣ 13 • **Θ. ΧΑΡΑΜΗ ΕΠΕ** ΝΙΚΗΣ 57, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ **ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ**

ΑΓΟΡΑ

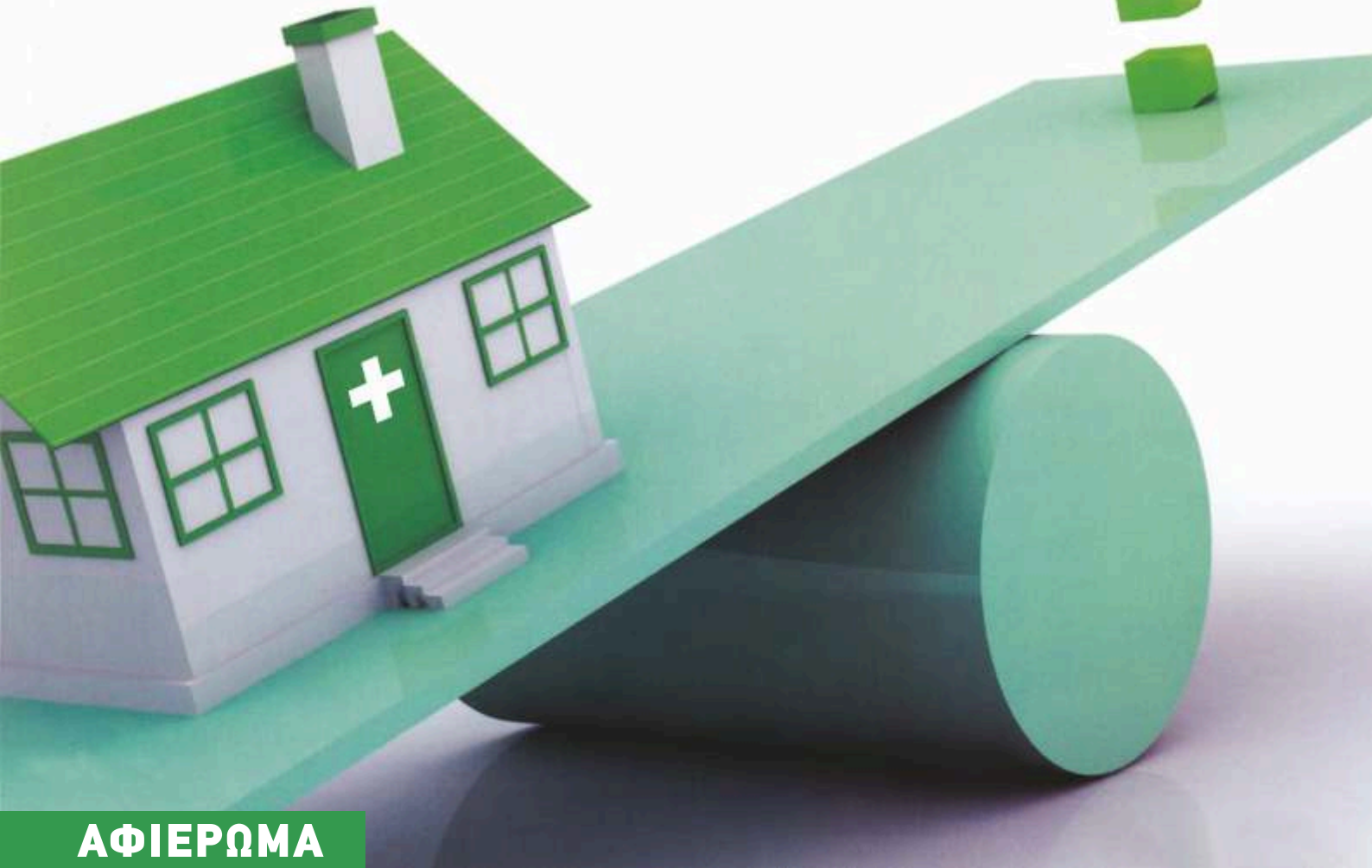
Προϊόντα Αδυνατίσματος

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Οι Πρώτες Βοήθειες στα Παιδιά

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Ο Μηνιαίος Οικονομικός Έλεγχος



ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Το Φαρμακείο ΑΛΛΑΖΕΙ

Το φαρμακείο στη νέα εποχή
Υπηρεσίες στα μέτρα των καιρών



ΜΟΝΟ ΣΤΑ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

ΣΥΝΙΕΤΑΤΑΙ ΑΠΟ
ΔΕΛΦΑΤΟΛΟΓΟΥΣ

PARABENS
FREE

HAIR FORCE

Ολοκληρωμένο σύστημα πρόληψης και αντιμετώπισης της τριχόπτωσης για υγιή και πλούσια μαλλιά!

Καθημερινό styling, άγχος, εξαντλητικές δίαιτες, ορμονικές μεταβολές και διάφορες άλλες αιτίες επηρεάζουν αρνητικά την υγεία των μαλλιών, με αποτέλεσμα οι γυναίκες να εμφανίζουν ολόένα και περισσότερο σημάδια τριχόπτωσης.

Το σύστημα Hair Force της Frezyderm είναι ένας συνδυασμός εξειδικευμένων προϊόντων που αντιμετωπίζουν την εποχική ή χρόνια τριχόπτωση και ενισχύουν την τριχοφυΐα!



HAIR FORCE SHAMPOO WOMEN

Εξειδικευμένο σαμπουάν για γυναίκες που αντιμετωπίζει την εποχική και τη χρόνια τριχόπτωση και τα αδύναμα μαλλιά, προσφέρει ενδυνάμωση των θυλάκων, ενίσχυση τριχοφυΐας και προστασία από τη φθορά.

Αύξηση λάμψης κατά 33%, αύξηση δύναμης κατά 75% (κλινική μελέτη, αυτοεκτίμηση εθελοντών)



HAIR FORCE MASK

Τριχοτονωτική μάσκα μαλλιών που προσφέρει ενισχυμένη θρέψη και ενδυνάμωση με επιπρόσθετη δράση κατά του σπασίματος και αντιμετωπίζει την τριχόπτωση και τα αδύναμα μαλλιά.

Βελτίωση ανάπτυξης τριχοφυΐας κατά 60% (κλινική μελέτη)



HAIR FORCE MONODOSE DAY/NIGHT

Ειδική αγωγή κατά της τριχόπτωσης που συμβάλλει στον έλεγχο της τριχόπτωσης, υποστηρίζοντας την αγκίστρωση της ρίζας στο τριχωτό, ενισχύει την τριχοφυΐα και παρέχει αντιφλεγμονώδη προστασία.

Αύξηση των τριχών σε φάση ανάπτυξης κατά 46% (κλινική μελέτη)



HAIR FORCE CAPS

Ειδικό συμπλήρωμα διατροφής που συμβάλλει στην αύξηση της τριχοφυΐας, ενδυναμώνει τα νύχια και επαναφέρει την υγεία της επιδερμίδας, χάρη στο μοναδικό συνδυασμό του από θειούχα αμινοξέα, βιταμίνες και ιχνοστοιχεία.

Κεντρικά
Μενάνδρου 75 / 104 37 Αθήνα
Τ / 210 5246900 F / 210 5244433

Υποκατάστημα Β. Ελλάδας
Κων. Καραμανλή 112 / 542 48 Θεσσαλονίκη
Τ / 2310 327210 F / 2310 327211

info@frezyderm.gr
www.frezyderm.com
Τ / 210 5246900



FREZYDERM
DERMOCEUTICALS - PHARMACEUTICALS
NUTRITION PRODUCTS

■ Επικαιρότητα

- 03 **EDITORIAL**
- 04 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**
- 18 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**
- 24 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**
- 32 **ΤΑ ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ**

■ Αφιέρωμα

- 34 **Το Φαρμακείο ΑΛΛΑΖΕΙ**
Το φαρμακείο στη νέα εποχή
Υπηρεσίες στα μέτρα των καιρών



■ Αναλύσεις

- 44 **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**
ΜΕ ΤΟΝ κ. ΧΑΡΑΛΑΜΠΟ
ΑΜΠΑΤΖΟΓΛΟΥ, Αναζητώντας την
“εμπειρία επίσκεψης”
στο φαρμακείο του σήμερα
- 48 **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ**
ΓΙΩΡΓΟΥ ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ
Με την τόλμη ενός νέου



- 54 **Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ**
Τα αντλητικά προϊόντα, μια αγορά
με δυναμική

- 58 **ΑΓΟΡΑ**
Τα προϊόντα αδυνατίσματος
εξειδικεύονται



- 74 **ΕΡΕΥΝΑ MARKETING**
Ικανοποίηση και Ενδυνάμωση του
ρόλου του Φαρμακοποιού

■ Επικοινωνία

- 80 **Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ**
Οι Πρώτες Βοήθειες ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ



- 88 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Αντισύλληψη και Νεανικός
διαβήτης, 2 συχνές περιπτώσεις
υγείας στην εφηβεία
- 100 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Εξειδικευμένες συμβουλές
στοματικής υγιεινής και υγείας
Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του
φαρμακείου

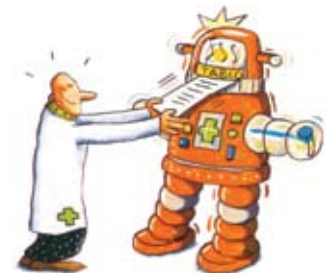


■ Επιχειρηματικότητα

- 106 **MANAGEMENT**
Η ποιότητα εργασίας και
εξυπηρέτησης



- 110 **MANAGEMENT**
Ικνηλατώντας τους ΑΡΙΣΤΟΥΣ
- 114 **MANAGEMENT**
Η διοίκηση του ανθρώπινου
δυναμικού, δεν εξαρτάται από τον
αριθμό των εργαζομένων
- 118 **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**
Ο ΜΗΝΙΑΙΟΣ οικονομικός έλεγχος
του φαρμακείου



- 124 **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ και οδηγός
επιβίωσης του σύγχρονου
φαρμακοποιού
- 127 **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**
Μαθαίνοντας από τα Λάθη σας

Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε
το Περιοδικό για κάθε αλλαγή
διεύθυνσης ή επωνυμίας στο
τηλ. 210 984 3274

Επαναφέρετε την αυτοπεποίθησή του στο προσκήνιο¹⁻³



VIAGRA®
(sildenafil citrate) tablets
THINK HARD¹

Το **VIAGRA®** μπορεί να βοηθήσει τους ασθενείς με Στυτική Δυσλειτουργία (ΣΔ) να επιτύχουν και να διατηρήσουν πολύ καλή ποιότητα στύσης,^{1,4} αποκαθιστώντας την αυτοεκτίμηση και τη σεξουαλική αυτοπεποίθησή τους.^{2,3} Βοηθήστε τον να ανακτήσει τον ανδρισμό του,^{5,6} επιλέξτε **VIAGRA®**

ΣΥΝΤΗΤΗΜΗΝΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ VIAGRA (sildenafil), ΕΠΙΚΑΛΥΜΜΕΝΑ ΜΕ ΛΕΠΤΟ ΥΜΕΝΟ ΔΙΣΚΙΑ 25, 50 ΚΑΙ 100 mg, ΦΕΡΑΓΓΕΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΔΕΞΗΣ: Φεραγγειτικό ανδρικό με δισκία στύσης, η οποία είναι η αναντίρρηση να επιτύχει και να διατηρήσει ο ασθενής επαρκή στύση ώστε να έχει ικανοποιητική σεξουαλική δραστηριότητα. Για να θέσει αποτέλεσμα το VIAGRA πρέπει να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. **ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ:** Από σπάνια χρήση. Χρήση στους ενήλικες: Η συνιστώμενη δόση είναι 50 mg και λαμβάνεται κατά περίπου 1 ώρα πριν από τη σεξουαλική δραστηριότητα. Η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 100 mg ή να ελαττωθεί σε 25 mg, ανάλογα με την αποτελεσματικότητα και την ανάγκη προς το φάρμακο. Η μέγιστη συνιστώμενη δόση είναι 100 mg. Η μέγιστη συνιστώμενη συχνότητα λήψης του φαρμάκου είναι μία φορά την ημέρα. Όταν το VIAGRA λαμβάνεται μαζί με τροφή, η έναρξη της δράσης του μπορεί να καθυστερήσει σε σχέση με την κατάσταση νηστείας. **Χρήση σε ηλικιωμένους:** Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσολογίας στους ηλικιωμένους ασθενείς. **Χρήση σε ασθενείς με διαταραχές της ηπατικής λειτουργίας:** Η συνιστώμενη δόσολογία, που περιγράφεται στο "Χρήση στους ενήλικες", ισχύει και για ασθενείς με ήπια έως μέτρια βαθμύ νηφρική ανεπάρκεια (κάθαρση κρεατινίνης = 30 - 80 ml/min). Δεδομένου ότι οι ασθενείς με σοβαρή νηφρική ανεπάρκεια η κάθαρση του sildenafil είναι μειωμένη (κάθαρση κρεατινίνης < 30 ml/min) θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο χορήγησης δόσης 25 mg. Με βάση την αποτελεσματικότητα και την ανάγκη είναι του φαρμάκου, η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 50 mg και 100 mg. **Χρήση στα παιδιά και στους εφήβους:** Το VIAGRA δεν αντιστάται σε άτομα κάτω των 18 χρονών. **Χρήση σε ασθενείς που χρησιμοποιούν άλλα φαρμακευτικά προϊόντα:** Με εξαίρεση τη ρινοφαρίγγια για την οποία δεν ενδείκνυται η συγχρήση με sildenafil, πρέπει να εξετάζεται η περίπτωση περαιτέρω χορήγησης αγωγής δόσης της με 25 mg σε ασθενείς που λαμβάνουν ταυτόχρονα ανασταλεί του CYP3A4 (βλ. κφ. Ειδικοί προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). Προκειμένου να μειωθεί το κίνδυνο εμφάνισης υπερτασικής κρίσης, οι ασθενείς θα πρέπει να είναι σίγουροι σε θέματα με αλληλεπιδράσεις πριν από την έναρξη θεραπείας με sildenafil. Επιπλέον, θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο έναρξης χορήγησης του sildenafil από δόση των 25 mg (βλ. Ειδικοί προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). **ΑΝΤΕΡΑΓΩΓΕΣ:** Υπερτασική επίδραση στα δισκία αυτά ή σε οποιαδήποτε από τα αυτών. Συμπτώματα με νηφρική επίδραση του επί της μεταβολικής οδού μονοξείδιου του αζώτου. Ακλινοφωρική μονοαμινοξυδωσική (G6PD), το sildenafil έχει αποδειχθεί ότι εννοεί το ιστορικό απειρίαση των νηφρών και σημαντικές αντενδείξεις η συγχρήση του με δότες μονοξείδιου του αζώτου (όπως το νηφρικό αμιλόξ) ή νηφρικό σε οποιαδήποτε μορφή. Το φάρμακο για τη θεραπεία της δυσλειτουργίας στύσης, συμπεριλαμβανομένου του sildenafil, δεν πρέπει

να χρησιμοποιούνται από άνδρες στους οποίους δεν αντιστά η σεξουαλική δραστηριότητα (π.χ., ασθενείς με σοβαρά καρδιαγγειακά διαταραχές, όπως ασταθής στήθαι ή σοβαρή καρδιακή ανεπάρκεια). Το VIAGRA αντενδείκνυται σε ασθενείς με σπασμό της όρασης στον άρρωστο λόγω μη-αγγειογενούς πρόσβασης ισχυμικής σπαστικής νευροπάθειας (NAION), ανεξάρτητα από το αν το σπασμό αυτό έχει συσχετιστεί ή όχι με προηγούμενη χορήγηση από ανασταλεί της PDE5 (βλέπε κφ. Ειδικοί προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). Η ασφάλεια του sildenafil δεν έχει μελετηθεί σε ανήλικους καταπονητές ασθενών και επαγγελματίες αθλητές η χρήση του στους ασθενείς αυτούς: σοβαρή σπαστική ανεπάρκεια, υπόταση (αρτηρική) πίεση < 90/50 mmHg), πρόσφατο ιστορικό κερφαλικού επεισοδίου ή εμφραγμάτων του μυοκαρδίου και νηφρική κίρρωση, επιπλέον αμφιβλητρεοειδοπάθειας όπως η μελαγχρωτική αμφιβλητρεοειδοπάθεια (μεσορήθια των ασθενών αυτών παρουσιάζουν γενετικές ανωμαλίες στις αμφιβλητρεοειδείς φωσφοδιεστεράσες). **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Πρέπει να προηγηθεί λήψη ιατρικού ιστορικού και φυσική εξέταση του ασθενή, όπως ώστε να διαγνωστεί η δυσλειτουργία στύσης και να καθοριστούν τα πιθανά υποκείμενα αίτια, πριν εξεταστεί το ενδεχόμενο χορήγησης φαρμακευτικής αγωγής. Ο ασθενής πρέπει να είναι ενήμερος της καρδιαγγειακής κατάστασης του ασθενούς πριν την έναρξη οποιασδήποτε θεραπείας για τη δυσλειτουργία στύσης, εφόσον υπάρχει κάποια πιθανότητα εμφάνισης καρδιαγγειακών επεισοδίων σε ασθενείς με τη σεξουαλική δραστηριότητα. Το sildenafil παρουσιάζει αγγειοδιασταλτικές ιδιότητες που προκαλούν ήπια και παροδική μείωση της αρτηριακής πίεσης. Πριν τη συνταγογράφηση του sildenafil, ο ασθενής πρέπει να εξετάζεται με προσοχή εάν ασθενείς με οργανικές αιτίες νόσου θα μπορούσαν να επηρεαστούν δυσμενώς από παροδικά αγγειοδιασταλτικά. Στους ασθενείς με ιδιαίτερα αυξημένη ήπια σεξουαλική δραστηριότητα και αυτοί με σπασμωδικές πτώσεις του χεριού εδάφους της αρτηριακής πίεσης (π.χ., σπασμωτική άσπαστική αποδοκματική μυοκαρδιοπάθεια) ή εκείνοι με το οποίο συνόδου σπασμωδικών πτώσεων οργανικών συστημάτων, που παρουσιάζουν σοβαρή άσκηση συνιστάται να έχουν τη στενή επίβλεψη. Το VIAGRA εννοεί το ιστορικό απειρίαση των νηφρών (βλ. Αντενδείξεις). Μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά αναφέρθηκαν σοβαρά καρδιαγγειακά συμβάντα, ανεξάρτητα με ταυτόχρονη χρήση του VIAGRA συμπεριλαμβανομένων εμφραγμάτων του μυοκαρδίου, σπασμωδικής στήθαις, σπασμωδικών θανάτων, κολικών αρτηριακών, αγγειακών ανεπάρκειας, αγγειακών αμφοτεροειδών, παροδικών ισχυμικών επεισοδίων, υπέρτασης και υπότασης. Οι περισσότεροι, αλλά όχι όλοι, από τους ασθενείς αυτούς είχαν προηγουμένως καρδιαγγειακές παθήσεις κίνδυνου. Πολύ σπάνια το σπασμωδικό αναφέρθηκε ότι αναφέρθηκε κατά τη διάρκεια της σεξουαλικής επαφής ή αμέσως μετά από αυτή και μερικά αναφέρθηκε ότι αναφέρθηκε μετά τη χρήση του VIAGRA, χωρίς σεξουαλική δραστηριότητα. Δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί εάν το σπασμωδικό αυτό συσχετίζεται άμεσα με τους παράγοντες αυτούς ή με άλλους παράγοντες. Τα φάρμακα για την θεραπεία της δυσλειτουργίας στύσης,

συμπεριλαμβανομένου του sildenafil, πρέπει να χρησιμοποιούνται με προσοχή σε ασθενείς με διαταραχές διακυκλοφορίας του αίματος (όπως γλαύκωμα, κίση των σπληνικών σπληνών ή νόσο του Peyronie) ή σε ασθενείς που η κατάσταση τους μπορεί να προοδεύσει να προοδεύσει (όπως σε διαταρακτική νόσηση, πολυκυστικό μυέλωμα ή λευχαιμία). Η ασφάλεια και η αποτελεσματικότητα του sildenafil σε ανήλικους με άλλες μεθόδους θεραπείας δυσλειτουργίας στύσης δεν έχουν μελετηθεί. Κατά συνέπεια η εφαρμογή τέτοιων ανήλικων δεν ανιστάται. Έχουν αναφερθεί διαταραχές της όρασης και περιπτώσεις μη αγγειογενούς πρόσβασης ισχυμικής νευροπάθειας με τη χορήγηση του sildenafil και των άλλων ανασταλείων της PDE5. Ο ασθενής πρέπει να ενημερωθεί ότι σε περίπτωση σφαιρικής διαταραχής της όρασης, πρέπει να σταματήσει να ενημερωθεί ότι σε περίπτωση σφαιρικής διαταραχής της όρασης και περιπτώσεις μη αγγειογενούς πρόσβασης ισχυμικής νευροπάθειας με τη χορήγηση του sildenafil και των άλλων ανασταλείων της PDE5. Ειδικοί προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση. Δεν ανιστάται η συγχρήση του sildenafil με αλκοόλ. Συνιστάται προσοχή, όταν το sildenafil χορηγείται σε ασθενείς που λαμβάνουν ένα αλληλεπιδρά, αφού η συγχρήση μπορεί να οδηγήσει σε συμπτωματική υπόταση σε ορισμένα ευπαθή άτομα. Αυτό είναι πιθανότερο να συμβεί μέσα σε διάστημα 4 ωρών μετά από τη χορήγηση του sildenafil. Προκειμένου να μειωθεί το ενδεχόμενο εμφάνισης ορθοστατικής υπότασης, οι ασθενείς πρέπει να είναι αμεινωμένοι αμεινωμένοι στη θεραπεία με αλληλεπιδρά πριν από την έναρξη της θεραπείας με sildenafil. Θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο έναρξης χορήγησης του sildenafil από δόση των 25 mg (βλ. κφ. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης). Επιπλέον, οι γιατροί θα πρέπει να συμβουλευθούν τους ασθενείς π να κάνουν σε περίπτωση που εμφανιστούν συμπτώματα ορθοστατικής υπότασης. Μελέτες με ανήλικους αμεινωμένους υποδεικνύουν ότι το sildenafil εννοεί την αντισυμπτωτική επίδραση του νηφρικού νεφρού ή νηφρ. Δεν υπάρχουν στοιχεία για την ασφάλεια στη χρήση, όταν αφορά στη χορήγηση του sildenafil σε ασθενείς με πρόβλημα αμεινωμένους ή με ενεργό πεπτικό έλκος. Εμφάνιση, το sildenafil πρέπει να χορηγείται σε αυτούς τους ασθενείς μόνο μετά από προσεκτική αξιολόγηση των αναμενόμενων ωφελών σε σχέση προς τους πιθανούς κινδύνους. Το λεπτό μνησίο που επισυνάπτεται με το VIAGRA περιγράφει λεπτομέρως. Το VIAGRA δεν θα πρέπει να χορηγείται σε άνδρες με σπασμωδικές κίνδυνους διευκολύνει στη γλαύκωμα της Lapo ληψή της διευκολύνει κίνδυνους κίνδυνους. Δεν ενδείκνυται η χρήση του VIAGRA στα γυναικεία. **ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΚΥΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΓΑΛΑΧΙΑ:** Το VIAGRA δεν ενδείκνυται να χορηγείται στις γυναίκες. Σε μελέτες αναπαραγωγής σε αρσενικούς και κύνες, μετά από χορήγηση sildenafil από το στόμα, δεν παρουσιάζονται αρνητικές με το όργανο αναπαραγωγής ενέργειες. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Το προϊόν σφαιρικό του VIAGRA βασίζεται σε 8991 ασθενείς, οι οποίοι έλαβαν το αναμενόμενο δισκίο στήθαι σε 67. ελεγχόμενες με ενοκικό φάρμακο, κινικές μελέτες. Οι πιο συχνά αναφερθείσες ανεπιθύμητες ενέργειες σε κινικές μελέτες σε ασθενείς υπό θεραπεία με sildenafil, ήταν κεφαλαλγία, εστίαση, δυσπεψία, ορθοστατικές διαταραχές, ρινική συμφόρηση, όλη και σπασμωδική παραρροφούση. Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που παρατηρήθηκαν μετά την κυκλοφορία του φαρμάκου στην αγορά έχουν συμπτωτικά, καλύπτοντας μία περίοδο ~9 χρονών. Κατάκτηση. Επειδή δεν

αναφέρονται όλες οι ανεπιθύμητες ενέργειες στον Κάτοχο Άδειας Κυκλοφορίας και σε συμπεριλαμβανόμενες όλες στη λίστα δεδομένων ασφαλείας, οι σημαντικές απειλές των συμπτωμάτων δεν αποκλείουν με καθαρότητα με άσπαστη. Παρακάτω περιγράφονται ανά συχνότητα (πολύ συχνές (≥1/10), συχνές (≥1/100 έως <1/10), ή σπάνιες (≥1/1.000 έως <1/100), σπάνιες (≥1/10.000 έως <1/1.000), όλες οι κινικές σημαντικές ανεπιθύμητες ενέργειες, οι οποίες παρατηρήθηκαν σε κινικές μελέτες, με επίσημη μεγάλιστη από αυτή την ενοκική δοσολογία. Επιπρόσθετα, καταγράφονται ως μη γνωστές, οι συχνότητες των κινικών σημαντικών ανεπιθύμητων ενεργιών που αναφέρθηκαν από την εμπειρία μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά. Σε κάθε ομάδα συχνότητας, οι ανεπιθύμητες ενέργειες παρουσιάζονται με φθίνουσα σειρά σημαντικότητας. **Κινικές σημαντικές ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν με επίσημη μεγάλιστη απ' ότι το ενοκικό φάρμακο σε ελεγχόμενες κινικές μελέτες, καθώς και μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά. Πολύ συχνές:** Στάσις, ζάλη, υπέρταση, οξεία γλαύκωμα, κεφαλαλγία, εστίαση, ρινική συμφόρηση, δυσπεψία. **Όχι συχνές:** νηφρική, υπέρταση, διαταραχές του επιπελάου, ορθοστατικές διαταραχές, διαταραχές διακυκλοφορίας, άλλες ορθοστατικές διαταραχές, ίλιγγος, εμβόλες, σπασμωδική τοξικότητα, δερματικό εξάνθημα, μυαλγία, θρομβωτικό άλγος, κόπωση, αυξημένος καρδιακός ρυθμός, Σπινίτις: Ανάσπαση υπερτασικής, αγγειακό κερφαλικό επεισόδιο, ρυθμική κίρρωση, υπέρταση, υπόταση, εφύγραμα μυοκαρδίου, κολική μαρμαρυγή, επίσπασση, έμετος, ναυτία, θρόμβωση. **Μη γνωστές:** Παροδικό ισχυμικό επεισόδιο, επιληπτική κρίση, υπόταση, επιληπτική κρίση, μη αγγειογενής πρόσβαση ισχυμικής αμφιβλητρεοειδοπάθειας (NAION), απόφραξη των αμφιβλητρεοειδών αγγείων, έλκωμα σπασμωδικό, κολική αρτηρία, ασταθής στήθαι, αρτηριακό καρδιακό θάνατος, ανάρμοστο Stevens-Johnson, τοξική επιδερμική νεκρόλυση πρωτοπαθώς, ποταπεινότητα σπύης, Διαταραχές του ήτους: Αμφοβία κίρρωση, Αμφοβία μείωση ή απώλεια όρασης (ει αναφερθεί σε ένα μικρό αριθμό περιπτώσεων μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά και σε κινικές μελέτες με τη χρήση όλων των φασματικών φασματικών συστημάτων). **Πολύ σπάνιες:** ΚΑΤΑΧΡΑΣΗ ΚΑΤΑΧΡΑΣΗ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ/ ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: Pfizer Limited, Sandwich, Kent CT13 9NJ, Ηνωμένο Βασίλειο, EU/1/98/077/002-004, EU/1/98/077/013, EU/1/98/077/006-008, EU/1/98/077/014, EU/1/98/077/016-019, EU/1/98/077/010-012, EU/1/98/077/015 **ΤΟΠΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ:** Pfizer Hellas A.E., Μεσογείων 243, 154 51 Νέο Ψυχικό, Τηλ: +30 210 6788500. **ΔΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** 4x25mg Α.Τ.: 20,21€, 4 x 50mg Α.Τ.: 24,77€, 4x100mg Α.Τ.: 29,70€, 8x250mg Α.Τ.: 40,46€, 8x50mg Α.Τ.: 49,54€, 8x100mg Α.Τ.: 59,44€. **ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΓΙΑ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΙΑΤΡΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ:** ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ (ΜΕΡΙΚΗΣ) ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: 01 Ιουλίου 2010. **ΓΙΑ ΠΛΗΡΕΣ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΑΡΑΚΛΕΨΕΘΕ ΝΑ ΑΝΕΥΘΥΝΩΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ.**

Pfizer-Hellas S.A.E., Μεσογείων 243 - 15451 Ν. Ψυχικό, Τηλ: Εμπιστευτικές/Επιβεβαιώσεις 210 6788500, Παραρτήματα 210 6193080



Παραπομπές 1. Kadoglou A, Grohmann W, Depko A et al. Quality of erections in men treated with flexible-dose sildenafil for erectile dysfunction: Multicenter trial with a double-blind, randomized, placebo-controlled phase and an open-label phase. *J Sex Med.* 2008;5:726-734. **2.** Moncada I, Martinez-Jaboyas JM, Rodriguez-Vela L et al. Emotional Changes in men treated with sildenafil citrate for erectile dysfunction: A double-blind, placebo-controlled clinical trial. *J Sex Med.* 2009;6:3469-3477. **3.** Althoff S, O'Leary M, Cappelleri J et al. Sildenafil citrate improves self-esteem, confidence, and relationships in men with erectile dysfunction: Results from an international, multi-center, double-blind, placebo-controlled trial. *J Sex Med.* 2006;3:521-529. **4.** Lewis R, Bennett C, Borkon W et al. Patient and partner satisfaction with Viagra (sildenafil citrate) treatment as determined by the erectile dysfunction inventory of treatment satisfaction questionnaire. *Urology* 2001;57:960-965. **5.** Mulholland J, Althoff SE, Brock GB et al. Erectile dysfunction: Monitoring response to treatment in clinical practice - Recommendations of an international study panel. *J Sex Med.* 2007;4:448-464. **6.** Tomlinson JM and Wright D. Impact of erectile dysfunction and its subsequent treatment with sildenafil: qualitative study. *Br Med J.* 2004;328:1037-1040.
VA-12-NOV2011 EUJWA.2011.30 Pfizer Limited 2011. All rights reserved. Ημερομηνία προστομοατος: Νοέμβριος, 2011.

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ

ΤΕΥΧΟΣ 13
 ΜΑΡΤΙΟΣ 2012
 ISSN 1791-860x

Νίκης 57, 174 55 Άλιμος
 Τ.: 210 984 3274
 Φ.: 211 800 5575
www.PharmaManage.gr

ΕΚΔΟΤΗΣ

Πόπη Χαραμή

ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.

Εκδόσεις - Υπηρεσίες Επικοινωνίας
 Νίκης 57, 174 55 Άλιμος
 Τ.: 210 984 3274 • Φ.: 211 800 5575
p.harami@PharmaManage.gr

**ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ
 ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ
 ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Πόπη Χαραμή

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Dekay Printworks

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

Τίνα Πετρίδη,
tpetridi@dekay.gr
 Δημήτρης Δαβάκης
d.davakis@dekay.gr

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΕΙΜΕΝΩΝ

Γιάννης Ρήγος

ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΕΚΤΥΠΩΣΗ

Pressious Arvanitidis ABEE
 Καλαβρύτων 3 & Αμαλιάδος
 145 64, Ν. Κηφισιά
 Τ.: 210 625 3206
info@pressious.com

**Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ
 ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ**

Χαράλαμπος Αμπατζόγλου
 Παναγιώτα Δραγάνη
 Δέσποινα Καραγιάννη
 Ασπασία Σκουφίδη
 Πέννυ Λαζαργιώργου
 Λεωνίδα Πετεινάτος
 Μάτα Χαροκόπου
 Ανδρέας Καλλιβκάς
 Στέλιος Μουσαμάς
 Αθανάσιος Βοζίκης
 Ιωάννης Ευάγγελος Χαραμή

Δεν επιτρέπεται η αναπαραγωγή με οποιονδήποτε τρόπο τμήματος ή ολόκληρου του έργου χωρίς την προηγούμενη γραπτή άδεια του εκδότη. Το περιοδικό έχει το δικαίωμα της επιλογής και συντόμευσης των άρθρων και δελτίων τύπου που λαμβάνει. Τα όποιες μορφές υλικά, φωτογραφίες κλπ. δεν επιστρέφονται. Τα ενυπόγραφα άρθρα εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συγγραφέων τους.



Σαν τα σπάνια πουλιά...

Είναι δεδομένο ότι ο καταναλωτής του σήμερα βάζει την ποιότητα σαν πρώτο κριτήριο από την χαμηλή τιμή.

Την ποιότητα σε όλες της τις διαστάσεις!

Και ένας λόγος παραπάνω για το Φαρμακείο που αποτελεί αναμφισβήτητα ένα κατάστημα υπηρεσιών και προϊόντων υγείας και όπου η παρουσίαση του οφέλους για την υγεία έχει τον πρώτο λόγο στη συναλλαγή μας με τον πελάτη.

Θα έλεγα ότι αρκετοί Φαρμακοποιοί το έχουν καταλάβει, λίγοι όμως το εφαρμόζουν και επενδύουν στη διαφοροποίηση με την ανάπτυξη υπηρεσιών υγείας.

Ποιότητα Υπηρεσιών! Ένα θέμα που ήταν και το κυρίαρχο σχεδόν σε όλες τις ομιλίες της 3ης Ημερίδας Φαρμακοποιών που έγινε στις 22/1/12 και αποτελεί και το αφιέρωμα σε αυτό το τεύχος που έχετε στα χέρια σας σήμερα.

Αυτοί λοιπόν που άρχισαν να επενδύουν στη διαφοροποίηση και στην ποιότητα υπηρεσιών θα τους παρομοιάζα σαν τα "σπάνια πουλιά"!

Είναι αυτοί που ξεχωρίζουν από την εικόνα του Φαρμακείου τους, από τη διάθεση των ανθρώπων τους, αλλά και από τα υγιή οικονομικά τους.

Βέβαια σήμερα στη βαθειά κρίση και ύφεση που βιώνουμε, "κουνώντας τα φτερά" της διαφοροποίησης δεν περιμένουμε να πάμε ψηλά, αλλά τουλάχιστον να μην πέσουμε κάτω και δεν μπορούμε να σηκωθούμε.

Είναι και αυτό μια αισιόδοξη προοπτική.

Οι υπόλοιποι Φαρμακοποιοί, και είναι δυστυχώς οι περισσότεροι, βρίσκονται στα πρόθυρα νευρικής κρίσης με τη νέα κατάσταση πραγμάτων που καλούνται να αντιμετωπίσουν. Δεν ακούνε τίποτε αισιόδοξο, τίποτε που θα χρειαστεί μια επί πλέον προσπάθεια από μέρους τους για ν' αλλάξουν τον τρόπο συναλλαγής τους με τον πελάτη. Απλά διαμαρτύρονται και μερικές φορές όχι άδικα φυσικά.

Η απάντηση είναι πολύ απλή: Η Αξία της Κρίσης!

Μέσα από τις διαδικασίες των αλλαγών όταν αυτές δεν ακολουθούνται από τα ενδιαφερόμενα άτομα τότε το πράγμα είναι σκληρό. Έρχεται η απελπισία και η κατάθλιψη.

Η λύση είναι μια: Το Νήμα από την Αρχή!

Μέσα από αλλαγή νοοτροπίας, ιδεών, απόψεων και πάνω από όλα με σωστούς ηγέτες.

Τι λέτε... Θα ανοίξετε φτερά;

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ

Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

p.harami@PharmaManage.gr



3η Ημερίδα Φαρμακοποιών Φαρμακείο: «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ» Κυριακή, 22 Ιανουαρίου 2012

Με 2.375 συμμετέχοντες και σημαντικούς ομιλητές με άκρως επίκαιρες και ενδιαφέρουσες εισηγήσεις και συζητήσεις!

Ολοκληρώθηκε με απόλυτη και μεγάλη επιτυχία η **3η Ημερίδα Φαρμακοποιών**, όπου με ιδιαίτερα μεγάλο ενδιαφέρον την παρακολούθησαν 2.375 συμμετέχοντες από όλο το Φαρμακευτικό κόσμο.

Η 3η Ημερίδα Φαρμακοποιών που πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 22 Ιανουαρίου 2012, ήταν μία πολύ προσεκτικά σχεδιασμένη διοργάνωση του περιοδικού «**PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**», που απέδειξε ακόμη μία φορά ότι διαθέτει αποδεδειγμένη αποδοχή, γνώση και αντικειμενικότητα σε όλα τα θέματα που αφορούν και απασχολούν το χώρο του Φαρμακείου.



Κεντρικό θέμα της 3ης Ημερίδας ήταν το: **«Φαρμακείο: Επιχειρηματικότητα & Επικοινωνία Υγείας»**. Ένα πραγματικά επίκαιρο θέμα, που προσέλκυσε ένα θερμό ακροατήριο αποτελούμενο από Φαρμακοποιούς, βοηθούς και συνεργάτες τους, στελέχη πωλήσεων και marketing εταιρειών, όπως επίσης και άλλων επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στο χώρο του Φαρμακείου.

Με ένα πρόγραμμα 19 ομιλιών σε 4 διαφορετικές και σύγχρονες αίθουσες και με εισηγητές Πανεπιστημιακούς, Φαρμακοποιούς και Στελέχη της αγοράς, παρουσιάστηκαν επίκαιρα θέματα Management, Marketing, Διαχείρισης και Επικοινωνίας με τον πελάτη, που απασχολούν την καθημερινότητα του φαρμακείου. Παράλληλα, λειτούργησαν 9 Εργαστήρια υποστηριζόμενα από εταιρείες του κλάδου. Εκτός όμως από τις ομιλίες, οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να επισκεφθούν τα περίπτερα των εταιρειών, Χορηγών, Υποστηρικτών και Συμμετεχόντων της εκδήλωσης και να ανακαλύψουν τα νέα τους προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και να συνομιλήσουν με τα στελέχη τους.

Τέλος, η εκδήλωση έκλεισε με ένα πάρτι με ζωντανή μουσική, πολύ χορό από Λατίνους χορευτές που ξεσήκωσαν τον κόσμο, σαμπάνια και snacks.

Δείτε τις Ομιλίες και Online Πληροφορίες στο:
www.PharmaManage.gr



Οι Χορηγοί μας



ASTRA MEDICAL SUPERFOODS



BAYER



CSA



DEVANT



ISO-PLUS



JOHNSON & JOHNSON



KORRES



MEDIHELM



OLIVOS SCIENCE



PHARMA CENTER



PIERRE FABRE



VITORGAN

Οι Υποστηρικτές μας



ΑΚΙΔΑ



ALES GROUPE



BOLTON



DOUNI HEALTH PRODUCTS



GLAXO SMITH KLINE



KERTUS



MENARINI



NESTLE NUTRITION



PFIZER



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ

Οι Συμμετέχοντες



BIAN



COSMESIS - Φ. ΓΕΩΡΓΑΝΤΑΣ



HUMAN POTENTIAL



INTERMED



ITQ



NTAΘY



Κ. Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ



KABONATURA



PHARMA PLUS



SALES PHARMA

Συνεχίζει δυναμικά η Bolton Hellas A.E.B.E.

**Somatoline
Cosmetic™**

Το 2011 η Bolton Hellas A.E.B.E. εισήλθε δυναμικά στο χώρο του Φαρμακείου, με τη γυναικεία σειρά αδυνατιστικών προϊόντων Somatoline Cosmetic™ κατα-

κτώντας Ηγετική Θέση στην «κατηγορία των αντικυτταριτιδικών προϊόντων τοπικής χρήσης με συσφιγκτικές ιδιότητες», με μερίδιο αγοράς σε αξία 38,11% (βάσει στοιχείων IMS Μάρτιος – Δεκέμβριος 2011). Το 2012 το Τμήμα Φαρμακείων της **Bolton Hellas A.E.B.E.** συνεχίζει με νέες σημαντικές επενδύσεις αποκλειστικά στο χώρο του Φαρμακείου, προσφέροντας νέα προϊόντα υψηλής ποιότητας. Στο πλαίσιο αυτών, ενισχύει τη γυναικεία σειρά Somatoline Cosmetic™ με ένα νέο εξειδικευμένο προϊόν αποκλειστικά για την καταπολέμηση της Κυτταρίτιδας και επεκτείνεται στην αγορά των αδυνατιστικών προϊόντων για τον Άνδρα, με τη νέα ειδική σειρά Somatoline Cosmetic™ Man. Οι εκπρόσωποι πωλήσεων της εταιρείας παρέχουν στους κ.κ. Φαρμακοποιούς λεπτομερή ενημέρωση σχετικά με τη γυναικεία και ανδρική σειρά προϊόντων, καθώς και προσφορές που τους εξασφαλίζουν υψηλή κερδοφορία. Παράλληλα, προσφέρεται στους κ.κ. Φαρμακοποιούς πλούσιο προωθητικό υλικό για τη μεγιστοποίηση των πωλήσεών τους.

Τα προϊόντα είναι διαθέσιμα και μέσω Συνεταιρισμών & Φαρμακαποθηκών σε όλη τη χώρα.

Από την Bolton Hellas A.E.B.E. Τμήμα Φαρμακείων

Η Βρεφική Διατροφή Nestle® και φέτος κοντά στη φαρμακευτική κοινότητα

Η Βρεφική Διατροφή Nestle

για 3η συνεχόμενη χρονιά βρίσκεται στο πλάι της φαρμακευτικής κοινότητας, συμμετέχοντας ενεργά στην 3η Ημερίδα Φαρμακοποιών με τίτλο «Φαρμακείο: Επιχειρηματικότητα και Επικοινωνία Υγείας», που πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία την Κυριακή 22 Ιανουαρίου, στο Κέντρο Πολιτισμού «Ελληνικός Κόσμος». Οι συμμετοχές ξεπέρασαν τις 2.300, ενώ το πρόγραμμα περιλάμβανε σημαντικούς ομιλητές και άκρως επίκαιρες και ενδιαφέρουσες εισηγήσεις και συζητήσεις.

Με ένα ειδικά σχεδιασμένο περίπτερο και ενεργή παρουσία σε όλη τη διάρκεια της Ημερίδας, η ομάδα της Βρεφικής Διατροφής Nestle® πρόσφερε ενημέρωση στους φαρμακοποιούς σχετικά με το σημαντικό ρόλο της διατροφής στην πρόληψη και αντιμετώπιση των αλλεργιών που αποτελούν την επιδημία του 21ου αιώνα.

Η Nestle, η μεγαλύτερη εταιρεία βρεφικής διατροφής στον κόσμο, με εμπειρία 145 ετών και βασικούς πυλώνες της τήν Έρευνα και Ανάπτυξη, αποσκοπεί στη συνεχή ανανέωση και καινοτομία των προϊόντων της, ώστε αυτά να βασίζονται στις πιο σύγχρονες παιδιατρικές μελέτες και οδηγίες.



Δίκτυο φαρμακείων Pharma PLUS Οι καταναλωτές αλλάζουν. Το φαρμακείο;

Δυναμική ήταν η συμμετοχή του δικτύου φαρμακείων **Pharma PLUS** στην 3η Ημερίδα Φαρμακοποιών, που διοργανώθηκε από το περιοδικό Pharmacy Management & Επικοινωνία, στις 22 Ιανουαρίου, στο Κέντρο Πολιτισμού «Ελληνικός Κόσμος».

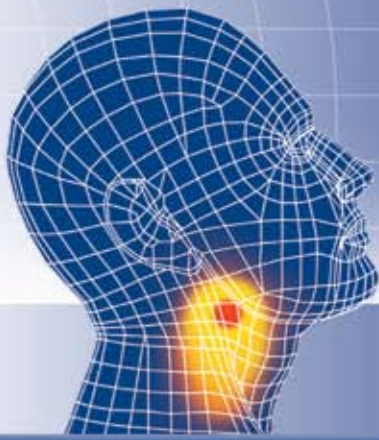
Η Pharma PLUS είχε διπλή συμμετοχή, τόσο στο συνεδριακό μέρος με ομιλία, όσο και στο εκθεσιακό, με περίπτερο στο οποίο παρουσιαζόταν ένα εικονικό φαρμακείο. Θέμα της ομιλίας, την οποία παρακολούθησαν περισσότεροι από 200 φαρμακοποιοί, ήταν: «Οι καταναλωτές αλλάζουν. Το φαρμακείο;». Σύμφωνα με έρευνες, οι Έλληνες καταναλωτές αλλάζουν. Πιο «υποψιασμένοι» από ποτέ, αρχίζουν να θέτουν νέα κριτήρια για τις αγορές τους, εκλογικεύουν τις επιλογές τους, τον τρόπο που διαχειρίζονται τα χρήματά τους και αναζητούν πιο αξιόπιστες αγορές για να προμηθευτούν προϊόντα. Η Pharma PLUS, με βάση τις έρευνες αυτές, μετέφρασε τις νέες τάσεις των καταναλωτών προς όφελος του σύγχρονου φαρμακείου και διαμόρφωσε τακτικές για:

- βελτίωση του περιθωρίου κέρδους,
- αύξηση της κερδοφορίας,
- σωστές αγορές προϊόντων και
- ολοκληρωμένες ενέργειες για την άνοδο των πωλήσεων και την προσέλκυση νέων πελατών.

Κατά τη διάρκεια της ημερίδας, παρουσιάστηκε και το νέο, ανανεωμένο έντυπο προφίλ της Pharma PLUS, το οποίο παρουσιάζει τα οφέλη από τη συνεργασία του φαρμακοποιού με το πιο ολοκληρωμένο δίκτυο φαρμακείων στη χώρα μας.

Επισκεφθείτε το www.pharmaplus.gr και ενημερωθείτε άμεσα και έγκυρα για όλες τις εξελίξεις σε θέματα υγείας και ομορφιάς από τη Pharma PLUS.





OrociL Lido®

BENZOXONIUM CHLORIDE

ΜΕ ΛΙΔΟΚΑΪΝΗ

Άμεση δράση στον πονόλαιμο

Τροχίσκοι
BTx24
Με ευχάριστη
γεύση πορτοκαλί



Στοματικό
ενέφωμα
FL 30ml
Με γεύση μέντας



Στοματικό
διάλυμα
FL 200ml
Με γεύση μέντας



**Αποτελεσματική
αντιμετώπιση της λοίμωξης¹**

Benzoxonium Chloride



Άμεση ανακούφιση

Lidocaine Hydrochloride

ΜΕΓΑΛΟ ΕΥΡΟΣ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΩΝ ΕΝΔΕΙΞΕΩΝ

- Φαρυγγίτιδα (με ή χωρίς δυσκολία στην κατάποση)
- Συμπληρωματική θεραπεία στην αμυγδαλίτιδα
- Κρυολόγημα με πονόλαιμο
- Θεραπεία περιδοοντίτιδας ή ουλίτιδας
- Φλεγμονές των ούλων
- Μικρά στοματικά έλκη (άφθες)

Π Ε Ρ Ι Λ Η Ψ Η Τ Ω Ν Χ Α Ρ Α Κ Τ Η Ρ Ι Σ Τ Ι Κ Ω Ν Τ Ο Υ Π Ρ Ο Ϊ Ο Ν Τ Ο Σ

1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ. OROCIL LIDO® **2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ & ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ σε δραστικά συστατικά.** Τροχίσκοι. Κάθε τροχίσκος περιέχει: benzoxonium chloride 1 mg, lidocaine hydrochloride 1 mg. Στοματικό ενέφωμα. Κάθε 1ml περιέχει: benzoxonium chloride 2 mg, lidocaine hydrochloride 1,5 mg. Στοματικό διάλυμα. Κάθε 1ml περιέχει: benzoxonium chloride 0,5 mg, lidocaine hydrochloride 0,5 mg. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ.** Τροχίσκοι, Στοματικό ενέφωμα, Στοματικό διάλυμα. **4. ΚΛΙΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.** **4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις.** Αντισηπτικό της στοματικής κοιλότητας με τοπική αναισθητική δράση. Χρησιμοποιείται για την θεραπεία λοιμξιών της στοματοφαρυγγικής κοιλότητας, όπως φαρυγγίτις ή λαρυγγίτις (με ή χωρίς δυσκολία στην κατάποση), σε μικρά στοματικά έλκη, κινάγκη, καθώς και σε φλεγμονές των ούλων. Μπορεί ακόμη να χρησιμοποιηθεί ως συμπληρωματική θεραπεία στην αμυγδαλίτιδα. **4.2. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης.** Η διάρκεια της θεραπείας δεν πρέπει να υπερβαίνει τις 2 εβδομάδες. Τροχίσκοι: Αφήστε ένα τροχίσκο να διαλυθεί αργά στο στόμα κάθε 2 - 3 ώρες. Σε περίπτωση σοβαρότερης λοίμωξης, η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 1 τροχίσκο ανά μια ή δυο ώρες. Μην υπερβείτε τους 10 τροχίσκους την ημέρα. Άφθες: Αφήστε ένα τροχίσκο ή μια κίχουλα να διαλυθεί επάνω στην πάχυνση περιοχής. Στοματικό ενέφωμα: 3 - 6 εφαρμογές την ημέρα στο στόμα ή στο πίσω μέρος του στόματος. Κρατήστε τον ψεκαστήρα σε όρθια θέση και πιείτε τον 4 φορές σε κάθε εφαρμογή. Πριν από την πρώτη χρήση, πιείτε τον ψεκαστήρα αρκετές φορές στον αέρα για να τον προετοιμάσετε. Η δόση αυτή αντιστοιχεί σε 0,5 ml και περιέχει 1mg benzoxonium chloride και 0,75 mg lidocaine hydrochloride. Στοματικό διάλυμα: Κάντε γαργαρισμούς ή ξεπλένετε το στόμα πρωί και βράδυ μετά τα γεύματα για 30 - 60 δευτερόλεπτα με 15 - 20ml (1 κουτάλι της σούπας) μη αραιωμένου διαλύματος (μην το καταπιείτε). Εάν είναι απαραίτητη συνεχής θεραπεία, όπως σε πονόλαιμο, το διάλυμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί πιο συχνά ή να αντικατασταθεί από τους τροχίσκους ή το ενέφωμα κατά την διάρκεια της ημέρας. Ιδιαίτερα συνιστάται σε θεραπεία περιοδοντίτιδας ή ουλίτιδας. Παιδιά: Το OROCIL LIDO® μπορεί να χορηγηθεί σε παιδιά πάνω από 4 χρόνων, αλλά η δοσολογία πρέπει να είναι μειωμένη. Μην υπερβείτε τους 6 τροχίσκους την ημέρα. Πιείτε τον ψεκαστήρα μόνο 2 έως 3 φορές σε κάθε εφαρμογή. Χρησιμοποιήστε μόνο 10 - 15ml του διαλύματος (1 κουτάλα του γλυκού) για πλύση του στόματος ή γαργαρισμούς. **4.3. Αντενδείξεις.** Υπερευαίσθησία στο βενζοξόνιο ή άλλες τετρατοξαγείς ενώσεις του αμμωνίου, στην λιδοκαΐνη ή άλλες αμιδες καθώς και σε κάποιο από τα έκδοκα του προϊόντος. Να μη χρησιμοποιείται σε παιδιά κάτω των 4 χρόνων. **4.4. Ιδιαίτερες προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση** Η δράση του OROCIL LIDO® είναι τοπική ανισηπτική και αναισθητική όμως δεν αντικαθιστά τη θεραπεία με αντιβιοτικά, όπως αυτά απαιτούνται. Η συνεχής χρήση του στοματικού διαλύματος OROCIL LIDO® περισσότερο από 2 εβδομάδες μπορεί να προκαλέσει ελαφρύ καυστικό κρεμαστικό της γλώσσας ή των δοντιών, ο οποίος όμως είναι αναστρέψιμος. Οι τροχίσκοι δεν πρέπει να μασούνται ή να καταπίνονται. Επίσης δεν πρέπει να λαμβάνονται κατά την διάρκεια ή πριν από τη γεύση, λόγω της αναισθητικής δράσης της λιδοκαΐνης. Το OROCIL LIDO® δεν ενδείκνυται για μακροχρόνια θεραπεία. Η χρήση του πρέπει να διαρκεί μόνο λίγες ημέρες, ώστε ακριβώς αρχίζει ο θερπάζων ιατρός. **4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα και άλλες μορφές αλληλεπιδράσεων.** Καμία γνωστή μέχρι σήμερα. **4.6. Κύηση και γαλουχία.** Κύηση: Περιόχηση σε ζωία με κλωροϊκό βενζοξόνιο και λιδοκαΐνη δεν έδειξαν ούτε τερατογόνα ιδιότητα, ούτε ανελθιμικές επιδράσεις στο έμβρυο. Η ασφάλεια για χρήση κατά τη διάρκεια της κύησης και γαλουχίας δεν έχει εκτιμηθεί σε ειδικές μελέτες. Κατά συνήθεια, πρέπει να αποφευχθεί η χρήση του OROCIL LIDO® σε εγκύους, ιδιαίτερα κατά τους πρώτους 3 μήνες της κύησης. **Γαλουχία:** Μόνο μετά από συμβουλή ιατρού πρέπει να χορηγηθεί το OROCIL LIDO® σε μητέρες, που θηλάζουν. **4.7. Επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων.** Καμία γνωστή μέχρι σήμερα. **4.8. Ανελθιμικές ενέργειες.** Περιστασιακά και παροδικά περιστασιακά ήπιου, τοπικού ερεθισμού μπορούν να παρατηρηθούν. Έκουν αναφερθεί μεμονωμένες περιπτώσεις δερματικού ερεθισμού ή οδήγητος του προσώπου και του λαιμού. **4.9. Υπερδοσολογία.** Όπως συμβαίνει με όλα τα άλατα του τετρατοξαγίου αμμωνίου, κυρία λίγη μεγάλη ποσότητα κλωροϊκού βενζοξόνιου μπορεί να προκαλέσει ναυτία και έμετο. Συνιστάται άμεση χορήγηση γαλακτικής ή άσπρου του αμυγ χτυπημένου με νερό. Αποφύγετε τα οισονομηματώδη, γιατί αυτά προδύουν την απορρόφηση. Η περιεκτικότητα σε λιδοκαΐνη είναι πάρα πολύ μικρή, ώστε να προκαλέσει σε περίπτωση υπερδοσολόγησης ανελθιμικές αντιδράσεις. **6.7. Κάτοχος αδείας κυκλοφορίας.** Δικαιούχος: Novartis Consumer Health SA Νyon Ελβετία. Υπεύθυνος κυκλοφορίας στην Ελλάδα: Novartis Hellas AEBE 12^η κλμ.Εθνικής Οδού Αρ. 1 144 51 Μεταμόρφωση. **7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ.** 40860/21-6 2006. **8. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ.** 9. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΗΣ ΜΕΡΙΚΗΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ. **10. Ενδεικτική λιανική τιμή πώλησης:** Τροχίσκοι (BTX24): 4,83€. Στοματικό ενέφωμα: (FL 30ml): 5,58€. Στοματικό διάλυμα (FL 200ml): 6,44€ (Σε περίπτωση τροποποιήσεων ΔΤ ισχύει η νεότερη τιμή), συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ όπως ισχύει.

1. Novartis Consumer Health SA Data on file April 9, 2003 Expert report on the Clinical Documentation



Novartis (Hellas) A.E.B.E. • Τ.Θ. 52001, 144 10 Μεταμόρφωση
Τηλ. 210 28 11 712 • www.novartis.gr • ΦΑΡΜΑΚΟΠΕΑΓΡΥΠΠΗΣΗ: 210 28 28 812

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή.
Συμπληρώστε την «ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ»
Αναφύρατε.

- ΟΛΕΣ τις ανελθιμικές ενέργειες για το Νέο φάρμακο **N**
- Τις ΣΩΒΑΡΕΣ ανελθιμικές ενέργειες για το Γνωστό φάρμακο

Τα Υποδήματα Scholl, από την εταιρεία Κώστας Α. Παπαέλληνας ΑΕΒΕ



Από την 1η Ιανουαρίου 2012, την αποκλειστική αντιπροσωπεία & διάθεση των υποδημάτων Scholl στα φαρμακεία, ανέλαβε η εταιρεία Κώστας Α. Παπαέλληνας ΑΕΒΕ.

Οι Υπεύθυνοι Πωλήσεων της εταιρείας, είναι στη διάθεσή σας για να σας παρουσιάσουν στο φαρμακείο σας τη

ΝΕΑ Συλλογή «Άνοιξη / Καλοκαίρι 2012» των υποδημάτων Scholl, ειδικά σχεδιασμένη για να καλύπτει το σύνολο των αναγκών του καταναλωτικού κοινού του σύγχρονου φαρμακείου.

Οι νέες στυλιστικές δημιουργίες συνδυάζονται μοναδικά με την πρωτοποριακή τεχνολογία της Scholl, εξασφαλίζοντας εγγυημένη λειτουργικότητα, στυλ και άνεση.

Η εταιρεία Κώστας Α. Παπαέλληνας εγγυάται την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτησή σας, ανταποκρινόμενη στις ανάγκες σας και στο υψηλό επίπεδο ποιότητας των Υποδημάτων Scholl.



ADELCO, ιστορική διαδρομή

Η εταιρεία **ADELCO** ιδρύθηκε το 1934 στο Μοσχάτο, για την παρασκευή χρωμάτων και παρεμφερών χημικών προϊόντων. Το 1948 προστέθηκε ένας μεγάλος κλάδος παρασκευής φαρμάκων και αργότερα καλλυντικών προϊόντων. Η παραγωγή σύγχρονων φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων και καλλυντικών αντιπροσωπεύει σήμερα τη μεγαλύτερη δραστηριότητα της ADELCO. Παράγει ετησίως περίπου τρία εκατομμύρια συσκευασίες 25 φαρμακευτικών προϊόντων σε διάφορες φαρμακοτεχνικές μορφές που καλύπτουν ευρύ φάσμα θεραπευτικών αναγκών, όπως π.χ. το FILICINE, STEDON, MINITRAN, PAROTICIN, NOTORIUM, KLOREF, SALOPYRINE, τα οποία και καταξιώνονται από την Ιατρική κοινότητα, καθώς επίσης και 20 μορφές καλλυντικών προϊόντων, όπως π.χ. το κλασικό OM OR, το οποίο είναι και το πρώτο Σαμπουάν που κυκλοφόρησε στην Ελλάδα, την παιδική σειρά ADELCO KIDS, τα ADELCO VELVET HAND, BODY και ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΑ και τη σειρά ADELCO INTENSE SPA γυναικείας περιποίησης μαλλιών και τέλος τα OM OR NATURAL SHAMPOO και BALSAM. Ένα μέρος των παραχθέντων προϊόντων εξάγεται σε χώρες της Ευρώπης, Ανατολικής Ευρώπης, Αφρικής, Μέσης και Άπω Ανατολής, καθώς και Κίνας. Όλα τα προϊόντα της ADELCO είναι απολύτως εγγυημένα για την ποιότητά τους.

Η Adelco διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής σε ιδιόκτητους χώρους 10.000 m², απασχολεί προσωπικό 70 εξειδικευμένων ατόμων και τηρεί όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές (GMP και GLP) για κανόνες καλής παραγωγής και καλής εργαστηριακής πρακτικής.



Platon ΑΕ

Αρώματα και φυσικά αιθέρια έλαια



Η εταιρεία **Platon AE** εστιάζει στην προσεκτική επιλογή της υψηλής ποιότητας μιας μεγάλης συλλογής εγγυημένων 100% ατόφινων αιθέριων ελαίων και φυτικών λαδιών, τα οποία εισάγει και διαθέτει στην ελληνική αγορά για φαρμακευτική και καλλυντική χρήση.

Διαθέτει επίσης βαζάκια για καλλυντικές κρέμες, φιαλίδια φαρμακευτικά καραμελέ (amber), καθώς και πώματα ασφαλείας και σταγονόμετρα για τη διαφύλαξη της ποιότητας των ευαίσθητων αρωματικών και φαρμακευτικών προϊόντων.

Τέλος, ως απόσταγμα της μακρόχρονης εμπειρίας της στις αρωματικές ουσίες αποτέλεσε η παραγωγή συσκευασμένων υψηλής ποιότητας Eau de Perfume, αλλά και χύμα αρωμάτων & κολόνιας, από την παρασκευαστική θυγατρική της εταιρεία ΕΛΕΒΟΝ ΕΠΕ.

Όλα σε απίστευτη ποιότητα, προσιτές τιμές και σε διάφορες συσκευασίες.

Το όνομά μας, η μακρόχρονη παράδοση στο χώρο, οι γνώσεις αλλά και η εμπειρία μας είναι η εγγύηση για τα προϊόντα που διαθέτουμε στην ελληνική αγορά.

Κανένα πρόβλημα με τη γραμμή σας!



Διπλή δράση
στο αδυνάτισμα
με **CLA Plus capsules**
& **Green Tea tablets**

Bodylean της HealthAid Η φυσική λύση για λεπτό & σφριγηλό σώμα

CLA-Συζευγμένο Λινολεϊκό Οξύ σε κάψουλες που διασπούν τα λίπη, τα μετατρέπουν σε ενέργεια και εμποδίζουν την αποθήκευσή τους και ταμπλέτες με φυσικά συστατικά: **Αμινοξέα** που μεταβολίζουν τα λίπη, **Πράσινο Τσάι** αντιοξειδωτικό για καύση του λίπους, **Συνένζυμο Q10** για την παραγωγή ενέργειας και την προστασία από τις ελεύθερες ρίζες, **Χρώμιο** για τη διατήρηση του σακχάρου σε σταθερά επίπεδα, ώστε να περιορίζει την όρεξη και την επιθυμία για γλυκά. Συνδυάστε το **Bodylean** με ισορροπημένη διατροφή και ελαφριά άσκηση, ώστε να πετύχετε διπλό αποτέλεσμα! Υγιές αδυνάτισμα και ιδανικές αναλογίες σώματος, χωρίς χαλάρωση και περιττά λίπη.

HEALTH AID LTD – Harrow, London, England / Ε0Φ: 14142 /10



μόνο 30€

PHARMA CENTER

Υγεία • Φροντίδα • Ομορφιά

T: 210 960 4511
www.pharmacenter.gr

HealthAid[®]
VITAMIN SUPPLEMENTS

Η εταιρεία ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε. σύμβουλος σας στο εργαστήριο



Η εταιρεία **ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε.** δραστηριοποιείται στο χώρο της εμπορίας και αντιπροσώπευσης πρώτων υλών, εξοπλισμού εργαστηρίου και παραφαρμακευτικών προϊόντων, προμηθεύοντας κυρίως φαρμακαποθήκες και φαρμακεία σε ολόκληρη την Ελλάδα. Κατέχει ηγετική θέση στο χώρο και εργάζεται καθημερινά για τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με πελάτες και προμηθευτές. Προσφέρει υψηλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, διαθέτοντας πιστοποίηση ISO 9001:2008 για την εισαγωγή, εμπορία και διακίνηση ιατροτεχνολογικών, χημικών, καλλυντικών και ορθοπεδικών προϊόντων, ενώ παράλληλα συγκαταλέγεται ανάμεσα στις "Strongest Companies" για τα έτη 2010-2011, πιστοποίηση που απονέμεται από την ICAP σε εταιρείες με υψηλή πιστοληπτική ικανότητα κατά την κλίμακα του ICAP Rating Score.

Από τις σημαντικότερες στρατηγικές συνεργασίες της ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε. είναι η αντιπροσώπευση του ιταλικού ομίλου FARMALABOR, που είναι μία από τις πλέον αξιόπιστες εταιρείες επεξεργασίας και ανασυσκευασίας χημικών στην Ευρώπη. Μέσω αυτής της συνεργασίας, η ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε. διαθέτει στους Έλληνες φαρμακοποιούς πάνω από 4.000 κωδικούς χημικών.

Παράλληλα η εταιρεία δημιούργησε μια υπερσύγχρονη μονάδα ανασυσκευασίας πρώτων υλών, η οποία πληρεί υψηλά κριτήρια ποιότητας και ασφάλειας.

Οι επενδύσεις της ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε. δεν σταματούν βέβαια στις εγκαταστάσεις και τα μηχανήματα, αλλά σχετίζονται και με το ανθρώπινο δυναμικό της, που απαρτίζεται από μια καταρτισμένη ομάδα χημικών / χημικών μηχανικών και φαρμακοποιών, η οποία προσφέρει πλήρη επιστημονική υποστήριξη στον τομέα του εργαστηρίου και είναι πάντα στο πλευρό των πελατών της, έτοιμη να βοηθήσει.

Η Advance Pharmacies δημιουργεί τη σειρά φροντίδας «that's better»



Το πανελλαδικό δίκτυο φαρμακείων **Advance Pharmacies** επανέρχεται δυναμικά δημιουργώντας μια επαναστατική σειρά προϊόντων φροντίδας για πρόσωπο και σώμα, τη «that's better», με κύριο συστατικό το No1 «υπερφρούτο» στον κόσμο, το "Acai Berry".

Παρουσιάζοντας μια ολιστική προσέγγιση & υιοθετώντας μια νέα φιλοσοφία, η **"that's better"** απευθύνεται στη γυναίκα του σήμερα, τη γυναίκα που κατανοεί την ποιότητα, που θέλει να βρísκεται ένα βήμα μπροστά από τα συμβατικά προϊόντα φροντίδας και αναζητά εξειδικευμένα πολυχρηστικά προϊόντα με στοχευόμενη δράση και αποτελεσματικότητα.

Με ενεργά, πιστοποιημένα και άριστης ποιότητας συστατικά, η σειρά αυτή ήρθε για να καλύψει ένα μεγάλο κενό σε εναλλακτικά προϊόντα καθημερινής φροντίδας με προϊόντα προσιτά, εύκολα στη χρήση και παρέχοντας οριστική λύση.

Υποστηρίζοντας την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία της στον κλάδο των καλλυντικών, η Advance Pharmacies επενδύει δυναμικά σε Media Plan προκειμένου να ενισχύσει τις πωλήσεις του νέου brand της.

Η σειρά "that's better" ξεκίνησε τη δραστηριότητά της στα φαρμακεία του δικτύου Advance Pharmacies στις 20 Δεκεμβρίου του 2011 και έγινε δεκτή με μεγάλη αποδοχή και ενθουσιασμό, τόσο από τους Beauty Editors όσο και από τους φαρμακοποιούς και τους πελάτες τους.



BRUFEN®

(ibuprofen)



A-00933

BRU05-2012

Η διαφήμιση είναι σύμφωνη με την ισχύουσα νομοθεσία – Υπουργική Απόφαση ΔΥΓ3(α)/83657 – ΦΕΚ 59B'-24/1/06 και τον κώδικα δεοντολογίας του ΣΦΕΕ. Πριν τη συνταγογράφηση συμβουλευθείτε την πλήρη Περίληψη Χαρακτηριστικών του Προϊόντος. Για περισσότερες πληροφορίες απευθυνθείτε στην εταιρεία Abbott Laboratories (Ελλάς) ΑΒΕΕ.

ABBOTT LABORATORIES (ΕΛΛΑΣ)

ΑΘΗΝΑ: Λεωφ. Βουλιαγμένης 512, 174 56 Άλιμος, Τηλ.: 210 9985222,
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ: 12^ο χλμ. Εθνικής Οδού Θεσ/νίκης - Ν.Μουδανίων, Τ.Θ. 60682,
Τ.Κ. 57001, Τηλ.: 2310 810470

 **Abbott**
A Promise for Life



26 ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΦΥΣΙΚΩΝ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Η ISO-PLUS A.E. ιδρύθηκε το 1986 με σκοπό να παρέχει στους Έλληνες καταναλωτές φυσικά συμπληρώματα υψηλής διατροφικής αξίας, παράλληλα με την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση και πληροφόρηση.

Βασικό πυρήνα της φιλοσοφίας της ISO-PLUS συνιστά η αποστολή να **εμφυσησει μια καθημερινή διατροφική συνείδηση στον καταναλωτή**, προσφέροντας ταυτόχρονα άρτια εκπαίδευση στον πελάτη-συνεργάτη.



Βασισμένη σε αυτές τις αρχές η ISO-PLUS A.E. αντιπροσωπεύει και διαθέτει στην ελληνική αγορά, φυσικά προϊόντα υψηλών προδιαγραφών από κορυφαίους οίκους του εξωτερικού, όπως των **Optima Health & Nutrition**, **Ainsworths** και της **Solgar**, της κορυφαίας εταιρίας φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής στον κόσμο. Από τον Νοέμβριο του 2011 η εταιρεία επέκτεινε τις δραστηριότητές της και στον τομέα των φυσικών καλλυντικών, με τη βρετανική σειρά βιολογικών καλλυντικών **dr.organic**.



Παράλληλα από τον Σεπτέμβριο του 2011 η ISO-PLUS, δημιούργησε τη δική της σειρά φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής **myelements**, η οποία προσβέυει τη φιλοσοφία της εταιρείας.



Επιπροσθέτως η **Solgar**, υποστηρίζει τον **Νικόλα Κακλαμανάκη**, ο οποίος διένυσε **280 ναυτικά μίλια κατά μήκος του Αιγαίου σε 3 ημέρες** για να μεταβιμπαδεύσει στη νέα γενιά το κοινό τους όραμα, αληθιά και την αγάπη του για τη ζωή, καθώς επίσης και την **κοινή πίστη ότι με τη δύναμη της Ελλάδας όλα είναι εφικτά**.



Η ISO-PLUS δεν ασχολείται όμως μόνο με την διανομή φυσικών προϊόντων. Μέσω του τμήματος **Επιστημονικής Ενημέρωσης** συμμετέχει ενεργά ως χορηγός σε πληθώρα επιστημονικών συνεδρίων ανά την Ελλάδα. Επίσης, τα τελευταία δύο χρόνια διοργανώνει σε **Αθήνα και Θεσσαλονίκη την «Πολυθεματική ημερίδα ISO-PLUS»**, προσφέροντας στους συνεργάτες της πολύτιμη επιστημονική ενημέρωση και γνώση από καταξιωμένους επαγγελματίες του χώρου της υγείας και της διατροφής, επιτυγχάνοντας τη συμμετοχή περισσότερων από 600 φαρμακοποιών και διατροφολόγων.

Από τις αρχές του 2012, η ISO-PLUS δραστηριοποιείται και διεθνώς, ξεκινώντας τις εξαγωγικές της δραστηριότητες μέσω της ανάληψης της αντιπροσωπείας των προϊόντων της **Solgar για την Βουλγαρία και την Ρουμανία**, ιδρύοντας θυγατρικές εταιρίες και βάζοντας τα θεμέλια για μελλοντική επέκταση στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων.

Πολύ σημαντική κίνηση της εταιρείας υπήρξε επίσης η **ουσιαστική μείωση των τιμών**, η οποία τις επανέφερε στα επίπεδα του 2004. Αντιλαμβανόμενη τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας, η ISO-PLUS προχώρησε στη μείωση αυτή, η οποία είχε ως στόχο να βοηθήσει με τον τρόπο της και να **υποστηρίξει τον τελικό καταναλωτή**, αληθιά και τους **πελάτες-συνεργάτες** της.

Σήμερα η ISO-PLUS συνεχίζει να αναπτύσσεται στην ελληνική αγορά παρέχοντας μια **πλήρη σειρά 800 διαφορετικών προϊόντων**, καλύπτοντας πλήρως τις ανάγκες των Ελλήνων καταναλωτών. Συνεργάζεται με **8.000 φαρμακεία και καταστήματα υγιεινής διατροφής** σε όλη την Ελλάδα και απασχολεί **55 έμπειρα και εξειδικευμένα στελέχη** που ακολουθούν πιστά τις αξίες και τη φιλοσοφία της ISO-PLUS, με σκοπό την προσφορά **εξαιρετικών προϊόντων και την παροχή ενημερωτικών και επιστημονικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου**.



Pharma Academy | 2012

Johnson & Johnson Hellas

Εξειδικευμένο πρόγραμμα επιστημονικής και επιχειρηματικής κατάρτισης φαρμακοποιού

Η γνώση οδηγεί το φαρμακοποιό στη νέα εποχή

Το φαρμακείο βρίσκεται σε μια δίνη αλλαγών. Σε αυτό το περιβάλλον ασάφειας, **κερδισμένος** θα είναι ο **φαρμακοποιός** που θα καταφέρει να αναδειχθεί σε έναν ολοκληρωμένο σύμβουλο υγείας και έναν καταρτισμένο επιχειρηματία.

Η **Johnson & Johnson Hellas** συνεχίζει να βρίσκεται στο πλευρό του φαρμακοποιού με το Pharma Academy, το μοναδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα που ενισχύει τόσο την επιστημονική όσο και την επιχειρηματική του γνώση, με έμφαση το χώρο της «αυτοθεραπείας», των ΜΗΣΥΦΑ και της Προσωπικής Περιποίησης.

Μετά την επιτυχημένη ολοκλήρωση των σεμιναρίων Pharma Academy το 2011, με πάνω από το **95%** των συμμετεχόντων **φαρμακοποιών** να δηλώνει πολύ **ικανοποιημένο**, το Pharma Academy **συνεχίζει το 2012 με:**

- 3 Νέους Κύκλους Σεμιναρίων
- Ένα Νέο Εξειδικευμένο Πρόγραμμα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών για κάθε φαρμακείο

Θεματολογία

1ος κύκλος (Φεβρουάριος - Μάρτιος 2012)

Διακοπή Καπνίσματος

Η συμβουλή του φαρμακοποιού μπορεί να κόψει τη συνήθεια

Αντιγήρανση

Από τη διάγνωση της επιδερμίδας στην εξατομικευμένη συμβουλή και την προστιθέμενη αξία για τον πελάτη

2ος κύκλος (Απρίλιος - Μάιος 2012)

Φροντίδα Διαβητικού ασθενή

Χρηματοοικονομική διαχείριση φαρμακείου για κερδοφόρο ανάπτυξη

3ος κύκλος (Οκτώβριος - Νοέμβριος 2012)

Τριχόπτωση

Οι θεραπείες που ανεβάζουν την αυτοπεποίθηση των πελατών σας

Θεραπευτικές κατηγορίες καλλυντικού στο φαρμακείο

Φυσικά Ενεργά Συστατικά & Λύσεις ανά δερματική κατάσταση

Το Marketing του φαρμακείου και η Ανάπτυξη σχέσης με τον Πελάτη ως **εργαλείο διαφοροποίησης** του φαρμακείου σας

Ο κάθε κύκλος θα ακολουθείται από εξειδικευμένο πρόγραμμα συμβουλευτικών υπηρεσιών για κάθε φαρμακείο, στο οποίο θα μπορείτε να εγγραφείτε την ημέρα του σεμιναρίου.

Το αναλυτικό πρόγραμμα μπορείτε να βρείτε στο www.pharma-academy.gr

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με το συνεργάτη της Johnson & Johnson της περιοχής σας ή να καλέσετε στο 210-6875623 (κα Μαρκάκη)

Η γνώση οδηγεί στην ανάπτυξη

Johnson & Johnson Hellas



Tecnoskin: επαναστατική προστασία από τον ήλιο



Το **Tecnoskin Sun Protect Facial Cream 50+** αποτελεί την πιο ολοκληρωμένη προστασία της επιδερμίδας από τον ήλιο, που ελαχιστοποιεί τις βλαβερές συνέπειες και προλαμβάνει τη φωτογήρανση. Προσφέρει υψηλής αποτελεσματικότητας προστασία ενάντια στις UVA και UVB ακτινοβολίες, με ένα μίγμα φυσικών και χημικών φίλτρων. Ταυτόχρονα, χάρη στο DNA Protect & Repair Complex προλαμβάνει και επιδιορθώνει τη

βλάβη που προκαλεί ο ήλιος στο DNA και στα κύτταρα. Επίσης, προσφέρει εντατική ενυδάτωση με υαλουρονικό οξύ και αντιοξειδωτική προστασία με παράλληλη φροντίδα της ερεθισμένης από τον ήλιο επιδερμίδας με τη Βιταμίνη E και το Reasun. Μη λιπαρή υφή που απορροφάται γρήγορα και δεν αφήνει λευκά σημάδια.

Από την Arriani Φαρμακευτική ΑΕ

IDEAL RESOURCE από την DARPHIN Κρέμα ανανέωσης και λάμψης για ιδανικό δέρμα μετά τα 30!

Μετά τα 30, οι ρυτίδες αποτελούν μια πολύ σημαντική ανησυχία των γυναικών.

Περισσότερο από το 50% ανησυχούν επίσης για την απώλεια λάμψης και τις ατέλειες στην υφή του δέρματος.

Η αποτελεσματικότητα της κρέμας **IDEAL RESOURCE** είναι εμπνευσμένη από τη φύση.



Με εξαιρετική μακροζωία, 3 πολυετή φυτά, γνωστά για τη μοναδική ικανότητά τους να επιβιώνουν στη φύση, δρουν σε συνέργια:

ΙΑΠΩΝΙΚΟ ΚΝΟΤWEEED: ανανεώνει τα αποθέματα κολλαγόνου στο δέρμα, παρατείνοντας τον κύκλο ζωής των ινοβλαστών (δράση στις σιρτουίνες).

CENTELLA ASIATICA: διεγείρει τη μικροκυκλοφορία του δέρματος.

ΛΕΥΚΟΣ ΙΒΙΣΚΟΣ: διεγείρει την ανανέωση της κυτταρικής ζωτικότητας. Αποτελεσματικότητα κλινικά αποδεδειγμένη στη Λάμψη, Λείανση ρυτίδων, Βελτίωση της υφής της επιδερμίδας.

Προϊόν χωρίς Parabens, δερματολογικά ελεγμένο.

ΝΕΑ ΙΔΕΑΛΙΑ

Η ιδανική επιδερμίδα δεν είναι πια όνειρο, είναι επιστήμη



Η VICHY παρουσιάζει τη ΝΕΑ κρέμα ημέρας **IDEALIA**, την 1η φροντίδα για ιδανική επιδερμίδα που αποκαθιστά την υγεία της επιδερμίδας, σε κάθε επίπεδο, κύτταρο προς κύτταρο. Μια φροντίδα που λειτουργεί σε βάθος, για να επαναφέρει την όψη της ιδανικής επιδερμίδας στην επιφάνεια. Το αποτέλεσμα είναι επιδερμίδα πιο λεία, με ομοιογενές ανάγλυφο και λιγότερο ορατούς πόρους, ομοιόμορφη απόχρωση με μείωση των δυσχρωμιών και εξομάλυνση της μικροκυκλοφορίας, λείανση των ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης.

Η νέα IDEALIA με την αποκλειστική της σύνθεση και τα 5 χρόνια ερευνών, κάνει το όνειρο για ιδανική επιδερμίδα πραγματικότητα. Ένα μοναδικό ενεργό συστατικό, η Κομπούχα, αναγνωρισμένη εδώ και αιώνες στην κινεζική φαρμακοποιία για τις αναζωογονητικές ιδιότητές της, επιλέχθηκε από την IDEALIA. Περιέχει ένα φυσικό συνδυασμό συστατικών που δεν μπορεί να αναπαραχθεί χημικά και αποκτήθηκε με τεχνικές βιοτεχνολογίας που διατηρούν τις φυσικές της ιδιότητες, καθιστώντας την έτσι μια σπάνια και πολύτιμη ουσία. Ένας φυσικός συνδυασμός AHA + Βιταμινών +

Προβιοτικών + Πολυφαινολών έχει σαν αποτέλεσμα το σε βάθος υγιές δέρμα, που είναι και η πραγματοποίηση του ονείρου για ιδανική επιδερμίδα.

Από την Cosmetic Active της L' OREAL

ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΝΕΑΣ ΓΕΝΙΑΣ ΠΟΥ
ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΝΕΙ
ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ

ΝΕΑ **ΙΔΕΑΛΙΑ**

Ομοιογενές ανάγλυφο
Ομοιόμορφη απόχρωση - Ρυτίδες

Η ιδανική επιδερμίδα δεν είναι πια όνειρο.

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΜΙΑ ΑΝΤΙΡΥΤΙΔΙΚΗ,
ΜΙΑ ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ
ΙΔΑΝΙΚΗ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑ ΜΕ ΚΟΜΠΟΥΧΑ:
ΤΟ 1^ο ΔΡΑΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΜΑΣ
ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΕΙ
ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ.
Επιδερμίδα λαμπερή χωρίς κανένα ψεγάδι
για κάθε γυναίκα, κάθε ηλικία, κάθε
απόχρωση και τύπο επιδερμίδας, ακόμα και
για την ευαίσθητη. Δοκιμασμένη κάτω από
δερματολογικό έλεγχο.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ
www.vichyconsult.gr

5 χρόνια εξειδίκευσης
2 κατοχυρωμένες ευρεσιτεχνίες
12 κλινικές δοκιμές και μελέτες*



*Σύνολο δοκιμών αποτελεσματικότητας και ανοχής που πραγματοποιήθηκαν
στις συνθέσεις για κανονική έως μικτή και για ξηρή επιδερμίδα.

ΕΥΑΙΣΘΗΤΕΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΕΣ
ΧΩΡΙΣ PARABEN
ΜΕ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΝΕΡΟ ΤΗΣ VICHY

VICHY
LABORATOIRES

SECRET DE NUIT, Επανόρθωση και αναδόμηση των μαλλιών κατά τη διάρκεια της νύχτας

Τα εργαστήρια Phytosolba καινοτομούν για ακόμη μια φορά και μας προσφέρουν το **SECRET DE NUIT**, την πρώτη φροντίδα νυκτός ολικής επανόρθωσης και μέγιστης ενυδάτωσης των μαλλιών.

Η φυσική σύνθεσή του χωρίς parabens και χωρίς σιλκόνη, είναι ικανή να προστατέψει, να ενυδατώσει και να αναπλάσει την τρίχα, εξασφαλίζοντας άμεσα αποτελέσματα λάμψης, ζωντάνιας, υγείας σε όλους τους τύπους μαλλιών.

Η καινοτομία SECRET DE NUIT βασίζεται στη σταδιακή απελευθέρωση των ευεργετικών της συστατικών, κατά τη διάρκεια της νύχτας:

- Έλαιο macademia + φυτικά ceramides + απαραίτητα λιπαρά οξέα / Απορροφώνται σταδιακά από την τρίχα και την επανορθώνουν ριζικά.
- Εκχύλισμα καρπού γαϊδουράγκαθου / Εξαιρετικά ενυδατικός παράγοντας.
- Εκχύλισμα μαύρης ορχιδέας + πολυφαινόλες σταφυλιού / Μειώνουν δραστικά την οξειδωτική δράση των επικίνδυνων ελεύθερων ριζών που έχουν συσσωρευτεί στην τρίχα κατά τη διάρκεια της ημέρας, ενώ δρουν και σαν ασπίδα προστασίας, προστατεύοντας τα μαλλιά από τις επιθέσεις που θα δεχθούν την επόμενη μέρα.



Από την Ales Groupe Hellas

Κασετίνα Περιποίησης της Ευαίσθητης Περιοχής από τη Frezyderm



Για την καθημερινή περιποίηση και προστασία της ευαίσθητης περιοχής, η Frezyderm προσφέρει σε κασετίνα τον απαλό αφρό καθαρισμού Intim Area με δώρο επιπλέον ποσότητα 50%. Ο **Frezyderm Intim Area**, είναι ένας πολύ απαλός αφρός που προσφέρει αποτελεσματικό καθαρισμό της ευαίσθητης περιοχής, ιδιαίτερα κατά την αναπαραγωγική ηλικία, αφήνοντας μια ευχάριστη αίσθηση φρεσκάδας και άνεσης που διαρκεί. Παρέχει ήπια αντισηπτική προστασία, προστατεύει από την τοπική ξηρότητα, μειώνει τους ερεθισμούς και τις δυσάρεστες οσμές, ενισχύει τη φυσιολογική άμυνα και διατηρεί την υδρολιπιδική ισορροπία της περιοχής.

Frezyderm Sun Screen Velvet

Η επόμενη γενιά των αντιηλιακών είναι εδώ!

Η Frezyderm καινοτομεί και παρουσιάζει μια σειρά νέων αντιηλιακών προϊόντων με επαναστατική σύνθεση, τη **Sun Screen Velvet**, που προσφέρουν αποτελεσματική και ασφαλή προστασία από όλο το εύρος του ηλιακού φάσματος (υπεριώδη, ορατή και υπέρυθη ακτινοβολία), ενώ παράλληλα έχουν άριστη εφαρμογή και αφήνουν μια μοναδική, μη λιπαρή αίσθηση και ένα εκπληκτικό αισθητικό αποτέλεσμα, διότι περιέχουν:

- Ελαστομερές (Second Skin Technology), που δημιουργεί ένα αόρατο «δεύτερο δέρμα» για υψηλή προστασία, δερματική ευεξία και βελούδινη υφή (velvet effect).
- Μικρορυσματικούς κρυστάλλους που απαλύνουν άμεσα τις ρυτίδες (wrinkle masking effect).

Η σειρά αποτελείται από τη Sun Screen Velvet Face Cream SPF 50+, το Sun Screen Velvet Body Lotion SPF 50+ και τη Sun Screen Velvet Face Cream SPF 30!



Size One 6pack slim

Η απάντηση στο ανδρικό αδυνάτισμα



Η Power Health, η No 1* εταιρεία στα αδυναστικά προϊόντα, δημιούργησε ένα εξειδικευμένο συμπλήρωμα διατροφής, δίνοντας λύση στο... κλασικό ανδρικό πρόβλημα, το "σωσβίο", δηλαδή το συσσωρευμένο λίπος στην περιοχή της κοιλιάς. Το **Size One 6pack slim** αποτελεί μία πρωτοποριακή σύνθεση που εστιάζει στις ανδρικές ανάγκες. Περιέχει το Capsimax™, εκχύλισμα κόκκινης πιπεριάς, ένα μοναδικό συστατικό που "καίει" δραστικά το λίπος γύρω από την επίμαχη περιοχή. Σε συνδυασμό με άλλα δραστικά συστατικά όπως L-καρνιτίνη, βιταμίνες B3, B6 και B12, έχει αποδειχτεί βάσει μελέτης ότι συμβάλλει στη μείωση του βάρους, της μάζας του λίπους, και του δείκτη μάζας σώματος, στην αύξηση των καύσεων λίπους και θερμίδων και στην ενίσχυση της γράμμωσης των μυών. Στη συσκευασία δίνεται δώρο στον καταναλωτή μία συσκευασία με 10 ταμπλέτες Energy Now, για να γεμίζει με ενέργεια... στη στιγμή.

Από την Power Health

ΜΙΛΑΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ

LIERAC

P A R I S

Η Νέα LIERAC είναι εδώ.



Μόνο σε επιλεγμένα φαρμακεία • info@alesgroupe.gr • www.lierac.com • Πληροφορίες: 210.6086400 • [f](#) Lierac Hellas

ΜΑΥΡΗ ΠΕΥΚΗ Νέα σειρά ολικής φυσικής αντιγήρανσης KOPPEΣ

Η νέα σειρά **Μαύρη Πεύκη**, με ποσοστό φυσικού περιεχομένου έως 97%, καλύπτει όλες τις απαιτήσεις αντιγήρανσης της ώριμης επιδερμίδας [50+], μέσα από τέσσερα συστήματα δράσης:

- 1 σύσφιξη & ανόρθωση περιγράμματος προσώπου
- 2 άμεσο lifting
- 3 επανόρθωση ρυτίδων
- 4 ενυδάτωση & λάμψη



Τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας για το μηχανισμό του πρωτεασώματος και την ενίσχυσή του με το ισχυρό φλαβονοειδές Κερσετίνη -παγκόσμια καινοτομία της KOPPEΣ- βρίσκουν εφαρμογή στις νέες φόρμουλες Μαύρη Πεύκη. Παράλληλα, το ερευνητικό πεδίο διευρύνθηκε. Η νέα μελέτη του Εργαστηρίου Έρευνας KOPPEΣ σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Βιολογίας/ Εργαστήριο Κυτταρικού Πολλαπλασιασμού & Γήρανσης εθνικού κέντρου ερευνών, απέδειξε την ισχυρή δράση των πολυφαινολών από Μαύρη Πεύκη [Επιγαλλοκατεχίνη] στη ρύθμιση της λειτουργίας των μεταλλοπρωτεϊνών -ενζύμων η δράση των οποίων επηρεάζει τη διατήρηση της τρισδιάστατης δομής του συνδετικού ιστού του δέρματος.

Η αποτελεσματικότητα της νέας σειράς Μαύρη Πεύκη αποδεικνύεται μέσα από σειρά κλινικών μελετών, αλλά και από την κατηγορηματική δήλωση του συνόλου των γυναικών του πάνελ, ότι θα αντικαθιστούσε την κρέμα προσώπου της επιλογής του, έχοντας δοκιμάσει τη Μαύρη Πεύκη για διάστημα δύο μηνών.

Νέα αντηλιακή σειρά SUNCARE της APIVITA

Τα νέα αντηλιακά **SUNCARE** εξασφαλίζουν άριστη προστασία από τη UVA και UVB ακτινοβολία, με φωτοσταθερό συνδυασμό φυσικών και οργανικών φίλτρων. Παρέχουν ενισχυμένη ενυδάτωση, έχουν ανθεκτικότητα στο νερό και υφές που απλώνονται εύκολα και δεν κολλάνε.

Η APIVITA, πρωτοπόρος στη χρήση της πρόπολης στα καλλυντικά προϊόντα αναπτύσσει μια καινοτόμο μέθοδο εκκύλισης των δραστικών συστατικών της πρόπολης, με την οποία ενισχύεται η σταθερότητά τους. Το πατενταρισμένο εκκύλισμα πρόπολης προστατεύει την επιδερμίδα από τη φωτογήρανση – την πιο σημαντική αιτία πρόωρης γήρανσης, αυξάνοντας τη ζωτικότητα των κυττάρων έως και 40% και προστατεύοντας τα κύτταρα από τις ελεύθερες ρίζες έως και 20%.

Επιπλέον, τα προϊόντα περιέχουν δραστικό εκκύλισμα θαλάσσιας λεβάντας, που ενισχύει την άμυνα της επιδερμίδας στην ηλιακή ακτινοβολία. Περιέχουν 14 φυτικά εκχυλίσματα και οι φυσικές τους συνθέσεις φθάνουν στο 77-100%.

Η νέα σειρά APIVITA SUNCARE περιλαμβάνει 6 προϊόντα για το πρόσωπο με δείκτες προστασίας SPF 50 και SPF 30, 4 γαλακτώματα προσώπου και σώματος, 1 λάδι προσώπου και σώματος, 2 προϊόντα ειδικά για βρέφη και παιδιά και 1 προϊόν για μετά τον ήλιο.

Όλα τα προϊόντα της σειράς SUNCARE δεν περιέχουν: parabens, σιλκόνη, προπυλενογλυκόλη, mineral oil, ethanalamines, phtalates.



Perfectil® Plus Skin Σύνθεση “Τριπλής Δράσης” για δέρμα, μαλλιά, νύχια

Το καλλυντικό συμπλήρωμα **Perfectil® Plus Skin** είναι μια εξελιγμένη πλήρης σύνθεση που προσφέρει φροντίδα εκ των έσω, για όμορφη εμφάνιση, συνδυάζοντας τη μοναδική τριπλή δράση σε δέρμα, μαλλιά και νύχια. Οι μοναδικές δερμο-θρεπτικές κάψουλες Perfectil® παρέχουν στον οργανισμό 24 θρεπτικά συστατικά που δρουν ευεργετικά στα κατώτερα στρώματα της επιδερμίδας και στα σημεία σχηματισμού της τρίχας και των νυχιών. Ανάμεσα στα δραστικά συστατικά του, το τυποποιημένο εκκύλισμα σταφυλιού είναι πλούσιο σε προανθοκυανιδίνες, οι οποίες παρέχουν ισχυρή αντιοξειδωτική προστασία στα κύτταρα και τις πρωτεΐνες του δέρματος (κολλαγόνο & ελαστίνη) και ενισχύουν τη μεταφορά των θρεπτικών συστατικών στο δέρμα. Οι βιταμίνες C & E και τα καρτενοειδή παρέχουν αντιγηραντική προστασία, με τη βιταμίνη C να συμμετέχει επιπλέον και στη σύνθεση του κολλαγόνου. Το μαγνήσιο, ο ψευδάργυρος, ο χαλκός, η L-κυστίνη και η βιοτίνη, βοηθούν στην ανάπτυξη της τρίχας και στην αντοχή

των μαλλιών, ενώ ο σίδηρος, ο ψευδάργυρος και η L-κυστίνη παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στο σχηματισμό και την αντοχή των νυχιών.

Παράλληλα οι μοναδικές δερμο-θρεπτικές κάψουλες του Perfectil® Plus Skin παρέχουν ωμέγα-3 & 6 λιπαρά οξέα, λυκοπένιο, λουτεΐνη και συνένζυμο Q10 για ακόμα μεγαλύτερη υποστήριξη της υγείας του δέρματος.

Από την Douni Health Products



20 Ώρες ενυδάτωσης
σε κάθε σταγόνα.*

Προτείνετε το διάλυμα που διατηρεί τους φακούς ενυδατωμένους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Το διάλυμα πολλαπλών χρήσεων Biotrue® συνδυάζει τρεις βιο-εμπνευσμένες καινοτομίες:

- 👁️ Ταιριάζει με το pH των υγιών δακρύων
- 💧 Χρησιμοποιεί ένα λιπαντικό που βρίσκεται φυσιολογικά στα μάτια
- ⊕ Διατηρεί ενεργές συγκεκριμένες επωφελείς πρωτεΐνες των δακρύων

Εμπνευσμένο από τη βιολογία των ματιών σας, το Biotrue® κάνει πιο εύκολη τη χρήση φακών επαφής.** Ίσως αυτός να είναι και ο λόγος που:

- 💧 Το Biotrue® προτιμάται σε αναλογία 3:1 από το OPTI-FREE RepleniSH¹
- 💧 97% των χρηστών που δοκίμασαν το Biotrue®, έμειναν ικανοποιημένοι¹
- 💧 Το 80% των χρηστών συμφωνούν πως το Biotrue® είναι πιο άνετο από τα υπόλοιπα διαλύματα που έχουν χρησιμοποιήσει¹

Αποστολοπούλου 73, Κάτω Χαλάνδρι 152 31, Τηλ.: 210 67 48 170, Fax: 210 67 48 234
E-mail: info.gr@bausch.com

BAUSCH+LOMB

New Dermatic Air Freshener

Εντομοαπωθητικό χώρου με ευχάριστο άρωμα

Το **New Dermatic Air Freshener** είναι ένα φυτικό προϊόν με 5 φυσικά αιθέρια έλαια (γερανίου, μέντας, ευκαλύπτου, λεβάντας και βασιλικού), που διαχέει ένα ευχάριστο άρωμα στο χώρο, ενώ παράλληλα με φυσικό τρόπο δεν αφήνει να πλησιάσουν τα κουνούπια, οι σκνίπες και άλλα ενοχλητικά έντομα. Αρκεί ένα απλό αναποδογύρισμα του βάζου για 10 δευτερόλεπτα πριν ανοιχθεί, ώστε να ξεκινήσει η δράση του. Εγγυημένη αποτελεσματικότητα για 30 νύκτες.

Η σειρά New Dermatic περιλαμβάνει ακόμη: ενυδατικό γαλάκτωμα σώματος σε σπρέι (100 ml), ενυδατικό γαλάκτωμα σώματος σε roll-on (50 ml) και αυτοκόλλητα αρωματικά επιθέματα μιας χρήσης με μικροκάψουλες (συσκευασία 24 τεμ.).



Από την **VITORGAN – ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΑΜΠΑΤΖΟΓΛΟΥ**

Νέο πολυβιταμινούχο σκεύασμα ειδικά σχεδιασμένο για παιδιά PHARMATON® Kiddi syr.



Το **Pharmaton Kiddi** καλύπτει ανάγκες συμπλήρωσης διατροφής στην περίοδο έντονης ανάπτυξης των παιδιών ηλικίας 1-12 ετών. Περιέχει προσεκτικά επιλεγμένες βιταμίνες, μέταλλα και βασικά θρεπτικά συστατικά, τα οποία είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την ανάπτυξη, όλα στις βέλτιστες δόσεις, για μέγιστη ασφάλεια και αποτελεσματικότητα. Η ειδική αυτή σύνθεση προσφέρει οφέλη στη φάση της ανάπτυξης, δρώντας σε αρμονία με τον οργανισμό του παιδιού, στηρίζοντας τη σωματική και πνευματική ανάπτυξη και ευεξία.

Παρέχει σε σημαντικό ποσοστό τη συνιστώμενη ημερήσια δόση 7 απαραίτητων βιταμινών, μετάλλων και του απαραίτητου αμινοξέος λυσίνης, που ενισχύει το σχηματισμό του μυοσκελετικού συστήματος, βελτιώνει την απορρόφηση του ασβεστίου, υποστηρίζει το ανοσοποιητικό και μπορεί να βοηθήσει στην αποκατάσταση της όρεξης των παιδιών.

Κυκλοφορεί σε σιρόπι 200 ml με υπέροχη γεύση πορτοκάλι.

Δοσολογία: Παιδιά 1-5 ετών: 7,5 ml μία φορά την ημέρα. Παιδιά άνω των 5 ετών: 15 ml μία φορά την ημέρα.

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

Από την **Boehringer Ingelheim**

Ronal της Olvos Science για το ΣΥΝΑΧΙ και την ΚΑΤΑΡΡΟΗ

Για το μπούκωμα και την καταρροή κάθε αιτιολογίας, όπως συνάχι, κρυολόγημα, ρινίτιδα (εποχιακή ή χρόνια), ιγμορίτιδα, παραρινοκολπίτιδα, το Ronal αποτελεί τη λύση.

Το **Ronal** προσφέρει άμεση απελευθέρωση της αναπνοής, που διαρκεί.

- Δρα άμεσα από τα πρώτα 3 λεπτά.
- Η δράση του μειώνεται σταδιακά μετά τις 6 ώρες, γι' αυτό και διαρκεί μέχρι και 12 ώρες.
- Εξασφαλίζει ελεύθερη αναπνοή και έναν ήρεμο ύπνο.
- Κατανέμεται ομοιόμορφα στη ρινική βλεννογόνο και δεν προκαλεί ερεθισμό.
- Με ειδική δοσιμετρική αντλία ψεκασμού, για ακριβή δοσολογική εφαρμογή.
- Έχει εύκολη χρήση: 2 φορές την ημέρα (πρωί - βράδυ), 2-3 ψεκασμοί / ρουθούνι κάθε φορά, όχι περισσότερο από 7 ημέρες.
- Δεν περιέχει κορτιζόνη.
- Συστήνεται και σε παιδιά άνω των 7 ετών.



Centrum®

Cardio

Όλα τα οφέλη του Centrum
συν κάτι επιπλέον για την καρδιά σας



CEY-14-0CC2011
CREY

Νέο Centrum Cardio.

Συμπλήρωμα διατροφής με πλήρη και ισορροπημένη σύνθεση βιταμινών, μεταλλικών στοιχείων και φυτικές στερόλες.

Συμβάλλει στη διατήρηση της καλής λειτουργίας της καρδιάς.

- 1000mg φυτικές στερόλες για τον έλεγχο της χοληστερόλης.
- Βιταμίνες Β₁, C και Μαγνήσιο που συμβάλλουν στη διατήρηση της καλής λειτουργίας της καρδιάς.
- Ασβέστιο και Βιταμίνη D για τη διατήρηση της αρτηριακής πίεσης, η οποία βρίσκεται σε φυσιολογικά επίπεδα.



www.centrumvitamins.gr

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

Η ποικίλη και ισορροπημένη διατροφή και ο υγιής τρόπος ζωής είναι σημαντικά. Τα συμπληρώματα διατροφής δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται ως υποκατάστατα μιας ποικίλης διατροφής. Πριν τη χρήση διαβάστε προσεκτικά τις οδηγίες που περιλαμβάνονται στη συσκευασία.

Pfizer

Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 52960/19.07.2011

Regaine, Η φαρμακευτική θεραπεία της τριχόπτωσης



Η τριχόπτωση και η σταδιακή απώλεια μαλλιών είναι ένα πολύ συχνό φαινόμενο, ιδιαίτερα στους άνδρες, που μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την αυτοπεποίθηση και τη διάθεση, με αντίκτυπο στην κοινωνική ζωή.

Το **Regaine®** κλινικά αποδεδειγμένα αναστέλλει την τριχόπτωση και διεγείρει την ανάπτυξη νέας τριχοφυΐας. Είναι ένα δερματικό διάλυμα που περιέχει μινοξιδίλη, τη μοναδική εγκεκριμένη φαρμακευτική ουσία παγκοσμίως για τη θεραπεία της τριχόπτωσης σε

άνδρες και γυναίκες. Δρα ενάντια στην τριχόπτωση, αυξάνοντας τη ροή του αίματος και θρεπτικών συστατικών προς το θύλακα της τρίχας. Έτσι, σταματάει την τριχόπτωση, ενώ διεγείρει την επανεμφάνιση τριχοφυΐας από αδρανείς θύλακες. Η αποτελεσματικότητα και η ασφάλεια του Regaine® αποδεικνύονται σε μελέτες που έγιναν σε περισσότερα από 11.000 άτομα με τριχόπτωση.

Είναι εύκολο στη χρήση, καθώς διαθέτει τρεις διαφορετικούς εφαρμοστές, ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη. Δοσολογία: 1 ml x 2 φορές την ημέρα, για διάστημα τουλάχιστον έξι μηνών.



Από την Johnson & Johnson Hellas

Συστήματα μέτρησης σακχάρου Accu-Chek Aviva

Τα συστήματα μέτρησης σακχάρου αίματος **Accu-Chek Aviva** παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις στη δομημένη αυτο-μέτρηση. Σχεδιασμένα να ταιριάζουν στις ανάγκες και στον τρόπο ζωής όλων των

ατόμων με διαβήτη, τόσο σε επίπεδο χρηστικότητας όσο και αξιοπιστίας, προάγουν τη συμμόρφωση, παράγοντα καθοριστικό στη βελτίωση του γλυκαιμικού ελέγχου.



Σε αυτά τα πλαίσια η Accu-Chek παρέχει μια πλήρη γκάμα από μετρητές σακχάρου, που εξασφαλίζουν ευκολία στη

χρήση, ακρίβεια αποτελέσματος και ασφάλεια. Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με μελέτη στην οποία αξιολογήθηκαν 27 συστήματα μέτρησης σακχάρου, αποδείχθηκε ότι μόνο μέρος αυτών κατάφεραν να ανταποκριθούν στις αυστηρές προδιαγραφές ακρίβειας αποτελεσμάτων. Το σύστημα Accu-Chek Aviva πέρασε με 100% επιτυχία και αυτή τη δοκιμασία.

Ενημερωθείτε σήμερα από το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών Accu-Chek (Δωρεάν γραμμή υποστήριξης [από σταθερό]: 800 11 71000) για τα προϊόντα μας και τα οφέλη που προάγουν και επιλέξετε αυτά που ταιριάζουν στους πελάτες σας, ώστε να τους εξυπηρετείτε καλύτερα.

Από την Roche Diagnostics (Hellas) A.E.

ProActive Liquid Collagen, Πόσιμο... θαύμα

ΚΟΛΛΑΓΟΝΟ που πίνεται! Κάνει θαύματα και είναι ο πολυτιμότερος σύμμαχος υγείας και ομορφιάς. Το **ProActive Liquid Collagen** περιέχει μαγνήσιο, B1, B2, B5, B6, αλλά και πυρίτιο. Η τριχόπτωση σταματάει μέσα σε 2-3 εβδομάδες, τα νύχια δυναμώνουν και το δέρμα αποκτά σφριγηλότητα και λάμψη.

Οι πονεμένες αρθρώσεις, τα κόκαλα, οι ενοχλητικές κράμπες, ο μεταβολισμός, το λίπος και η κυτταρίτιδα μπαίνουν στο στόχαστρο και δέχονται ισχυρό πλήγμα. Πίνοντας δύο κουταλιές της σούπας μία ώρα πριν τον ύπνο, θέτουμε τις βάσεις για μία καλύτερη υγεία και για ακαταμάχητη ομορφιά. Είναι κατάλληλο για ηλικίες άνω των 20 ετών.

Από την Human Potential



Για κάθε ανάγκη υγείας

υπάρχει η Vitabiotics



Επειδή κάθε οργανισμός θέλει εξειδικευμένη υποστήριξη

Όταν σε κάθε στάδιο της ζωής μας οι διατροφικές μας απαιτήσεις αλλάζουν, χρειαζόμαστε ένα συμπλήρωμα που καλύπτει κάθε φορά τις ιδιαίτερες ανάγκες του οργανισμού. Η γκάμα της Vitabiotics παρέχει τη μέγιστη υποστήριξη με ισορροπημένες και αποτελεσματικές συνθέσεις που δεν επιβαρύνουν τον οργανισμό με υπερβολικές δόσεις. Με 40 χρόνια εμπειρία, η Vitabiotics δημιουργεί συμπληρώματα που καλύπτουν πραγματικές ανάγκες υγείας.

Originally developed with

And A. Beckett

Prof. A. H. Beckett
OBE, PhD, DSc
Professor Emeritus,
University of London



Η Vitabiotics γνωρίζει αυτό που θέλει η υγεία μου

Douni
health products

Επικοινωνία – Ενημέρωση – Συμβουλή:
210 9941451, info@douni.gr
www.douni.gr

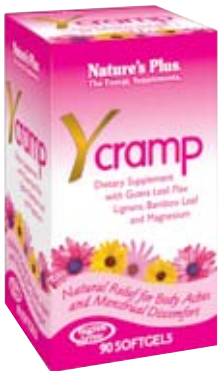



Britain's leading
supplements
for specific life stages




VITABIOTICS
WHERE NATURE MEETS SCIENCE

Y CRAMP της Nature's Plus Φυσική ανακούφιση από τις κράμπες και τους πόνους περιόδου



Το **Y CRAMP** της **Nature's Plus** είναι ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής που συνδυάζει επιλεγμένα βότανα και φυσικά συστατικά (μέταλλα, αντιοξειδωτικά, ωφέλιμα λιπαρά οξέα, ισοφλαβόνες σόγιας, κ.ά.), που εξισορροπούν τις γυναικείες ορμόνες, βελτιώνουν τη λειτουργία της μήτρας και των ωοθηκών, ανακουφίζουν από τους μυϊκούς σπασμούς, μειώνουν την κατακράτηση υγρών, δυναμώνουν το νευρικό και πεπτικό σύστημα και βελτιώνουν την ψυχική διάθεση. Τα μοναδικά συστατικά του **Y CRAMP** τονώνουν ολόκληρο τον οργανισμό και βοηθούν τις γυναίκες να ανακτήσουν την εσωτερική τους ισορροπία και ζωντάνια, ώστε να νιώθουν άνετες και να ανταποκρίνονται επιτυχώς στις καθημερινές δραστηριότητες, ακόμα και τις δύσκολες μέρες του μήνα.

Από τη **Natural Plus A.E.**

Νέο αντιφθειρικό σαμπουάν LICENER Single Treatment

Το **LICENER - Single Treatment** είναι ένα νέο πρωτοποριακό αντιφθειρικό προϊόν σε μορφή σαμπουάν, που απομακρύνει τις ψείρες και την κόνιδα με μία και μόνο χρήση. Είναι βασισμένο σε φυσικά ενεργά συστατικά "Neem-extract". Είναι δερματολογικά ελεγμένο, δεν είναι τοξικό και ερεθιστικό για το δέρμα, δεν περιέχει εντομοκτόνα, σιλικόνες και parabens.

Ο τρόπος δράσης του **LICENER** είναι βασισμένος στη μηχανική δράση. Το **Neem-εκχύλισμα**, επιδρά στο αναπνευστικό σύστημα της ψείρας, διαταράσσει τη μεταφορά του οξυγόνου και έτσι την οδηγεί σε θάνατο. Με τον ίδιο τρόπο εξαλείφονται και οι κόνιδες, αφού πρώτα το **LICENER** έχει σπάσει την προστατευτική ασπίδα του αυγού.

Το **LICENER** είναι 100% αποτελεσματικό στην εξόντωση της ψείρας και της κόνιδας, βάσει κλινικών τεστ που έχουν γίνει σε "in-vitro" και "in-vivo" συνθήκες.

Το **LICENER** είναι πολύ εύκολο και γρήγορο στη χρήση του, γιατί απαιτείται ένα και μόνο λούσιμο για 10 λεπτά. Δε χρειάζεται καμία άλλη εφαρμογή, ούτε πριν ούτε μετά τη χρήση του.



Από την **Health Plus SA**

Radiance Υδρολυμένο Κολλαγόνο 1000 mg με Βιταμίνη C

Περιέχει Κολλαγόνο, μια δομική πρωτεΐνη απαραίτητη για την επανόρθωση των ιστών και την αναπλήρωση της υγρασίας του δέρματος, που μειώνεται με την πάροδο της ηλικίας. Εφοδιάζει τον οργανισμό με βασικά αμινοξέα και είναι ενισχυμένο με βιταμίνη C (antioxidant). Δρα συνεργιστικά ώστε να διατηρεί τα μαλλιά ελαστικά και υγιή, τα νύχια δυνατά και το δέρμα νεανικό και λαμπερό χωρίς ρυτίδες. Το **Κολλαγόνο της Health Aid** είναι ειδικά παρασκευασμένο ώστε να διασπάται και να απορροφάται εύκολα από τον οργανισμό.

Δοσολογία: 2 ταμπλέτες 1-2 φορές την ημέρα, με άδειο στομάχι.

ImmuProbio Προβιοτικά 50 δις με FOS

Μοναδικός υπερ-συνδυασμός με 50 δισεκατομμύρια από 10 προβιοτικά μαζί με πρεβιοτικό (FOS), για την αναπλήρωση των φιλικών βακτηρίων και τη διατήρηση υγιούς ανοσοποιητικού συστήματος. Το **ImmuProbio** αποτελείται από ειδικά στελέχη που δεν καταστρέφονται από τα οξέα του στομάχου και τη χολή, ώστε να φτάνουν ανέπαφα στο έντερο.

Δοσολογία: 1 κάψουλα την ημέρα, πριν από το πρωινό.



Από την **Pharmacenter**

Ένα διαγνωστικό κέντρο στο χέρι σας!



ΕΥΚΟΛΟ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ
ΑΞΙΟΠΙΣΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ
ΑΝΩΔΥΝΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

PLUS   

ΤΩΡΑ ΕΛΕΓΧΕΤΕ ΜΟΝΟΙ ΣΑΣ
ΜΕ ΑΚΡΙΒΕΙΑ:

**Ολική χοληστερόλη
Γλυκόζη
Ουρικό οξύ**

Το παγκοσμίως πρωτοπόρο σύστημα BeneCheck PLUS, εφευρέθηκε από την General Life Biotechnology Co., Ltd. Το σύστημα σας δίνει τη δυνατότητα να ελέγχετε τα επίπεδα ολικής χοληστερόλης, γλυκόζης και ουρικού οξέως με ένα μόνο μετρητή. Με αυτό το γρήγορο και αξιόπιστο σύστημα, μπορείτε εύκολα να παρακολουθείτε την υγεία σας χάρη στις πολλαπλές του λειτουργίες.

Το BeneCheck PLUS Multi-Monitoring System παρέχει αποτελέσματα σε λίγα δευτερόλεπτα, απαιτεί μικρότερο δείγμα αίματος που σημαίνει λιγότερο πόνο, μεταφέρεται εύκολα, ενώ οι πολλαπλές λειτουργίες του, το καθιστούν ένα πλήρες σύστημα παρακολούθησης υγείας σε ένα μόνο μετρητή.

Το Benecheck Multi-Monitoring System περιέχει: 10 ταινίες μέτρησης σακχάρου, 5 ταινίες μέτρησης χοληστερίνης, 10 ταινίες μέτρησης ουρικού οξέως, συσκευή τρυπήματος και 25 σκαρφίστρες.

5 ΧΡΟΝΙΑ ΕΓΓΥΗΣΗ

ΖΗΤΗΣΤΕ ΤΟ ΣΕ
ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

Μετρητές Νέας Τεχνολογίας Glucomen LX PLUS+

**Ακρίβεια, Επαναληψιμότητα,
Αυστηρότερες
απαιτήσεις**



Το σύστημα παρακολούθησης γλυκόζης και β-κετονών αίματος **Glucomen LX PLUS+**, ήδη πληρεί τις απαιτήσεις του νέου ISO/DIS 15197.

Τώρα μάλιστα οι ταινίες Glucomen LX Sensor προτείνονται σε Νέα λιανική τιμή και επιπλέον στις 4 συσκευασίες δίνεται μια επιπλέον δώρο.

*Από τη Menarini Διαγνωστικά
Ιατρικά Όργανα Α.Ε.Β.Ε.*

Ανανεωμένη σειρά Colgate Periogard Plus



Είμαστε στην ευχάριστη θέση να σας ενημερώσουμε για το επαναλασάρισμα της καθημερινής οδοντόκρεμας και στοματικού διαλύματος **Colgate Periogard Plus**. Και τα δύο αυτά προϊόντα έχουν σχεδιαστεί ειδικά για τους ενήλικες που παρουσιάζουν συχνότερα αιμορραγία των ούλων και πέτρα και αντιμετωπίζουν πρόβλημα κακοσμίας του στόματος. Επίσης, στα πλαίσια του συστήματος λανσάρεται η οδοντόβουρτσα Colgate Periogard Plus, που βασίζεται στην επαναστατική τεχνολογία με κωνικούς και ελαστικούς θυσάνους για αποτελεσματικό καθαρισμό, με λιγότερη φθορά στα ευαίσθητα ούλα.

Διάθεση στα φαρμακεία - Διανομέας Medihelm A.E.

Το Biotrue® Flight Pack είναι έτοιμο για απογείωση!



Το **Biotrue® Flight Pack** (συσκευασία πτήσης) είναι πλέον διαθέσιμο, προσφέροντας στους χρήστες φακών επαφής όλα τα οφέλη του διαλύματος πολλαπλών χρήσεων Biotrue, σε μια βολική συσκευασία ταξιδιού.

Η κάθε συσκευασία flight pack περιέχει δύο μπουκάλια Biotrue των 60 ml, μια διάφανη πλαστική τσάντα με φερμουάρ, δύο θήκες αποθήκευσης των φακών και οδηγίες φροντίδας, διευκολύνοντας έτσι τους χρήστες φακών επαφής να διατηρούν τους φακούς τους καθαρούς και υγιείς, ενώ ταξιδεύουν για εργασία ή διασκέδαση. Με μια μοναδική φιλοσοφία στη φροντίδα φακών επαφής, το διάλυμα πολλαπλών χρήσεων Biotrue είναι βιο-εμπνευσμένο να λειτουργεί όπως τα μάτια, ώστε να βοηθάει τους φακούς να παραμένουν ενυδατωμένοι έως και 20 ώρες.

Επιπλέον, η συσκευασία ταξιδιού δίνει στα φαρμακεία τη δυνατότητα να αυξήσουν τις πωλήσεις τους, προσφέροντας παράλληλα στους πελάτες τους «εν κινήσει» φροντίδα των φακών τους, σε μια περίοδο του χρόνου που τα ταξιδιωτικά προϊόντα έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση.

Από την Bausch+Lomb

Roiplon®

ETOFENAMATE

Σύνθεση Επτυχίας

στον ΠΟΝΟ
& τη φλεγμονή



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



Για περισσότερες συνταγογραφικές πληροφορίες απευθυνθείτε στη Menarini Hellas.

MENARINI HELLAS A.E.

Av. Δαμβέργη 7, 104 45 Αθήνα, Τηλ.: 210 83 16 111 -3, Fax: 210 83 17 343, e-mail: menarini@otenet.gr

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

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

Ευρώπη



Η Ευρώπη βάζει τέλος στις παραβάσεις για το ιδιοκτησιακό των φαρμακείων

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εγκαταλείπει τις ισχύουσες παραβάσεις σχετικά με τις Ευρωπαϊκές συνθήκες που θεσμοθετήθηκαν το 2005 ενάντια 8 κρατών μελών, εφόσον οι ισχύουσες νομοθεσίες τους σχετικά με το ιδιοκτησιακό των φαρμακοποιών είναι ενάντια στους κανόνες της Ε.Ε. που αφορούν την ελεύθερη κυκλοφορία κεφαλαίων και υπηρεσιών. Αυτή η απόφαση βάζει τέρμα στις εντάσεις που υπήρχαν εδώ και επτά χρόνια και στους φόβους των Ευρωπαίων φαρμακοποιών για το μέλλον των επιχειρήσεών τους.

Σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία, Αυστρία, Γερμανία, Πορτογαλία, Βουλγαρία, Κύπρος και ανάμεσά τους και η Ελλάδα, υπήρχαν τέτοιου είδους «παραβάσεις» από το 2006 (που ασκήθηκαν από τις αλυσίδες φαρμακείων, με στόχο να ανοίξει ο δρόμος γι' αυτές), λόγω του ότι ισχύει στη νομοθεσία τους ότι το κεφάλαιο της επιχείρησης φαρμακείου πρέπει να ανήκει μόνο σε φαρμακοποιούς.

Όπως θυμόμαστε, το θέμα αυτό ξεκίνησε στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο το Μάιο του 2009, με την περίπτωση της Ιταλίας, όπου τα δικαιώματα στο κεφάλαιο των φαρμακείων παραχωρήθηκαν μόνο σε φαρμακοποιούς, διότι αυτοί είναι οι κατάλληλοι επιχειρηματίες για το επάγγελμα αυτό της υγείας και για την προστασία της υγείας των πολιτών.

Ακόμη και αν σε άλλα Ευρωπαϊκά κράτη έχει δοθεί το δικαίωμα της συμμετοχής στο κεφάλαιο των φαρμακείων στις αλυσίδες, αυτό δε σημαίνει ότι όλες οι χώρες πρέπει να κάνουν το ίδιο!

Με αφορμή αυτό, αναμένεται να ισχύει το ίδιο και για άλλα επαγγέλματα υγείας όπως οι κλινικές, οι οδοντίατροι και οι οπτικοί, όπου το κάθε κράτος μέλος να μπορεί να θεσμοθετεί τη δική του νομοθεσία για τα επαγγέλματα υγείας.

Σήμερα αυτή η απόφαση ειδικά για τα φαρμακεία, δεν εκπληρώσει κανέναν στις Βρυξέλλες, γιατί δεν υπήρχε περίπτωση να νικήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε αυτά τα λεπτά θέματα που αφορούν τη διανομή φαρμάκου από επιχειρηματίες που ανήκουν στον κλάδο της υγείας, όπως οι φαρμακοποιοί.

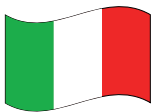
Αυτό όμως το γεγονός δε σταματάει τη διάθεση της Επιτροπής να πιστεύει και να επιμένει ότι χρειάζεται η απελευθέρωση των φαρμακείων ιδιαίτερα στην Ελλάδα, σαν ανταπόδοση σε ευρωπαϊκούς και διεθνείς οργανισμούς, για να σώσει την οικονομία της. Το ίδιο συνιστά έντονα και στην Πορτογαλία, που βρίσκεται το ίδιο χρωμαμένη για να «ανοίξουν» τα φαρμακεία τους στον ανταγωνισμό. Πρέπει άραγε να αναρωτηθούμε αν είναι λύση για μια χώρα ν' ανοίξει τα επαγγέλματα όπως των φαρμακοποιών, των συμβολαιογράφων, των ταξί... για να «θεραπεύσει» την οικονομία της;

Σύμφωνα πάντως με ειδικούς στο ευρωπαϊκό φαρμακείο, οι φαρμακοποιοί πρέπει να περιμένουν και άλλες επιθέσεις από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, πιο εξεζητημένες από την κατάθεση μιας απλής διαμαρτυρίας ή μιας απαίτησης και πιθανώς πιο «αποτελεσματικές» για τη μεριά της. Και έτσι παραδόξως η υπάρχουσα οικονομική κρίση να γίνει μια ευκαιρία για τους υποστηρικτές της πλήρους απελευθέρωσης... ενώ αντίθετα, πολλοί πολίτες της Ευρώπης εκτιμούν ότι αυτές οι πολιτικές δεν οδηγούν πουθενά!

Η αγορά των generics θα συνεχίσει να αναπτύσσεται τουλάχιστον μέχρι το 2015

Αν και η ανάπτυξη των generics έδειξε μια στάση λόγω της πίεσης που δέχονται για χαμηλότερες τιμές, ενώ σε όγκο παρουσιάζει άνοδο, εν τούτοις θα συνεχίσει να αναπτύσσεται με μέσο όρο 2-4% το χρόνο, σύμφωνα με τον πρόεδρο της εταιρείας TEVA, της Νο1 εταιρείας αντιγράφων στον κόσμο, ο οποίος υποστηρίζει ότι όλα τα μοντέλα στην Ευρώπη οδεύουν προς το δικαίωμα της αντικατάστασης των φαρμάκων από μέρος του φαρμακοποιού. Στις 27 χώρες της Ε.Ε., το δικαίωμα της αντικατάστασης και της συνταγογράφησης αντιγράφων, μέχρι τώρα εξοικονομεί κάθε χρόνο 30 δις ευρώ. Είναι λοιπόν κατανοητό το υπάρχον ενδιαφέρον για κάθε χώρα, μέσα από διάφορα συστήματα για εξοικονόμηση δαπανών στην υγεία. Αλλά η μείωση των τιμών στα αντίγραφα σε όλη την Ευρώπη θέτει σήμερα την ανάγκη περισσότερο από ποτέ, μιας επισταμένης επιτήρησης για τη διατήρηση των προδιαγραφών της ποιότητας των φαρμάκων.

Ιταλία



Οι φαρμακοποιοί αντιδρούν στην απελευθέρωση του επαγγέλματος

Οι Ιταλοί φαρμακοποιοί βρίσκονται σε «πόλεμο» με την κυβέρνηση Monti, καθώς την πιέζουν οι επιχειρήσεις ευρείας διανομής, για απελευθέρωση του επαγγέλματος.

Από τον Ιανουάριο του 2012 έχει κατατεθεί σχέδιο νόμου για το άνοιγμα φαρμακείων με γεωγραφική κατανομή ένα φαρμακείο ανά 3.000 κατοίκους, αντί για 4.000 όπως ίσχυε μέχρι σήμερα. Έτσι άλλα 5.000 φαρμακεία πρόκειται ν' ανοίξουν, ενώ η ένωση φαρμακοποιών Federfarma, κρίνει ότι η ενέργεια αυτή είναι υπερβολική και θα οδηγήσει σε μείωση του εισοδήματος των φαρμακοποιών.

Ας θυμίσουμε ότι τον περασμένο Δεκέμβριο ο Mario Monti παρουσίασε στη βουλή πρόταση για την πώληση των ΜΗΣΥΦΑ φαρμάκων στα παραφαρμακεία και στα καταστήματα ευρείας, που πουλάνε ήδη παραφαρμακευτικά προϊόντα με εκπτώσεις, παρουσία όμως φαρμακοποιού. Τελικά αυτή η πρόταση εγκαταλείφθηκε προς μεγάλη απογοήτευση της ένωσης παραφαρμακείων, η οποία υποστηρίζει ότι αυτή η ενέργεια απελευθέρωσης θα δημιουργούσε 10.000 νέες θέσεις εργασίας, χωρίς να υπολογίσουμε την οικονομία για τα ιταλικά νοικοκυριά, πουλώντας τα ΜΗΣΥΦΑ με ελεύθερη τιμή!

Γαλλία



Αυτοθεραπεία, μια αξιόλογη άνοδος το 2011

Στη Γαλλία, σε ένα περιβάλλον όπου τα συνταγογραφούμενα φάρμακα παρουσίασαν μια πτώση της τάξης του 0,9% το 2011, η αγορά της αυτοθεραπείας (ΜΗΣΥΦΑ) παρουσίασε άνοδο 1,4%. Έτσι η αυτοθεραπεία κατέχει μερίδιο 6,4% της φαρμακευτικής αγοράς και τζίρο 2,1 δις ευρώ. Τελικά εκτιμάται ότι η πολιτική της εξόδου πολλών σκευασμάτων από τη λίστα των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, για τη μείωση των εξόδων του κράτους, ευνόησε την κατηγορία των ΜΗΣΥΦΑ, που από το 2005 εμφάνισαν αύξηση 5,5%. Σύμφωνα με την AFIFA (σύνδεσμος βιομηχανίας αυτοθεραπείας), κάθε Γάλλος αγοράζει κατά μέσο όρο 7 προϊόντα αυτοθεραπείας το χρόνο και ξοδεύει κατά μέσο όρο 40 ευρώ. Το 2011, την αύξηση την έδωσαν κυρίως τα αναλγητικά, τα προϊόντα για το αναπνευστικό και τα υποκατάστατα νικοτίνης.

Η συμβουλή του φαρμακοποιού παραμένει το κυρίαρχο κριτήριο αγοράς από μέρους του καταναλωτή

Σύμφωνα με μια μελέτη TNS / AFIFA που δημοσιεύτηκε το Σεπτέμβριο του 2011:

- το 75% των Γάλλων καταφεύγουν στην αυτοθεραπεία από 18-64 ετών.
- το 75% δήλωσαν ότι ήταν ικανοποιημένοι από το αποτέλεσμα της αυτοθεραπείας που πήραν.
- το 81% δήλωσαν ότι τα προϊόντα αυτοθεραπείας θέλουν να πωλούνται μόνο στα φαρμακεία.
- το 60% δήλωσαν ότι όταν αγοράζουν τέτοιου είδους προϊόντα συμβουλευονται πάντα το φαρμακοποιό τους.
- **Το σημαντικότερο!** Το 75% δήλωσαν ότι η συμβουλή του φαρμακοποιού είναι το κυρίαρχο κριτήριο αγοράς αυτού του είδους των προϊόντων.

Ελβετία



Ένα φαρμακείο στα τρία σε οικονομική δυσκολία

Εδώ και 10 χρόνια, στην Ελβετία υπάρχει η ανταμοιβή των φαρμακοποιών από τα δημόσια ταμεία, για τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Μια μελέτη που έγινε για λογαριασμό της ένωσης φαρμακοποιών PharmaSuisse από το κέντρο ερευνών της πολυτεχνικής σχολής της Ζυρίχης (CCC), δείχνει ότι το σύστημα απέτυχε διότι η ανταμοιβή δεν είναι επαρκής. Το 30% των φαρμακείων δηλώνουν ότι δεν έχουν επαρκή κέρδη για να είναι βιώσιμα, δηλαδή να μπορούν να κάνουν επενδύσεις δανειζόμενα από τις τράπεζες. Αυτή η ανεπαρκής ανταμοιβή για τις υπηρεσίες τους, καθώς και η πτώση του περιθωρίου κέρδους τους από το 15% στο 12% από την 1η Μαΐου του 2010, κατέληξε σε αυτή τη δυσμενή κατάσταση το 1/3 των φαρμακείων στην Ελβετία. Και φυσικά τα γενικά λειτουργικά έξοδα συνεχίζουν να ανεβαίνουν! Για παράδειγμα, οι μισθοί των υπαλλήλων αντιπροσωπεύουν το 20,8% των ακαθάριστων κερδών τους και οι οποίοι πρόσφατα αυξήθηκαν κατά 2,45%. Γενικά τα λειτουργικά τους έξοδα αυξήθηκαν κατά 3% σε εθνικό ΜΟ. Σαν αποτέλεσμα, το ποσοστό του καθαρού τους κέρδους σήμερα είναι 2,8%, παρουσιάζοντας μια μείωση του 3,7% σε σχέση με το 2009. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, το 30% των Ελβετικών φαρμακείων δε δηλώνουν πάνω από 40.720 ευρώ καθαρά ετήσια κέρδη προ φόρων!

Αυτό το αποτέλεσμα είναι ακόμη πιο ανησυχητικό, διότι τα επιπλέον μέτρα της μείωσης των τιμών των φαρμάκων δεν επηρέασαν αρνητικά παρά μόνο το 60% των αποτελεσμάτων χρήσης του 2010. Θα πρέπει λοιπόν να περιμένουμε το Νοέμβριο του 2012, όταν θα δημοσιευθούν τα αποτελέσματα του 2011, για να αξιολογήσουμε τις συνολικές αρνητικές επιδράσεις αυτών των μέτρων.

Η ένωση φαρμακοποιών PharmaSuisse εισάγει στα φαρμακεία την τηλε-συμβουλή

Από τον προσεχή Απρίλιο, 200 φαρμακεία στην Ελβετία θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα της τηλε-ιατρικής μέσω τηλεδιάσκεψης. Αυτή η νέα υπηρεσία που θα ονομάζεται Netcare θα αποτελεί μια νέα μορφή πρωτοβάθμιας περίθαλψης στα φαρμακεία για συχνές περιπτώσεις του πάγκου, που χρειάζονται όμως ιατρική συμβουλή. Για το σκοπό αυτό έχουν ήδη εκπαιδευτεί 450 φαρμακοποιοί. Ανάλογα λοιπόν με τη σοβαρότητα της κατάστασης του ασθενή, θα τον οδηγούν μπροστά σε μια κάμερα που θα υπάρχει στο χώρο του φαρμακείου, για να γίνει η τηλεδιάσκεψη με ένα γιατρό του ασφαλιστικού συστήματος.

Γερμανία



Τα ηλεκτρονικά φαρμακεία απειλούνται

Υπό συζήτηση είναι το θέμα της πώλησης φαρμάκων μέσω internet στη Βουλή του Βερολίνου, μετά την Ολλανδία, με επικεφαλής την αλυσίδα Doc Morris που κινδυνεύει να υποστεί τις συνέπειες της μη τήρησης του νόμου περί σταθερής τιμής των συνταγογραφούμενων φαρμάκων και συνεχίζουν να πουλάνε με εκπτώσεις. Εάν τελικά αυτό το μέτρο υιοθετηθεί, θα θέσει σε κίνδυνο ένα μεγάλο μέρος του οικονομικού μοντέλου των αλυσίδων που κάνουν εκπτώσεις μέσω internet. Η Γερμανική κυβέρνηση εξετάζει ένα σχέδιο νόμου για τα φάρμακα και για τα φαρμακεία που πρόκειται να ψηφιστεί έως τον Ιούνιο του 2012. Σύμφωνα με αυτό, τα συνταγογραφούμενα φάρμακα θα πρέπει να πωλούνται παντού στην ίδια τιμή, συμπεριλαμβανομένων και των e-φαρμακείων που σήμερα πουλάνε φάρμακα με χαμηλότερες τιμές, εφόσον τα προμηθεύονται από χώρες όπου οι τιμές τους είναι χαμηλότερες από ότι στη Γερμανία. Πολλές διαμαρτυρίες έχουν γίνει από τα φυσικά φαρμακεία στη Γερμανία περί αθέμιτου ανταγωνισμού, διότι σε αυτά δεν επιτρέπονται οι εκπτώσεις στα φάρμακα.

Το Φαρμακείο ΑΛΛΑΖΕΙ

Σε αυτό το αφιέρωμα επιλέξαμε 2 σημαντικές ομιλίες από την 3η Ημερίδα φαρμακοποιών, που εστιάζουν στο καίριο θέμα της αλλαγής του φαρμακείου και στην προσαρμογή του στη νέα πραγματικότητα.



1η ομιλία:

Το φαρμακείο στη νέα εποχή Ανάπτυξη υπηρεσιών

♦ Από τον **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟ ΔΟΥΝΑ**, Εμπορικό Διευθυντή της Medihelm ΑΕ

Είναι σε όλους προφανές, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, ότι δεν μπορούμε να διαχειριστούμε το μέλλον με τις συμπεριφορές και τις αντιλήψεις του παρελθόντος.

Ο κύκλος της ευμάρειας των τελευταίων 30 χρόνων έκλεισε το 2011!

Η φιλοδοξία του άρθρου μας είναι να θέσει ένα λιθαράκι στο διάλογο και στην αναζήτηση του κλάδου μας για το τι μεταβολές πρέπει να κάνουμε στη δραστηριότητά μας, ούτως ώστε να ανταποκριθούμε στα νέα δεδομένα. Δεν υπάρχουν μαγικές λύσεις, δεν ισχυριζόμαστε την απόλυτη ορθότητα των απόψεών μας. Απλά, επειδή η βιωσιμότητα της εταιρίας μας, της Medihelm, είναι ταυτισμένη με τη βιωσιμότητα του φαρμακείου, θέλουμε να στρατεύσουμε τις δυνάμεις μας σε δημιουργικές προτάσεις - απαντήσεις στα προβλήματα τα οποία ήδη υπάρχουν και σε αυτά που πρόκειται να προκύψουν.

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ - ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ

Σχετικά με τις πολιτικοοικονομικές εξελίξεις, θα θέλαμε μόνο να κάνουμε ένα σχόλιο, επειδή θεωρούμε ότι έχει σημασία στο ρόλο του φαρμακείου. Έχει προηγηθεί της οικονομικής κρίσης η κατάρρευση ανθρώπινων και κοινωνικών αξιών και η ταύτισή τους με τη χρηματιστική αξία. Αυτό δημιούργησε ένα συστημικό μοντέλο, το οποίο επέτρεψε στις «αγορές», στο χρηματιστικό κεφάλαιο και στους κερδοσκόπους, να δεσμεύσουν χρήματα από την παραγωγική οικονομία, να χειραγωγήσουν την πολιτική και να ασκήσουν μία ανεξέλεγκτη επιχειρηματική δραστηριότητα, σε χρηματιστηριακά παράγωγα, σε άυλους τίτλους, σε προσδοκίες και να δημιουργήσουν τεράστιες αξίες οι οποίες απείχαν από την πραγματική βάση της οικονομίας. Η φύσκα κατέρρευσε και αυτό που εκλαμβάνουμε σήμερα είναι η κρίση χρέους και η κρίση χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ωστόσο όμως, τα αίτια είναι αλλού. Εάν σαν Πολιτεία, σαν κοινωνία, δεν επαναφέρουμε τις ανθρώπινες και κοινωνικές αξίες, εάν οι πολιτικές ηγεσίες δεν απεξαρτηθούν από τις

αγορές και δεν ασκήσουν πολιτικές υποστήριξης της επιχειρηματικής - παραγωγικής διαδικασίας, τα πράγματα δε θα βαίνουν επί το βέλτιστον, αλλά μάλλον επί το χείρον.

Οι μεταβολές στο οικονομικό πεδίο φέρνουν και μεταβολές στην αγοραστική δυνατότητα, αλλά και στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή:

- Μείωση της αγοραστικής δύναμης, από 100 Ευρώ που δαπανούσε κάποιος, θα δαπανά 50 Ευρώ, ωστόσο όλοι ξέρουμε ότι θα συνεχίζει να δαπανά.
- Οι αγορές προϊόντων δε θα σταματήσουν από τους πολίτες, θα συνεχίσουν να γίνονται, βεβαίως πολύ περιορισμένα.
- Έχουμε μείωση του καταναλωτισμού σαν νοοτροπία. Δεν αγοράζαμε με βάση τις ανάγκες μας, αλλά με βάση αυτά τα οποία μας δημιουργούσαν τα πρότυπα που καλλιεργήθηκαν είτε από το πολιτικό σύστημα, είτε ακόμα και από το marketing του lifestyle.
- Αμφισβητείται ο τρόπος επικοινωνίας των μεγάλων εταιριών. Περιορίζεται η ισχύς των κεντρικών διαφημίσεων και αυξάνει η εξάπλωση των κοινωνικών δικτύων.
- Περιορίζεται η νοοτροπία του «αγόρασε τώρα και πλήρωσε μετά». Ο πολίτης θα ερευνά, θα έχει γνώση, θα ιεραρχεί και θα επιλέγει και αν θα αγοράσει.
- Αύξηση συμμετοχής των πολιτών στην τελική παραγωγή των προϊόντων. Ήδη, μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες, όπως είναι η Colgate ή η Procter, εφαρμόζουν τέτοιες διαδικασίες ώστε να συμμετέχει και ο πολίτης στη διαμόρφωση του προϊόντος, επειδή ακριβώς διαπιστώνουν την αμφισβήτηση η οποία παρουσιάζεται στα μηνύματά τους.

ΑΛΛΑΓΕΣ - ΑΝΑΤΡΟΠΕΣ

Αυτές λοιπόν οι μεταβολές θα φέρουν και σημαντικές ανατροπές στην άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Μέχρι τώρα δουλεύαμε βάση του μοντέλου της ικανοποίησης των καταναλωτών. Ωστόσο όμως, μέσα από την εκτροπή των αξιών παρεξέκλινε και το marketing, με αποτέλεσμα αντί να ανακαλύπτει ανάγκες, δημιούργησε ανάγκες για τον καταναλωτή και δεν κάλυπτε ανάγκες για τον άνθρωπο.

Εδώ λοιπόν θα συντελεστεί μία πάρα πολύ σημαντική μετατόπιση, που έχει χαρακτηριστικά ανατροπής, όπως αναφέρει στο τελευταίο του βιβλίο ο Kotler, ο «πατέρας» του marketing. Πλέον, θα πρέπει να μιλάμε για τον άνθρωπο, για τις αξίες και για τις ανάγκες του, και όχι απλά για τις καταναλωτικές ανάγκες. Σε πάρα πολλά συνέδρια και forum αυτό πλέον αρχίζει να διατυπώνεται ανοιχτά, ότι το marketing δε δούλεψε ισορροπημένα για την κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών και την κερδοφορία των εταιριών, αλλά δούλεψε ετεροβαρώς για την κερδοφορία.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

- Μήπως ανοίγει η εποχή της συμμετοχικότητας και της κοινωνικής δημιουργίας;
- Μήπως το κέρδος θα προκύψει από την εκτίμηση που θα δείξουν οι πολίτες σε πρακτικές αλληλεγγύης και στη συμβολή για την ευημερία του κοινωνικού συνόλου;
- Μήπως αδυνατίζουν οι κάθετες αναφορές του καταναλωτή, του πολίτη και ενισχύεται η οριζόντια επικοινωνία;
- **Με βάση όλα τα ανωτέρω, αναβαθμίζεται ή περιορίζεται ο ρόλος του φαρμακείου σε αυτές τις μεταβολές και τις ανατροπές;**

Τι αλλάζει στα φαρμακεία

- Μείωση τζίρου πλέον του 50% στα αποζημιούμενα φάρμακα από το 2009
- Μείωση της κερδοφορίας
- Προβλήματα ρευστότητας
- Αλλαγές στο ωράριο
- Ενδεχόμενη μετατόπιση προϊόντων σε άλλα κανάλια διανομής
- Το θέμα του ιδιοκτησιακού καθεστώτος θα παραμείνει ανοικτό, καθώς σε μία ασύντακτη διαχείριση της κρίσης και σε στοιχεία κατάρρευσης, αυτά μπορούν να ξανατεθούν άμεσα.

....και επιπτώσεις αλλαγών

- Περί τα 3.000 φαρμακεία και πλέον, θα κλείσουν την προσεχή τριετία. Πέρυσι, στη 2η Ημερίδα Φαρμακοποιών είχαμε παραθέσει συγκεκριμένα νούμερα. Υπάρχει μία πάρα πολύ καλή μελέτη, της BC CONCEPT, η οποία δημοσιεύεται στο site του Φαρμακευτικού Συλλόγου



Αττικής, που δείχνει καθαρά την εξέλιξη αυτή.

- Θα έχουμε μείωση των πιστωτικών ορίων.
- Παράλληλα, το φαρμακείο θα αναγκαστεί να συγκροτήσει περαιτέρω την επιχειρηματική του λειτουργία.
- Τέλος, από την παθητική εξυπηρέτηση θα περάσει στην ενεργή προώθηση, θα αναπτύξει νέες κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών, ό,τι έχει συμβεί δηλαδή και στις άλλες χώρες.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

- Εμπιστοσύνη του καταναλωτή στο πρόσωπο του φαρμακοποιού. Σας ρωτούν οι πελάτες, «*μου έγραψε καλό φάρμακο ο γιατρός.*» Οι περισσότεροι πολίτες δε γνωρίζουν την εταιρία που έχει το φαρμακευτικό σκεύασμα που χρησιμοποιούν, γνωρίζουν το φαρμακοποιό που τους το έδωσε.
- Υπηρεσίες υγείας: Ο πολίτης θα ιεραρχήσει τις ανάγκες του και τα χρήματα που θα διαθέσει, έχοντας πάντα σε προτεραιότητα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες υγείας.
- Το φαρμακείο έχει «τίμια» προϊόντα, value for money, αυτό που κάποιος πληρώνει αυτό παίρνει και βεβαίως, προϊόντα σε λογικές τιμές.
- Η επισκεψιμότητα, λίγο έως πολύ, θα διατηρηθεί, που σημαίνει ότι ο πελάτης θα μπει μέσα στο φαρμακείο, άρα έχουμε όλη τη δυνατότητα για να προτείνουμε λύσεις (προϊόντα – υπηρεσίες) για τις ανάγκες του.
- Είναι απενοχοποιημένος χώρος, δε φεύγει συνήθως ο πολίτης από το φαρμακείο, σκεπτόμενος μετά «μήπως ξόδεψα άδικα τα χρήματά μου».

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του φαρμακείου είναι η συστηματική παροχή συμβουλών και υπηρεσιών υγείας μέσω εξειδικευμένων και εξατομικευμένων προτάσεων προς τους πολίτες.

Οι ανακατατάξεις και οι ανατροπές που αναφέραμε προηγουμένως, προσθέτουν και ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα για το φαρμακείο: το ρόλο του στην αυξανόμενη κοινωνική δικτύωση και την οριζόντια επικοινωνία.

Φανταστείτε ότι ήδη το φαρμακείο είναι ένα δίκτυο, γιατί είναι ένα σημείο αναφοράς πολιτών που παίρνουν πληροφορίες, άρα εκ φύσεως το φαρμακείο είναι ένα δίκτυο. Όσο λοιπόν αυξάνεται η επιρροή των κοινωνικών δικτύων, τόσο αυξάνεται και η επιρροή του φαρμακείου, λόγω της εμπιστοσύνης που έχει ο πελάτης. Σε έρευνα της Nielsen, το 90% των πολιτών αγοράζει ένα προϊόν επειδή άκουσε μία σύσταση από κάποιον άλλο, έστω και αν τον ξέρει λίγο. Φανταστείτε λοιπόν τι δυναμική μπορεί να διαμορφωθεί από το χώρο μας σε σχέση με την κοινωνική δικτύωση των πολιτών.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

Η στρατηγική του φαρμακείου δεν μπορεί παρά να βασίζεται στο ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα, είναι μια στρατηγική διαφοροποίησης και όχι χαμηλού κόστους. Βεβαίως θα κάνουμε εκπτώσεις, βεβαίως θα κάνουμε προσφορές, όμως δεν μπορεί να είναι το κυρίαρχο στοιχείο της στρατηγικής μας, δεν μπορούμε να αντιγράψουμε φορμαλιστικά πρακτικές από άλλους καταναλωτικούς χώρους.

Η ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

Θα πρέπει να αναδείξουμε την αποστολή του φαρμακείου, που είναι η φροντίδα της υγείας των ανθρώπων και η υπεράσπιση αξιών για κοινωνική ευημερία. Πρέπει να πρωτοστατήσουμε σε αυτή την επικοινωνία, γιατί είναι και το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα, αλλά παράλληλα υπηρετεί και αξίες.

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΝΕΙ ΤΗΝ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ

Ένας από τους μεγάλους θεωρητικούς του marketing, ο Philip Kotler, με πάρα πολύ μεγάλη αναγνώριση και επιρροή σε όλο τον κόσμο, περιγράφει την εξέλιξη του marketing σε σχέση με τις νέες συνθήκες της αγοράς, ονομάζοντάς το Marketing 3. Η αποστολή και η στρατηγική του φαρμακείου εκφράζει απόλυτα αυτή τη νέα διάσταση.

Σύμφωνα με αυτό το marketing, πλέον πρέπει να βλέπει τον άνθρωπο και όχι τον καταναλωτή, αντιμετωπίζοντάς τον σαν μια ολοκληρωμένη οντότητα, με μυαλό, καρδιά και ψυχή, μιλώντας και στις τρεις αυτές διαστάσεις. Με λίγα λόγια, θα πρέπει να υπάρχει η συμμετοχή των πολιτών στη δημιουργία των προϊόντων και των υπηρεσιών. Ποιός άλλος κλάδος λιανικής συγκεντρώνει τόσο ισχυρά αυτό το πλεονέκτημα;

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Το φαρμακείο ασκεί την επιχειρηματική του δραστηριότητα βασισμένο στον κοινωνικό και τον επιστημονικό του ρόλο. «Δεν πουλάμε προϊόντα», παρέχουμε υπηρεσίες υγείας, με το προϊόν να είναι το όχημα για την παροχή των συμβουλών. Η προώθηση των κατάλληλων προϊόντων και υπηρεσιών προστατεύουν και το εισόδημα των ανθρώπων. Όσο λοιπόν αυξάνεται ο κοινωνικός και επιστημονικός ρόλος του φαρμακοποιού, τόσο ενισχύεται και ο επιχειρηματικός, που με τη σειρά του ενισχύει τον κοινωνικό και επιστημονικό του ρόλο. Μπορούμε δηλαδή να πούμε ότι όσο το φαρμακείο αυξάνει τις πωλήσεις του, τόσο προστατεύει την υγεία και το εισόδημα των πολιτών, καθώς επίσης συμβάλλει στη μείωση των κρατικών δαπανών, όπως θα δούμε στη συνέχεια.

Βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών

- Είναι άμεσα ορατές, σε αντίθεση με το προϊόν, για το οποίο δε βλέπει κάποιος τη στιγμή της αγοράς, την παραγωγική του διαδικασία.
- Τη στιγμή που δημιουργείται, ταυτόχρονα καταναλώνεται.
- Συμμετέχει και ο λαμβάνων την υπηρεσία. Διαμορφώνονται ισχυρές και μακροπρόθεσμες σχέσεις μεταξύ παρέχοντος, λαμβάνοντος και προϊόντος, γι' αυτό και τα προϊόντα στο χώρο του φαρμακείου έχουν πολύ μεγάλο κύκλο ζωής, έχουν αυξημένη την περίοδο της ωρίμανσης (mature) σε σχέση με άλλα προϊόντα και άλλους χώρους.
- Ο πολίτης συνδιαμορφώνει και αναπτύσσει τις υπηρεσίες που του παρέχει το φαρμακείο.
- Ενέχουν άμεσα αλλά και μακροπρόθεσμα οφέλη, κάποιος δηλαδή μπορεί να μην αγοράσει το προϊόν εκείνη τη στιγμή, αλλά αργότερα να προβεί σε αγορά.

ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

- Υπηρεσίες με άμεση προϊόντική βάση. Το προϊόν αυτό καθαυτό περιλαμβάνει μέσα του την υπηρεσία. Η απελευθέρωσή της και η μετάδοσή της όμως, σχετίζεται άμεσα με την επικοινωνία του φαρμακοποιού, ο οποίος λειτουργεί ώστε να μεταδοθεί η υπηρεσία μέσω της συμβουλής του.
- Υπηρεσίες εμπορικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα.
- Υπηρεσίες συμβουλών με συστηματική επικοινωνία, κυρίως σε χρόνιες παθήσεις.
- Απλές καθημερινές συμβουλές.

Η ΒΑΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Οι υπηρεσίες που μπορούν να αναπτυχθούν στο φαρμακείο, προκύπτουν από:

- Νέες ανάγκες από την αλλαγή της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- Αλλαγές στις πολιτικές marketing των εταιριών.
- Το φαρμακείο είναι φορέας δημιουργίας αξιών, δεν είναι μεταπωλητής.
- Το φαρμακείο είναι κόμβος επικοινωνίας μεταξύ εταιρίας, προϊόντος και καταναλωτή.
- Η δικτυακή και διαδικτυακή δυνατότητα του φαρμακείου. Το διαδίκτυο θα παίξει σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία και στην ισχυροποίηση των δικτύων. Βέβαια, επειδή είμαστε χώρα του νότου, λόγω γεωπολιτικών συνθηκών, κυκλοφορούμε, είμαστε έξω και πάντοτε η προσωπική επικοινωνία θα έχει σημαντικό βάρος.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Υπηρεσίες που μπορεί να αναπτυχθούν αναφορικά με:

- Φαρμακευτικά σκευάσματα
- Χρόνιες παθήσεις
- Υγεία και στην ομορφιά
- Διάγνωση και προδιάθεση
- Εμπορικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα
- Εναλλακτικές θεραπείες

Υπηρεσίες με βάση φαρμακευτικά σκευάσματα

- Συμβουλές για την ορθή χρήση φαρμάκων. Στην Αμερική μετρήθηκε ότι περίπου το 2,8% των συνταγών δεν είχαν τη σωστή πρόταση για τη χρήση των φαρμάκων, που το διαπίστωνε ο φαρμακοποιός.
- Συμπληρωματικές πωλήσεις: στη χρήση αντιβίωσης είναι πολύ χρήσιμο ένα προ- ή προ-βιοτικό ή κάποιο πολυβιταμινούχο σκεύασμα.
- Στη συμμόρφωση του ασθενή: καταγεγραμμένες μετρήσεις λένε ότι στην Αμερική υπάρχει μία απώλεια της τάξεως των 20 δισεκατομμυρίων δολαρίων, λόγω της μη συμμόρφωσης και των επιπτώσεων που υπάρχουν για την περαιτέρω θεραπεία του ασθενή. Επίσης, μετρήσεις δείχνουν ότι στις αναπτυγμένες χώρες μόνο το 50% των ασθενών συμμορφώνονται στη θεραπεία.
- Αλληλεπιδράσεις και φαρμακοεπαγρύπνιση: περίπου το 6,7% των εισαγωγών στα νοσοκομεία της Αγγλίας γίνεται λόγω των ανεπιθύμητων ενεργειών και των αλληλεπιδράσεων. Επίσης και εκεί είναι πάρα πολύ σημαντικός ο ρόλος του φαρμακείου, γι' αυτό είπαμε και προηγουμένως ότι οι υπηρεσίες του φαρμακείου επενεργούν θετικά και στο εισόδημα του καταναλωτή, αλλά και στην εξοικονόμηση πόρων από το κράτος.

Υπηρεσίες με βάση τις χρόνιες παθήσεις

Κάποιες από τις υπηρεσίες που αφορούν τις χρόνιες παθήσεις είναι: διαβήτης, υπέρταση, κοιλιοκάκη, καρδιαγγειακά, παθήσεις αναπνευστικού, οστεοπόρωση, αιμορροΐδες, άγχος, αϋπνία, νευρική κατάσταση, οισοφαγική παλινδρόμηση κ.λπ.

Υπηρεσίες υγείας και ομορφιάς

Υπηρεσίες υγείας και ομορφιάς: καλλυντική φροντίδα, ενέργεια, ευεξία, τόνωση, διακοπή καπνίσματος, διαχείριση βάρους, παχυσαρκία, εμβολιασμός, στοματική υγιεινή, γυναικεία υγιεινή, βρεφική φροντίδα κ.λπ.

Ένα φωτεινό παράδειγμα...

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΩΝ ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ

Κοιτάξτε τι πέτυχαν να κατοχυρώσουν οι φαρμακοποιοί στην Αγγλία, μέσω του Συλλόγου τους, σε συμφωνία με το εθνικό σύστημα υγείας: κατοχύρωσαν τις υπηρεσίες θεσμικά. Έλεγχος χρόνιων παθήσεων, έλεγχος πιθανότητας εμφάνισης καρδιακών νοσημάτων, χρήση μεθαδόνης, έλεγχος και θεραπεία σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων, διαχείριση βάρους, δυνατότητα επαναλαμβανόμενης εκτέλεσης συνταγών, συμπληρωματική και ανεξάρτητη συνταγογράφηση.

Γιατί να μην είναι ένα αίτημα και του Ελληνικού φαρμακείου, η θεσμοθέτηση των υπηρεσιών; Γιατί μονοδιάστατα να αγωνιζόμαστε για την υπεράσπιση των κεκτημένων, που πλέον δεν υπάρχει η βάση για τη διατήρησή τους, και να μην κινηθούμε επιθετικά, ζητώντας τη θεσμοθέτησή τους;

Το ίδιο γίνεται και στη Γαλλία, στο Βέλγιο και σε πολλές άλλες χώρες, διαμορφώνοντας ένα πολύ σημαντικό εισόδημα για το φαρμακείο, ενώ παράλληλα, μην το ξεχνάμε, προωθεί και υποστηρίζει τις ανθρώπινες αξίες.

Προϋποθέσεις για οργάνωση υπηρεσιών

Βεβαίως, οι υπηρεσίες δεν μπορούν να γίνουν από μόνες τους, απαιτούν προϋποθέσεις και εκεί πρέπει να συντελεστούν σημαντικές αλλαγές στο φαρμακείο: εκπαιδευμένο προσωπικό, πλήρης μηχανογράφηση, διαμόρφωση χώρου, κατηγοριοποίηση, καταγεγραμμένη βάση πελατολογίου με δυνατότητα διαχείρισης, ιστοσελίδα, ηλεκτρονική κάρτα πελάτη, συστηματική επικοινωνία με τους πελάτες, είτε μέσω εντύπων είτε μέσω διαδικτύου, και συνεργασία με τις εταιρίες και τους φορείς υγείας.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ οργάνωσης υπηρεσιών

Διαβήτης

Να φέρουμε ένα παράδειγμα σχετικά με το διαβήτη,



που είναι μια ευρύτατα διαδεδομένη χρόνια πάθηση.

Το πλαίσιο για τον φαρμακοποιό δεν μπορεί να είναι άλλο παρά η πραγμάτωση του κοινωνικού, επιστημονικού και επιχειρηματικού του ρόλου, μέσα από την ανάπτυξη υπηρεσιών εντός και εκτός του φαρμακείου.

Ο σκοπός: η αντιμετώπιση της υποδιάγνωσης, η αυτοδιαχείριση του ασθενή και το φαρμακείο να γίνει διάυλος σταθερής επικοινωνίας και αναφοράς.

Ποιοί είναι οι συμμετέχοντες: Ο ασθενής, το φαρμακείο, η ιατρική κοινότητα, οι φορείς και οι εταιρίες.

Διαβήτης - Εφαρμογή

Ποιοί θα κάνουν την οργάνωση; Οι εταιρίες σε συνεργασία με το φαρμακείο.

Να δούμε τη διαδικασία εφαρμογής. Εάν κάποιος πελάτης, στην επικοινωνία μαζί του, σας διατυπώσει ότι έχει ξηροστομία, ότι έχει πολυουρία και του συστήσετε να κάνει μία εξέταση σχετικά με το διαβήτη, είναι μια πάρα πολύ σημαντική υπηρεσία και για τον ίδιο, για την υγεία του και για το εισόδημά του, αλλά και για τα κρατικά έξοδα.

Αγοράζει το προϊόν από εσάς, θα μπορεί να έχει έκπτωση λόγω της ηλεκτρονικής κάρτας αγορών του.

Τον καταγράφετε στο πελατολόγιο. αρχίζετε να επικοινωνείτε μαζί του συστηματικά, είτε με ηλεκτρονική αποστολή εντύπων από μελέτες, δημοσιεύσεις της ιατρικής κοινότητας ή ακόμα και από την Ελληνική Διαβητολογική Εταιρία, καθώς και του επικοινωνείτε συστηματικά τα νέα προϊόντα σχετικά με την πάθησή του. Μπορείτε να δημιουργήσετε συναντήσεις εντός και εκτός του φαρμακείου, σε συνεργασία με γιατρούς, με εταιρίες και φορείς υγείας.

Διαβήτης - Αριθμοί

Ο αριθμός των ασθενών υπολογίζεται περίπου στο ένα εκατομμύριο στη χώρα μας. Η υποδιάγνωση εκτιμάται ότι είναι περί το 40%. Ο ετήσιος τζίρος, σε μετρητές και σκαρφιστήρες, προσεγγίζει τα 75 εκατομμύρια ευρώ σε λιανικές πωλήσεις, ο δυνητικός τζίρος από τον περιορισμό της υποδιάγνωσης ανέρχεται στα 125 εκατομμύρια ευρώ. Δε γίνεται ο σωστός αριθμός μετρήσεων, λόγω περιορισμένης συμμόρφωσης των ασθενών.

Αν το ποσοστό συμμόρφωσης είναι της τάξης του 50% στις ανεπτυγμένες χώρες, έχουμε τη γνώμη ότι στη χώρα μας θα είναι σίγουρα πολύ λιγότερο, θα είναι περίπου στο μισό. Και μόνο τα ανωτέρω, σε συνδυασμό με τα υπόλοιπα προϊόντα που έχει ανάγκη ένας διαβητικός, προϊόντα στοματικής υγιεινής, προϊόντα στυτικής δυσλειτουργίας, κρέμες για τα πόδια του, ειδικά παπούτσια, κάλτσες, μη σας κάνει εντύπωση ότι μπορεί ο τζίρος αυτός να τετραπλασιαστεί.

Φαίνεται υπερφίαλο, φαίνεται παράλογο, ωστόσο μπορούμε να το ξανασυζητήσουμε πάλι σε μία τριετία - τε-

τραετία, εφόσον το φαρμακείο μπει σε αυτή τη διαδικασία.

ΠΩΣ ΘΑ ΟΡΓΑΝΩΘΟΥΝ οι υπηρεσίες;

Πρώτα από όλα, πρέπει να ξεκινήσουμε όχι από το πώς δε γίνεται, αλλά από το **πώς γίνεται**. Εάν ξεκινήσουμε από το πώς δε γίνεται, έχουμε αποκλείσει να γίνει και, τη στιγμή που γίνεται σε όλες τις άλλες χώρες, δεν μπορεί να μη γίνει και σε εμάς. Εμείς πρέπει να αλλάξουμε τη θέση από την οποία κοιτάμε τα πράγματα. Θα οργανωθούν σε συνεργασία με τις εταιρίες, οι οποίες θα υποκινηθούν μόνο όταν δουν ότι συντελούνται σημαντικές διεργασίες ανατροπών στο φαρμακείο. Θα πρέπει να γίνει συνεργασία και με άλλα φαρμακεία, και να πάμε από το «μόνος μου» στο «μαζί με άλλους». Επίσης θα πρέπει να γίνονται συνεργασίες με συνεταιρισμούς, με άτυπες αλυσίδες φαρμακείων και ενδεχομένως υποστήριξη από εξωτερικούς συμβούλους.

ΠΩΣ ΚΑΤΑΝΟΟΥΜΕ ΚΡΙΣΗ και ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ

Θα πρέπει όλοι να δούμε την κρίση σαν μία πορεία αλλαγών και ανακατατάξεων στους κανόνες, τις σχέσεις, τις συμπεριφορές, τις διαδικασίες και τα status, με στόχο τη δημιουργία νέων ισορροπιών. Οι παλιές ισορροπίες δεν επαρκούν με βάση τα νέα δεδομένα. Βεβαίως, η πορεία αυτή περιλαμβάνει ευκαιρίες και προβλήματα, κάποιοι ζημιώνονται, κάποιοι ωφελούνται, εμείς ωστόσο θα πρέπει να αναζητήσουμε τις ευκαιρίες.

Οι Κινέζοι την έννοια κρίση την αποτυπώνουν με δύο ιδεογράμματα, που το ένα σημαίνει «κίνδυνος» και το άλλο σημαίνει «ευκαιρία». Δεν υπάρχει στο λεξιλόγιό τους η έννοια κρίση που λέμε εμείς, υπάρχουν οι λέξεις κίνδυνος και ευκαιρία.

Κίνδυνος 危机 Ευκαιρία

Ο καθένας αποφασίζει ποια από τις δύο λέξεις θα επιλέξει σε μια περίοδο κρίσης, όπως είναι αυτή που διανύουμε. ■



2η ομιλία:

Υπηρεσίες Φαρμακείου στα μέτρα των καιρών

◆ Από τη **PANIA ΛΕΧΟΥ**, Φαρμακοποιό, Διευθύντρια εκπαίδευσης, Pierre Fabre Ελλάς

Στη σημερινή εποχή επικρατεί ΧΑΟΣ

Κάποτε θα χαρακτηρίζαμε τη φράση αυτή άκρωσ απαισιόδοξη έως και «*αναρχική*». Σήμερα όμως, ζώντας καθημερινά σκηνές «*απείρου κάλους*» θα λέγαμε ότι η φράση αυτή πλησιάζει την Ελληνική πραγματικότητα.

Οι αγωνίες πολλές, από την αγωνία της επιβίωσης

«*θα τα καταφέρουμε*», «*θα συνεχίσουμε να έχουμε δουλειά*», «*θα χρεοκοπήσουμε σαν χώρα*», μέχρι πιο βαθιές αγωνίες, όπως «*τι μέλλον θα αφήσουμε στα παιδιά μας*», «*σε τι περιβάλλον θα ζούμε, αφού το λεπτατούμε καθημερινά*»...

Πέρα όμως από αυτές τις αγωνίες, αλλά και διαμέσου αυτών, διαμορφώνονται και νέες αξίες.

Πράγματι σήμερα παρατηρείται κρίση αξιών. Τα παραδοσιακά πρότυπα καταρρέουν και στη θέση τους αναδύονται πιο απλές, πιο ανθρώπινες και πιο ανθρωπιστικές αξίες.

Γεννιούνται λοιπόν νέα πρότυπα: το **ΕΓΩ**, το **ΕΜΕΙΣ**, το **ΟΙ ΑΛΛΟΙ**.

Ο φαρμακοποιός ως μέλος της κοινωνίας, αλλά και ως κοινωνός ψυχικής και σωματικής υγείας, βρίσκεται πραγματικά στο μέσο όλων αυτών των εξελίξεων: έχει να αντιμετωπίσει από τη μία, πελάτες «*σε μετάλλαξη*» με μειωμένο ηθικό, με χαμηλότερη αγοραστική δύναμη, με νέα πρότυπα, με καχυποψία για τα «*επαγγέλματα με κύρος*», όπως είναι και αυτό του φαρμακοποιού και... από την άλλη, τις **ραγδαίες αλλαγές στον κλάδο** (μείωση κέρδους φαρμάκων, αύξηση δαπανών, άρση μονοπωλίου, απελευθέρωση ωφαρίων).



Αυτό που ζει καθημερινά ο φαρμακοποιός είναι: λιγότερο κέρδος, μειωμένη ρευστότητα, λιγότερους πελάτες, με μικρότερες αγορές, με γκρίνια και δυσαρέσκεια. Χάνει έδαφος σε νέους πελάτες, σε νέες μητέρες που εργάζονται και αναρωτιέται για το πώς πρέπει να αντιδράσει, ώστε να ξανακερδίσει «*ψυχή τε και σώματι*» τους πελάτες του.

Μέσα σε αυτό το μίζερο κλίμα που δημιουργείται, είναι φυσικό ο φαρμακοποιός να έχει την τάση να είναι απαισιόδοξος. Είναι και λίγο στην ανθρώπινη φύση αυτό και κυρίως είναι κάτι που μας χαρακτηρίζει ως ένα βαθμό και σαν λαό.

Ο ρεαλισμός με μια νότα αισιοδοξίας θεωρούμε ότι είναι η καλύτερη δυνατή στάση σε τέτοιες δύσκολες καταστάσεις. Με το ρεαλισμό θα συνειδητοποιήσουμε τη σημερινή κατάσταση και με τη νότα αισιοδοξίας θα τολμήσουμε αλλαγές για το καλύτερο του επαγγέλματος, γυρνώντας σελίδα, δημιουργώντας μια νέα σχέση ΠΕΛΑΤΗ - ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ.

Για τη νέα αυτή σχέση ΠΕΛΑΤΗ - ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ, θα βασιστούμε στα θεμέλια της επιχειρήσης «*ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ*», που είναι τα προϊόντα και οι τιμές τους, ο χώρος που επισκέπτεται ο πελάτης και οι συμβουλές / υπηρεσίες προς αυτόν.

1. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΩΝ
2. ΧΩΡΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ
3. ΣΥΜΒΟΥΛΗ / ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Η διαμόρφωση μιας πετυχημένης εμπορικής πολιτικής, σε συνδυασμό με ένα χώρο προσιτό και αποδοτικό, καθώς και οι αναβαθμισμένες υπηρεσίες συμβουλής, αποτελούν αποτελεσματικό θεραπευτικό σχήμα για τη νοσηρότητα που επικρατεί σήμερα.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΩΝ

Μια υπεραισιόδοξη προσέγγιση του θέματος θα ήταν μια έκπτωση της τάξης του 10-15% σε παραφαρμακευτικά είδη, με σκοπό να δαλεάσουμε τους πελάτες, να τους ωθούμε προς την κατανάλωση και να τους κρατάμε πιστούς.

Σε μια τέτοια υπεραισιόδοξη στάση πολιτικής τιμών, νιώθουν δικαιωμένοι οι απαισιόδοξοι φαρμακοποιό που λένε ότι: «*δε φτάνει που μας μειώνουν το κέρδος, δε φτάνει που έχουμε προβλήματα ρευστότητας, άμα ρίξουμε και τις τιμές, τότε είναι που δε θα αντέξουμε!*». Επιπλέον, συνεχίζουν το συλλογισμό: «*οι πελάτες συνηθίζουν και κακομαθαίνουν στις εκπτώσεις, οι οποίες από ένα σημείο και μετά, δεν τους κάνουν καμία εντύπωση*».

Η ρεαλιστική προσέγγιση με μια νότα αισιοδοξίας λέει **ΝΑΙ** στην πολιτική τιμών, αλλά κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις. Ποιες είναι λοιπόν αυτές;

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΩΝ	
ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ : Πολιτική τιμών.... ...που συμβαδίζει με τη στρατηγική του φαρμακείου ...ανάλογη των οικονομικών πόρων του φαρμακείου ...συμβατή με το προφίλ των πελατών ...με διάρκεια ...με τακτική ανανέωση ...που δεν αντιγράφεται εύκολα	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ <ul style="list-style-type: none"> • Φαρμακείο με προτεραιότητα στην ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΗΤΑ (ΜΟΝΤΕΛΟ 1) • Φαρμακείο με προτεραιότητα στη ΦΥΣΙΚΟΤΗΤΑ/ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ (ΜΟΝΤΕΛΟ 2) • Φαρμακείο με προτεραιότητα στην ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑ (ΜΟΝΤΕΛΟ 3) • Έκπτωση σε προϊόντα με ελαστική ζήτηση (προϊόντα leaders, προϊόντα με αυθόρμητες πωλήσεις, με ανταγωνισμό σε άλλα κανάλια διανομής...) • Δυνατότητα μαζικών αγορών με στόχο καλύτερες εκπτώσεις και μεταφορά της έκπτωσης στον καταναλωτή Επιλογή μοντέλου ανάλογα με το προφίλ των πελατών Έκδοση κάρτας προνομίων πελάτη Ειδικές προσφορές με προωθητικές ενέργειες που αλλάζουν ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ανάλογα με <ul style="list-style-type: none"> • την εποχή • το στοκ προϊόντων • ειδικές περιστάσεις... Όλα τα προηγούμενα εξασφαλίζουν μια μοναδική εμπορική πολιτική που φέρει τη σφραγίδα του φαρμακείου

ΧΩΡΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Μια υπεραιόδοξη προσέγγιση του θέματος θα ήταν το να θεωρούμε την ανακαίνιση του χώρου ως μια από τις καλύτερες επενδύσεις σε τέτοιες περιόδους κρίσης και την ευκαιρία για επέκταση του χώρου ή ακόμη και μεταφορά σε καλύτερο σημείο στην περιοχή, λόγω της πτώσης των ενοικίων ως ευκαιρία.

Η ακριβώς αντίθετη προσέγγιση του θέματος, θα θεωρούσε την επένδυση στην ανακαίνιση του χώρου ως κίνηση εμπορικής αυτοκτονίας. «Ο κόσμος όταν δεν έχει να φάει, δεν κοιτάει ούτε τα φώτα, ούτε τα έπιπλα του φαρμακείου», θα συμπλήρωναν με στόμφο οι απαισιόδοξοι και συντηρητικοί φαρμακοποιοί.

Η ρεαλιστική προσέγγιση με μια νότα αισιοδοξίας λέει ΝΑΙ στην ανανέωση του χώρου, αλλά κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις. Ποιές είναι λοιπόν αυτές;

ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ	
ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ : Διαμόρφωση του χώρου.... ...που εναρμονίζεται με τη στρατηγική του φαρμακείου ...ανάλογη των οικονομικών πόρων του φαρμακείου ...που υπηρετεί και εξυπηρετεί τις ανάγκες και τις «τάσεις» των πελατών 1. ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ 2. ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗ ΦΥΣΙΚΟΤΗΤΑ 3. ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΗΘΙΚΟ, ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΤΟΠΙΝ ΣΚΕΨΗΣ ...με στοιχεία ανανέωσης ...με επιχειρηματική ταυτότητα	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ <ul style="list-style-type: none"> • Φαρμακείο με προτεραιότητα στην ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΗΤΑ (ΜΕΤΡΑ ΓΡΑΜΜΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ) • Φαρμακείο με προτεραιότητα στη ΦΥΣΙΚΟΤΗΤΑ / ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ (ΦΥΣΙΚΑ ΥΛΙΚΑ) • Φαρμακείο με προτεραιότητα στην ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑ (ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ, ΦΩΤΙΣΜΟΣ, ΧΡΩΜΑΤΑ) • Απλές παρεμβάσεις στο χώρο χωρίς υψηλό κόστος • Θεματική σειρά • Ενιαία σήμανση • Εφαρμογή απλών κανόνων merchandising • Μαζικές προβολές OTC προϊόντων πίσω από τον πάγκο • Ζεστή προβολή TOP 10 προϊόντων του φαρμακείου <ul style="list-style-type: none"> • Προτεραιότητα σε δερμοκαλλυντικές σειρές • Προβολές προϊόντων & θεμάτων με «ιατρικό» προφίλ «ΔΙΑΒΗΤΗΣ & ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΑΚΡΩΝ» «ΔΕΡΜΑΤΙΚΗ ΕΥΘΡΑΥΣΤΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΥΠΕΡΗΛΙΚΕΣ» • Ανάδειξη φυσικών σειρών • Κάδος ανακύκλωσης φαρμάκων • Επικοινωνία πάνω στα ράφια ειδικών τιμών / κάρτας προνομίων • Μηνύματα στο χώρο που ευαισθητοποιούν το κοινό • Εποχιακές προβολές σε ζεστά σημεία • Θεματική προβολή προϊόντων σε συνδυασμό με θεματική βιτρίνα • Δημιουργία και αξιοποίηση λογότυπου στην πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή επικοινωνία του χώρου

ΜΟΝΤΕΛΟ 1
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΗΤΑ

- **ΣΤΑΘΕΡΗ ΕΚΠΤΩΣΗ** σε συγκεκριμένα προϊόντα με ελαστική ζήτηση
- **ΠΟΝΤΟΔΟΤΗΣΗ** αγορών με ανταπόδοση σε χρήματα
- **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ** με προωθητικές ενέργειες

ΜΟΝΤΕΛΟ 2
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗ «ΦΥΣΙΚΟΤΗΤΑ / ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ»

- **ΣΤΑΘΕΡΗ ΕΚΠΤΩΣΗ** σε συγκεκριμένα προϊόντα με ελαστική ζήτηση
- **ΠΟΝΤΟΔΟΤΗΣΗ** αγορών με ανταπόδοση σε δώρο πελάτη
- **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ** με προωθητικές ενέργειες

ΜΟΝΤΕΛΟ 3
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑ

- **ΣΤΑΘΕΡΗ ΕΚΠΤΩΣΗ** σε συγκεκριμένα προϊόντα με ελαστική ζήτηση
- **ΠΟΝΤΟΔΟΤΗΣΗ** αγορών με ανταπόδοση σε υπηρεσίες
- **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ** με προωθητικές ενέργειες

ΣΥΜΒΟΥΛΗ / ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Εδώ τα πράγματα διαφοροποιούνται λίγο. Ακόμη και οι πιο απαισιόδοξοι φαρμακοποιοί δυσκολεύονται να επιχειρηματολογήσουν κατά των συμβουλών προς τους πελάτες. Η συμβουλή και οι υπηρεσίες αποτελούν, αποτελούν και θα αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο του επαγγέλματος.

Παρά ταύτα, θα μπορούσαν οι πολύ απαισιόδοξοι να πουν ότι με τόση γραφειοκρατία που υπάρχει γύρω τους δεν προλαβαίνουν να συμβουλευτούν τον κόσμο, αλλά και ότι ο κόσμος προτιμά τις εκπτώσεις από τις δωρεάν συμβουλές σε τέτοιους δύσκολους καιρούς.

Το πρόβλημα είναι πως όλοι δεν αντιλαμβάνονται την έννοια συμβουλή με τον ίδιο τρόπο.

Η συμβουλή στο χώρο του φαρμακείου, για να αποδώσει εμπορικά και να διαφοροποιήσει το σημείο θα πρέπει:

ΣΥΜΒΟΥΛΗ	
...να δίνεται ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΑ	ΣΕ ΚΑΘΕ ΜΟΡΦΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΣΥΝΤΑΓΗΣ, ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΦΑΡΜΑΚΟ, ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΗ ΑΓΟΡΑ ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΟΥ, ΑΥΘΟΡΜΗΤΗ ΑΓΟΡΑ)
...να γίνεται με ΠΟΛΥΠΛΕΥΡΟ ΤΡΟΠΟ ώστε να αποδίδει καλύτερα	<ul style="list-style-type: none"> • ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ • ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ • ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
...να ΥΠΗΡΕΤΕΙ και να ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ τις ανάγκες των πελατών	<ul style="list-style-type: none"> • ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΥΓΕΙΑ, ΔΙΑΘΕΣΗ, ΚΑΛΗ ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ • ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΕΜΑΣ, ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΜΑΣ, ΤΑ ΖΩΑ ΜΑΣ • ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗ
ΝΕΑ ΠΡΟΤΥΠΑ, ΝΕΕΣ ΑΞΙΕΣ το ΕΓΩ, το ΕΜΕΙΣ, το ΟΙ ΑΛΛΟΙ	<ul style="list-style-type: none"> • ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ, ΔΡΑΣΕΙΣ, ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ, ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ • ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΥΑΙΣΧΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ • ΕΞΥΠΝΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΕΞΥΠΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΗΘΙΚΟ, ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΤΟΠΙΝ ΣΚΕΨΗΣ	ΕΙΔΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΟΣ ΣΤΗ ΣΥΜΒΟΥΛΗ <ul style="list-style-type: none"> • ΣΤΑΝΤ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ • ΜΙΝΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ • ΟΘΟΝΗ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ
...να έχει ΔΙΑΡΚΕΙΑ	ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΣΤΗ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ
...να ΑΝΑΝΕΩΝΕΤΑΙ ΤΑΚΤΙΚΑ	

Ο όμιλος Pierre Fabre, παραδοσιακός σύμμαχος του φαρμακοποιού, αναζητά συνεχώς τρόπους ώστε να συνεισφέρει ενεργά στην προσπάθεια αναβάθμισης και προσαρμογής του επαγγέλματος στις επιτακτικές ανάγκες της εποχής.

Στα πλαίσια αυτής της προσπάθειας, προτείνει ένα πρόγραμμα υπηρεσιών / βοηθημάτων στην πώληση, που αποκαλεί **Care for you by Pierre Fabre**, τίτλος που υποδηλώνει και τις προθέσεις του προγράμματος.

Στην Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ είμαστε πεπεισμένοι ότι ο συμβουλευτικός ρόλος του φαρμακοποιού είναι το πολυτιμότερο όπλο του, για το λόγο αυτό θέλουμε να τον ενισχύσουμε και να τον κάνουμε αποδοτικότερο. Το πρόγραμμα αυτό δημιουργήθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να ακολουθεί τις προϋποθέσεις για βέλτιστη απόδοση, όπως είδαμε στον προηγούμενο πίνακα, δηλαδή πρόγραμμα συμβουλών που δίνονται συστηματικά και με πολύπλευρο τρόπο, υπηρετούν τις ανάγκες και τις τάσεις των πελατών, διαρκούν στο χρόνο και ανανεώνονται τακτικά!

CARE FOR YOU by PIERRE FABRE

1. Βοηθήματα του φαρμακείου που ανανεώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα και έχουν σαν στόχο την ενίσχυση του sell out διαμέσου της συμβουλής και της εμπύκνωσης των πελατών.

2. Υπηρεσίες που έχουν στόχο να επηρεάζουν θετικά όλες τις μορφές πώλησης μέσα στο φαρμακείο.

3. Υπηρεσίες συμβουλής τόσο σε έντυπη μορφή, όσο και σε ηλεκτρονική.

4. Η ηλεκτρονική μορφή E-care plus έχει εξειδικευμένες υπηρεσίες ΣΥΜΒΟΥΛΗΣ προς τον πελάτη.

a. Ηλεκτρονική καρτέλα ομορφιάς / υγείας, όπου ο φαρμακοποιοός καταχωρεί εύκολα πληροφορίες για τον πελάτη και το πρόγραμμα του προτείνει ένα ολοκληρωμένο θεραπευτικό σχήμα, μια ΣΥΝΤΑΓΗ ΟΜΟΡΦΙΑΣ η οποία:

- ΕΚΔΙΔΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ,
- ΦΕΡΕΙ ΤΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΥ (καθώς και τις επισημάνσεις του),
- ΑΝΑΒΑΘΜΙΖΕΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ.

b. Κάθε προϊόν με δική του **καρτέλα προϊόντος** με επιστημονικές και εμπορικές πληροφορίες.

c. Μια **βάση προϊόντων** κατηγοριοποιημένα σε 5 επίπεδα (παραφάρμακα, κατηγορία, υποκατηγορία, μάρκα, προϊόν).

5. Η έντυπη μορφή του προγράμματος περιλαμβάνει 4 εργαλεία: care sticks, health care, care quiz, cross care. ■



MOBIL M

La premiere fabrique d' architecture et de design.

une vision à 360°



Φαρμακείο Χρύση Ελένη - Άγιος Δημήτριος



acad

advanced architecture design

ACAD E.E. - MOBIL M Hellas
Αυγής 37 Ν. Ηράκλειο
141 21 Αθήνα
Τηλ./Fax: 210 2820882
Κινητό: 6936 610652
E-mail: info@acad-mobil.m.gr
Web site: www.acad-mobil.m.gr



COUPECHOUX
LE GROUPE QUI AIME LES ESPACES

COUPECHOUX
19 rue de la Noue Bras de Fer
BP 76324 - 44263 NANTES cedex 2 - France
Tel. +33 (0)2 40 16 97 40 - Fax +33 (0)2 40 63 59 12
contact@mobil-m.com
www.mobil-m.com

Αναζητώντας την “εμπειρία επίσκεψης” στο φαρμακείο του σήμερα



Με παράδοση 60 ετών στην αγορά του ελληνικού φαρμακείου, η οικογενειακή εταιρεία VITORGAN Μον. Ε.Π.Ε. στοχεύει στην ποιοτική συνεργασία με τους πελάτες της φαρμακοποιούς και στην προσφορά προϊόντων με σταθερή αξία. Ένα νέο μέλος της οικογένειας, ο κ. ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΑΜΠΑΤΖΟΓΛΟΥ, ανέλαβε από το 2008 τη διοίκηση της εταιρείας και, ως νέος επιχειρηματίας με φρέσκιες ιδέες, μας μιλά για την αγορά του παραφαρμάκου στο φαρμακείο και τις προοπτικές της.

PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ:

Πώς σχολιάζετε την παρούσα κατάσταση στο ελληνικό φαρμακείο;

ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΑΜΠΑΤΖΟΓΛΟΥ Αναμφισβήτητα, η γενικότερη οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας την τελευταία διετία έχει χτυπήσει την πόρτα και του ελληνικού φαρμακείου. Δεν είναι μόνο η περιορισμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, που επιβάλλει πλέον να αγοράζουν συνήθως μόνο τα απολύτως απαραίτητα, αλλά υπάρχουν και αρκετά ιδιαίτερα μέτωπα που καλείται ο Έλληνας φαρμακοποιός να αντιμετωπίσει στο επάγγελμά του. Για παράδειγμα, η σημαντική συμπίεση του περιθωρίου κέρδους των φαρμάκων, όπως και η καθυστέρηση είσπραξης των οφειλών των ασφαλιστικών ταμείων, στερούν σε πολύ μεγάλο βαθμό την απόλυτη κινητήρια δύναμη λειτουργίας του φαρμακείου, όπως άλλωστε και κάθε άλλης επιχείρησης, τη ρευστότητα. Ως εκ τούτου, το διακύβευμα σήμερα για τα περισσότερα φαρμακεία δεν είναι η διατήρηση της κερδοφορίας τους, αλλά η ίδια τους η επιβίωση. Βέβαια, η κρίση έχει πάντα δύο όψεις. Και, όπως συμβαίνει πάντα, μία τέτοια κατάσταση «έκτακτης ανάγκης» δεν εγκυμονεί μόνο κινδύνους, αλλά συνεπάγεται και σημαντικές ευκαιρίες.

P.M. & E. Ποιοί οι κίνδυνοι και ποιές οι ευκαιρίες, κατά τη γνώμη σας, για τους φαρμακοποιούς;

X.A. Όπως ήδη ανέφερα, οι περισσότεροι φαρμακοποιοί σήμερα βρίσκονται μπροστά σε ένα κρίσιμο σταυροδρόμι για την επιβίωσή τους. Η αξία του κυριότερου προϊόντος που εμπορεύονταν για δεκαετίες, του φαρμάκου, αρχίζει να φθίνει. Δε φθίνουν όμως και οι ανάγκες των πολιτών για την υγεία τους! Για κάποιον λοιπόν που ενδιαφέρεται ουσιαστικά για το μέλλον της επιχείρησής του, αυτή η νέα πραγματικότητα υπαγορεύει ότι κάτι πρέπει να αλλάξει, να γίνει διαφορετικά, να προστεθεί στο υπάρχον μείγμα δραστηριοτήτων. Αυτό το «κάτι» είναι η στροφή στο παραφάρμακο, σε προϊόντα αυτοθεραπείας (ΜΗΣΥΦΑ) και κυρίως σε υπηρεσίες προς τον πελάτη - ασθενή. Όσο όμως και αν η «συνταγή» φαίνεται απλή, η στροφή αυτή δεν μπορεί να είναι ούτε ξαφνική, ούτε άτακτη και χωρίς σχεδιασμό και προετοιμασία. Είναι ουσιαστικά μία επένδυση που προϋποθέτει μεράκι, διάθεση, χρόνο για συνεχή ανανέωση και εμπλουτισμό των γνώσεων και, φυσικά, χώρο εντός του καταστήματος. Και όπως κάθε σωστή επένδυση, αποδίδει καρπούς σε βάθος χρόνου και όχι άμεσα.

P.M. & E. Ιδιαίτερα στην κατηγορία παραφάρμακο, ποιές πιστεύετε ότι είναι οι τάσεις;

X.A. Ας είμαστε απολύτως ειλικρινείς. Η διαφοροποίηση μεταξύ των φαρμακείων στην κατηγορία «φάρμακο» είναι μηδαμινή, γι' αυτό και η προτίμηση που δεί-

χνει ο καταναλωτής προς ένα φαρμακείο δε σχετίζεται με το εάν διαθέτει φθηνότερο, καλύτερο ή ωραιότερο φάρμακο. Τα στοιχεία που πραγματικά ξεχωρίζουν το ένα φαρμακείο από το άλλο, είναι το εύρος, η ποικιλία δηλαδή των παραφαρμακευτικών προϊόντων, η ελκυστική προβολή τους, καθώς και η συνολική ποιότητα εξυπηρέτησης του προσωπικού. Όσο κι αν κάποιος επαγγελματίας υγείας αρνούνται πεισματικά να δουν την επιχείρησή τους ως κατάσταση λιανικής, το φαρμακείο είναι ένα κατάσταση όπου οι καταναλωτές αναζητούν ολοκληρωμένες συμβουλές και λύσεις για ζητήματα υγείας και ευεξίας. Αναζητούν, δηλαδή, αυτό που οι ειδικοί της αγοράς ονομάζουν «εμπειρία επίσκεψης». Είναι καιρός οι φαρμακοποιοί να συνδυάσουν το αναμφισβήτητο επιστημονικό κύρος τους με δεξιότητες που σε άλλους κλάδους λιανικής θεωρούνται δεδομένοι και παγιωμένοι εδώ και δεκαετίες, όπως π.χ. η τεχνική των συμπληρωματικών πωλήσεων ("cross sales"), οι προβολές και γιατί όχι και οι προσφορές. Ιδιαίτερα στο τελευταίο, ο καταναλωτής του σήμερα είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος. Και σε αυτή την προσπάθεια θεωρώ ότι το παραφάρμακο μπορεί να παίξει καταλυτικό ρόλο. Για παράδειγμα, η φύση είναι γεμάτη από πολύτιμα φυτά και βότανα με ευεργετικές ιδιότητες στην υγεία μας. Ο τομέας της φυτοθεραπείας λοιπόν είναι μια ενδιαφέρουσα προοπτική. Αποτελεί μια κατηγορία μαζί με τα συμπληρώματα διατροφής και τα φυτικά καλλυντικά, με αυξανόμενη τάση εξέλιξης. Και πιστέψτε με, εάν ο φαρμακοποιός δικαιολογήσει επαρκώς στον καταναλωτή γιατί χρειάζεται να πάρει ένα προϊόν φυτοθεραπείας, αυτός ο τελευταίος είναι διατεθειμένος να πληρώσει και το σχετικό χρηματικό αντίτιμο για το καλύτερο όφελος στην υγεία του. Η υγεία δεν προσφέρεται για αμφιβολίες και πειράματα!

P.M. & E. Ποιά είναι η στρατηγική της εταιρείας σας μέσα σε αυτό το περιβάλλον αγοράς;

X.A. Προτιμούμε πάντα να βλέπουμε το ποτήρι μισογεμάτο παρά μισοάδειο. Ως εκ τούτου, για εμάς η δεδομένη οικονομική συγκυρία αποτελεί μία πρώτη τάξεως ευκαιρία για ανάπτυξη και ανάδειξη, παρά ένα πρόσχημα για περισυλλογή και συρρίκνωση. Εάν εξετάσετε διαχρονικά όλες τις περιπτώσεις επιχειρήσεων που έκλεισαν, στην Ελλάδα και παγκοσμίως, θα δείτε ότι όλες είχαν μία κοινή συνισταμένη, την έλλειψη ρευστότητας. Η σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα δείχνει ότι βασικό στοιχείο βιωσιμότητας μιας εταιρείας είναι η μεγάλη και σταθερή πελατειακή βάση. Και ο λόγος είναι φυσικά απλός. Η σταθερή πελατειακή βάση διασφαλίζει σταθερές ταμειακές ροές και πόρους. Αυτό ακριβώς προσπαθούμε να επιτύχουμε και εμείς. Στοχεύουμε στη διεύρυνση της πελατειακής βάσης μας. Αυτή τη στιγμή διατηρούμε απευθείας

εμπορική συνεργασία με μεγάλο πλήθος φαρμακείων σε όλη την Ελλάδα, αριθμός που βαίνει συνεχώς και με ραγδαίους ρυθμούς αυξανόμενος. Στοχεύουμε στους επιχειρηματίες φαρμακοποιούς που έχουν ανοικτούς ορίζοντες, τεντωμένες τις «κεραίες» τους στα κελύσματα της εποχής και ενδιαφέρονται να προάγουν το φαρμακείο τους. Σε αυτή την αγορά – στόχο εντάσσονται πολλοί φαρμακοποιοί που γνωρίζουν από πρώτο χέρι τις δυσκολίες του επαγγέλματος και δεν αναζητούν απλά προμηθευτές, αλλά αξιόπιστους στρατηγικούς συνεργάτες, όπως είμαστε εμείς.

P.M. & E. Ποιά πιστεύετε ότι είναι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της εταιρείας σας και των προϊόντων σας που προσελκύουν τους πελάτες σας;

X.A. Σαφέστατα το σπουδαιότερο ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα είναι η παρακαταθήκη 60 χρόνων παρουσίας στην αγορά, κατά τα οποία έχουμε δομήσει άριστες σχέσεις με ένα ευρύ δίκτυο φαρμακοποιών και συνεργατών. Η εταιρεία μας δεν είναι κομήτης που εμφανίστηκε εν μία νυκτί από το πουθενά. Η ιστορία μας στην αγορά είναι δεδομένη και γραμμένη με πολύ κόπο, μόχθο και αίσθηση καθήκοντος και υπευθυνότητας. Γι' αυτό εξάλλου και τυγχάνουμε της αποδοχής και του σεβασμού ενός σημαντικού ποσοστού των Ελλήνων φαρμακοποιών. Πέραν αυτού, έχουμε καθιερώσει μία δυναμική και ευέλικτη οργάνωση που μας επιτρέπει να πραγματοποιούμε σημαντικές οικονομίες κλίμακας. Υιοθετώντας νέες τεχνολογίες και πρακτικές, επιτυγχάνουμε την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας, πριν, κατά και μετά την πώληση. Για εμάς η πώληση δεν είναι μια απλή συναλλαγή, αλλά μια ολόκληρη διαδικασία που προϋποθέτει επαγγελματισμό, υπευθυνότητα και σεβασμό έναντι των συνεργατών μας σε όλα της τα στάδια. Τέλος, επενδύουμε συνεχώς στην έρευνα και ανάπτυξη. Εάν μελετήσετε το προϊοντικό μας χαρτοφυλάκιο από το 2008 και μετά, θα διαπιστώσετε ότι έχει ανανεωθεί άρδην. Στόχος μας είναι η σταθερή δημιουργία και διάθεση προϊόντων υψηλής ποιότητας και αποτελεσματικότητας, που αφενός ενισχύουν το κύρος και το επιστημονικό υπόβαθρο του φαρμακοποιού, και αφετέρου ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του σημερινού καταναλωτή. Και όλα αυτά βεβαίως σε ένα προσιτό κόστος, τηρώντας απαρέγκλιτα την ισορροπία μεταξύ τιμής και ποιότητας.

P.M. & E. Οι ιδιαίτερες εμπορικές προσφορές των προϊόντων σας και η εμπορική σας πολιτική στο φαρμακείο πιστεύετε ότι έχουν απόδοση και γιατί;

X.A. Επειδή ο μόνος αδιάψευστος κριτής είναι η ίδια η αγορά, η συναπτή παρουσία μας εδώ 60 χρόνια, δείχνει ότι τα φαρμακεία έχουν εκτιμήσει την εμπορική μας πολιτική και μας τιμούν με την προτίμησή

τους. Έχουμε δομήσει τις προσφορές μας στο πλαίσιο μιας συνεργασίας αμοιβαίου οφέλους, σεβόμενοι απολύτως τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των φαρμακοποιών. Είμαστε ειλικρινείς και πραγματοποιούμε ακριβώς όσα υποσχόμαστε (για να μην πω και ακόμα παραπάνω...) σε θέματα τιμών, εκπτώσεων, προσφορών και όρων πληρωμής. Επιπλέον, η πολιτική μας δεν είναι στατική, αλλά έχει δυναμικό χαρακτήρα. Παρακολουθούμε τις εξελίξεις και προσαρμόζομαστε στα εκάστοτε δεδομένα της αγοράς. Για παράδειγμα, η έλλειψη ρευστότητας που αντιμετωπίζει σήμερα μεγάλο μέρος των φαρμακείων, μας οδήγησε στην απόφαση να διευκολύνουμε τις αγορές των πελατών μας με την καθιέρωση μεγάλου χρονικού διακανονισμού, στοιχείο που επικοινωνήσαμε πολύ έντονα και κατά την πρόσφατη συμμετοχή μας ως χορηγοί στην «3η Ημερίδα Φαρμακοποιών», που έγινε με μεγάλη επιτυχία στις 22/1/2012. Όταν οι συνεργάτες σου σε στηρίζουν συστηματικά τόσα χρόνια, οφείλεις να το ανταποδώσεις και να σταθείς δίπλα τους σε μια δύσκολη στιγμή.

P.M. & E. Πώς ατενίζετε το μέλλον για την επιχείρησή σας;

X.A. Θέλουμε να οδηγήσουμε την εταιρεία στην κορυφή, με ήθος, συνέπεια και πιστή τήρηση της φιλοσοφίας μας, η οποία συνοψίζεται στο τρίπτυχο **Καινοτομία – Ποιότητα – Σεβασμός**. Όραμά μας είναι να ταυτίσουμε το όνομα της VITORGAN με **προϊόντα μιας καλύτερης ζωής**. Σύγχρονα, καινοτομικά προϊόντα υγείας και ομορφιάς, που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του καταναλωτή και δίνουν αξία στα χρήματά του. Με κληρονομιά τη μακρόχρονη παρουσία μας και όπλα τις συνεχείς επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, νέες τεχνολογίες και μοντέρνες πρακτικές, διαθέτουμε όλα τα εκέγγυα να καθιερωθούμε στην αγορά. Και θα τα καταφέρουμε! ■

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Χαράλαμπος Αμπατζόγλου σπούδασε Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Από μικρή ηλικία ασχολήθηκε με την οικογενειακή επιχείρηση παραφαρμακευτικών και καλλυντικών προϊόντων VITORGAN, έχοντας κληρονομήσει το μικρόβιο της σκληρής δουλειάς από τον πατέρα του Δημήτριο και το θείο του Σωτήριο Αμπατζόγλου. Στις αρχές του 2004, με την ολοκλήρωση των σπουδών του, ιδρύει την προσωπική του εταιρεία PharmaLead για την Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D) φυτικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Σήμερα είναι Πρόεδρος και Δ. Σύμβουλος της Vitorgan Mon. Ε.Π.Ε., καθώς οι δύο εταιρείες έχουν συγχωνευθεί.



NutraLead®

NATURAL PRODUCTS

Φυσική σειρά με βάση το ρόδι

- ✓ Προσφέρει πανίσχυρη αντιοξειδωτική δράση
- ✓ Ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα
- ✓ Προστατεύει την καρδιαγγειακή υγεία
- ✓ Καταπολεμά την χοληστερίνη
- ✓ Δρα ευεργετικά σε επιδερμίδα, μαλλιά και νύχια



20
ΑΝΑΒΡΑΖΟΝΤΑ
ΔΙΣΚΙΑ

ΑΝΑΒΡΑΖΟΝ ΡΟΔΙ + VILC

Αρ. Γνωστοποίησης Ε.Ο.Φ.: 42102 / 11.06.09



30
ΚΑΨΟΥΛΕΣ

ΚΑΨΟΥΛΑ ΡΟΔΙ + Q10 + VILC

Αρ. Γνωστοποίησης Ε.Ο.Φ.: 15603 / 01.03.11

15
ΦΑΚΕΛΑΚΙΑ



ΤΣΑΙ ΡΟΔΙ



ΣΥΚΕΥΑΔΙΑ
80gr.

ΚΑΡΑΜΕΛΑ ΡΟΔΙ

Με την τόλμη ενός νέου



Στη Νέα Πέραμο Αττικής, 36 χιλιόμετρα δυτικά της Αθήνας, το φαρμακείο του Γιώργου Χατζόπουλου αντιμάχεται καθημερινά τα συσσωρευμένα προβλήματα της κρίσης, που μαστίζουν το Ελληνικό Φαρμακείο, όχι μόνο με μια «έξυπνη» διαχείριση, αλλά κυρίως με μια ομάδα που δουλεύει με απόλυτη σύμπνοια για την εξυπηρέτηση των πελατών του, έχοντας σχέδια και όραμα για το μέλλον.



Tο φαρμακείο ιδρύθηκε πριν από δώδεκα χρόνια, το 2000, σε απόσταση 70 μέτρων από τη σημερινή του τοποθεσία, στην οδό 28ης Οκτωβρίου, τον πιο εμπορικό δρόμο της περιοχής, στην οποία και μεταφέρθηκε τον Μάιο του 2009. Το κτίριο είναι ιδιόκτητο και άνετο -σε δύο επίπεδα- και σχεδιάστηκε εξ' αρχής για τις ανάγκες της συγκεκριμένης επιχείρησης.

"Μπήκα στη Φαρμακευτική Σχολή τυχαία", μας λέει ο φαρμακοποιός, "και τελειώνοντας είχα πλέον προσανατολιστεί στο ν' ανοίξω φαρμακείο. Η οικογένειά μου δεν είχε καμία σχέση με τον επαγγελματικό αυτό χώρο, αλλά με βοήθησε με όλες της τις δυνάμεις, κυρίως τον πρώτο καιρό, τόσο ηθικά όσο και οικονομικά. Σημαντικό βήμα στην εξέλιξη του φαρμακείου μου στο επίπεδο που είναι σήμερα, υπήρξε η είσοδός μου στο δίκτυο φαρμακοποιών της Advance. Τα τμήματα του merchandising, marketing και μηχανοργάνωσης του δικτύου αυτού, διαδραμάτισαν καταλυτικό ρόλο στη μεταφορά στο νέο μας χώρο, που μαζί με τις συνεργάτιδες μου, όλες γυναίκες, ολοκληρώθηκε μόνο σε ένα Σαββατοκύριακο!"

Οι ιδιαιτερότητες της περιοχής

Στην περιοχή αυτή με 8.000 κατοίκους, υπάρχουν λίγοι γιατροί αναλογικά με τους κοντινούς δήμους και η πρόσβαση μερικές φορές σε ορισμένες ειδικότητες είναι προβληματική για αρκετούς ασφαλισμένους. Στο φαρμακείο εξυπηρετούνται αρκετοί συνταξιούχοι αλλά και νέοι άνθρωποι που δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τη φυτοθεραπεία, τα συμπληρώματα και την εναλλακτική ιατρική, τομείς που αποτελούν στρατηγικό στόχο για την ανάπτυξη των πωλήσεων της επιχείρησης.

"Τα στατιστικά που επεξεργαζόμαστε μαζί με την Advance δείχνουν ότι οι νέοι γονείς αυξήθηκαν στην περιοχή μετά το 2004, καθώς η ποιότητα ζωής βελτιώθηκε σε σχέση με τα μεγάλα αστικά κέντρα. Ένα σημαντικό τμήμα του τζιρού μας έρχεται και από νεοσύλλεκτους στο ΚΕ.ΕΔ και τους στρατιωτικούς που υπηρετούν στα τρία στρατόπεδα που βρίσκονται κοντά μας. Με προσωπική φροντίδα και αγάπη εξυπηρετούνται και οι φίλοι μου ποδηλάτες, αφού διαθέτουμε ειδικό τμήμα με προϊόντα διατροφής για αθλήματα αντοχής". Το καλοκαίρι, καθώς το φαρμακείο βρίσκεται πάνω στην Παλιά Εθνική οδό Αθηνών – Κορίνθου, εξυπηρετεί αρκετούς κατοίκους του λεκανοπεδίου, που παραθερίζουν ή είναι περαστικοί για το εξοχικό τους ή το μπάνιο τους.



Φως στο χώρο από παντού

Ο χώρος του φαρμακοπωλείου, ψηλοτάβανος και με φυσικό φωτισμό από τις τζαμαρίες, δίνει την αίσθηση του αίθριου και δημιουργεί στον επισκέπτη ένα ευχάριστο και χαλαρωτικό περιβάλλον, καθώς τα εικαστικά στις μετώπες των ραφιών, η διαφάνεια του καταστήματος, τα φυτά από έξω και κυρίως το άπλετο φως, κάνουν ευχάριστη την παραμονή του εδώ.

“Στο σχεδιασμό του φαρμακείου μας, το κύριο αίτημά μου από την αρχιτεκτονική μελέτη που έγινε από την Mobil M, ήταν να υπάρχει φυσικός φωτισμός κατά τη διάρκεια της ημέρας, με ελάχιστη χρήση φωτιστικών σωμάτων, τόσο στο φαρμακοπωλείο, το γραφείο και το εργαστήριό μας, όσο και στο υπόγειο. Αυτό το πετύχαμε όχι μόνο χρησιμοποιώντας μεγάλες επιφάνειες υαλοπινάκων που καλωσορίζουν το φως από το εξωτερικό περιβάλλον όλη τη διάρκεια της ημέρας, αλλά παράλληλα με το συνδυασμό με ένα σύστημα κεντρικής διαχείρισης όλων των ηλεκτρικών εγκαταστάσεων (INSTABUS), με ενεργειακό όφελος για το περιβάλλον και το κτίριο. Η κατηγοριοποίηση και το merchandising των προϊόντων στο χώρο πώλησης οργανώθηκε και «στήθηκε» αρχικά από την Advance και εξελίχθηκε από τις συνεργάτιδες μου, ανάλογα με τις περιόδους του χρόνου, τις προσφορές και τα events που διοργανώνουμε.

Θεωρώ πολύ σημαντική τη σωστή χρήση των βοηθητικών χώρων του back office, για την ομαλή λειτουργία του φαρμακείου. Με τη βοήθεια του αρχιτέκτονα σχεδιάσαμε με τέτοιο τρόπο όλους τους χώρους, ώστε τα άτομα να μπορούν να δουλεύουν άνετα και ευχάριστα στα τμήματα πωλήσεων, παραλαβών, εργαστηρίου και αποθήκης, χωρίς να επηρεάζουν το ένα το άλλο και ο κάθε υπάλληλος να είναι απερίσπαστος στο έργο του, ακολουθώντας συγκεκριμένο πρωτόκολλο εργασίας”.

Μια ομάδα με σύμπνοια

“Θεωρώ ότι η οργάνωση της ομάδας και γενικότερα τα θέματα διαχείρισης προσωπικού, ήταν και παραμένουν ένα από τα πιο δύσκολα στοιχεία στη διεύθυνση του φαρμακείου, όπως και κάθε επιχείρησης. Δεν αρκεί μόνο η ικανότητα στη δουλειά ενός υπαλλήλου, αλλά και η ικανότητα προσαρμογής του στην ομαδική εργασία και στη συμβίωση με διαφορετικούς χαρακτήρες! Μετά από 12 χρόνια στον πάγκο και με τη βοήθεια της Advance στην κινητοποίηση του προσωπικού, φτιάξαμε μια δυνατή και δεμένη ομάδα, καλλιεργώντας συνεχώς το ομαδικό πνεύμα και τη σύμπνοια των ατόμων στη δουλειά.

Έχω μαζί μου στην ομάδα μας τέσσερις γυναίκες. Η κυρία Φωτεινή Μιχαλοπούλου είναι υπεύθυνη για τον έλεγχο και την κατάθεση των συνταγών, τις παραγγελίες φαρμάκων σε φαρμακαποθήκες και εταιρίες, καθώς και την επικοινωνία μέσω Διαδικτύου. Η αδελφή μου, η κύρια Μαρία Χατζοπούλου, είναι υπεύθυνη του τμήματος καλλυντικών, αλλά και όλων των παραφαρμακευτικών προϊόντων. Ιδιαίτερη της αγάπη, η φυτοθεραπεία και γενικά οι εναλλακτικές θεραπείες, όπου έχει κάνει και ειδικά σεμινάρια, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Για όλους αυτούς τους τομείς ευθύνης της, ασχολείται όχι μόνο με πωλήσεις και συμβουλές προς τους πελάτες, αλλά και με τις επιμέρους παραγγελίες και



την προβολή τους στο χώρο. Παράλληλα ασχολείται και στο εργαστήριο, για την παρασκευή γαλήνινων σκευασμάτων.

Η κυρία Μαριάννα Καρφάκη έχει την ευθύνη της υποδοχής των πελατών, της τιμολόγησης, της αποθήκης, καθώς και των ΟΤΣ.

Τέλος, η κυρία Ρωξάνη Σπίντελ είναι η αισθητικός του φαρμακείου και υπεύθυνη συμβουλής σε θέματα ομορφιάς.

Εγώ φυσικά έχω την ευθύνη της εκτέλεσης των συνταγών στον πάγκο και κυρίως της παροχής συμβουλών υγείας στον πελάτη.

Για να διευκολυνθεί το έργο μου και να κερδίσω χρόνο επαφής και δημιουργίας σχέσεων εμπιστοσύνης με τον πελάτη, υπάρχει πάντα δίπλα μου μια συνεργάτης μου, που με βοηθά φέρνοντας τα φάρμακα από τη συρταριέρα, συμπληρώνοντας τα κουπόνια στη συνταγή και σημειώνοντας τις οδηγίες στα κουτιά.

Είναι μια αποδοτική οργάνωση εργασίας, που μου επιτρέπει να ασχοληθώ περισσότερο με τον πελάτη μου, ν' ανοίξω συζήτηση, να διερευνήσω τις ανάγκες του, να δω πώς πάει με την αγωγή του, αν είναι χρόνιος ασθενής, και γιατί όχι, να του προτείνω και κάτι συμπληρωματικό για μεγαλύτερο όφελος στην υγεία του. Λόγω μάλιστα έλλειψης πολλών γιατρών στην περιοχή, εμείς τα φαρμακεία εδώ δεχόμαστε πολλά περιστατικά με ήπια προβλήματα υγείας, στα οποία απαιτείται η παροχή των συμβουλών μας.

Η κύρια επικοινωνία με τις συνεργάτιδες μου γίνεται με συναντήσεις εργασίας που ορίζονται σχεδόν κάθε πενήντα μέρες, μαζί με τον σύμβουλο της Advance. Όταν όμως εντοπίζουμε κάποιο πρόβλημα, φυσικά θα κάνουμε και μια έκτακτη συνάντηση μεταξύ μας.

Το θετικό στις συναντήσεις αυτές είναι ότι ξεκαθαρίζονται οι στόχοι και οι ρόλοι του κάθε συνεργάτη. Παράλληλα εκδηλώνονται ανησυχίες και παρατηρήσεις από μέρους του, καθεμία ξεχωριστά και τελικά παίρνονται οι αποφάσεις για δράση.

Η διαδικασία βέβαια αυτή εξελίσσεται με το χρόνο και πλέον εντοπίζουμε τα θέματα πιο γρήγορα, καθώς έχουμε όλοι εξοικειωθεί με αυτό τον τύπο επικοινωνίας. Από την πλευρά μου συνειδητοποιώ ότι πρέπει να είμαι πάντα υπέρ-αναλυτικός σε μια περιγραφή και στο σχεδιασμό μιας ενέργειας με συγκεκριμένο στόχο, προκειμένου το προσωπικό να καταλάβει και τη σύλληψη της ιδέας, αλλά και το όραμα, ώστε να υπάρξει επιτυχής υλοποίηση.

Τρανό παράδειγμα είναι η επιτυχία της σειράς THAT'S BETTER, σχεδιασμένης για τα μέλη του δικτύου μας και η αποδοχή της από τους πελάτες του φαρμακείου μας.

Η αξιολόγηση του προσωπικού γίνεται πρώτα με βάση την ποιότητα εξυπηρέτησης και της συμβουλής



προς τον πελάτη, και σε δεύτερη φάση με τη σύγκριση αποτελεσμάτων στις πωλήσεις. Έχω βέβαια στα άμεσα σχέδιά μου την εφαρμογή της ατομικής συνάντησης αξιολόγησης του καθένα, που πιστεύω ότι θα δώσει μεγαλύτερα κίνητρα στο προσωπικό και θα κάνει πιο συγκεκριμένα τα πεδία προς βελτίωση του καθένα ξεχωριστά, χωρίς να παραβλέψω φυσικά και τη δική μου αυτοκριτική!

Όσο για την εκπαίδευση, φροντίζουμε να μη χάνουμε σεμινάρια εκπαίδευσης που γίνονται για τα μέλη του δικτύου μας, αλλά και από εταιρίες με τις οποίες συνεργαζόμαστε. Μερικά σεμινάρια όμως γίνονται και στην έδρα μας, με εβδομαδιαία courses από εξωτερικό συνεργάτη με extra αμοιβή και με μεγάλη θεματολογία, ενώ παράλληλα γίνεται και "on site" υποστήριξη πωλήσεων και συμβουλής".

Τα οικονομικά σε λεπτές ισορροπίες

"Στους δύσκολους καιρούς που περνάμε, στην οικονομική διαχείριση το πλάνο έχει φυσικά αλλάξει, με μια όμως εξαίρεση: δεν έχω ακόμα σκεφθεί αν θα πρέπει να προχωρήσω σε μειώσεις μισθών, παρά το στραγγάλισμα που δέχεται η φαρμακευτική αγορά - και το φαρμακείο μου δεν αποτελεί εξαίρεση. Βλέπω όμως και αναγνωρίζω την προσπάθεια και το φιλότιμο των στελεχών του φαρμακείου, να στηρίξουν το κομμάτι που τους αναλογεί και να ενισχύσουν τη συμπληρωματική πώληση.

Η προσπάθεια είχε θετικό αποτέλεσμα και το 2011, που ήταν μια δύσκολη χρονιά όταν άρχισαν τα σκληρά μέτρα στο φάρμακο, κλείσαμε με θετικό πρόσημο. Το 2012 όμως διαφαίνεται πιο δύσκολο και θα πρέπει η δράση μας να ενταθεί. Η ρευστότητά μας είναι σε δύσκολη τροχιά, όπως και πολλών φαρμακείων στην

Ελλάδα, με τις φαρμακαποθήκες να μειώνουν τις πωτήσεις, την απουσία εκπώσεων και τις ελλείψεις σε φάρμακα. Έτσι αναγκάζομαστε να παραγγέλνουμε κατευθείαν στις εταιρίες και να εξοφλούμε μετρητά. Και όλα αυτά για την εξυπηρέτηση των πελατών μας.

Αν μέσα σε όλα συνυπολογίσουμε και τις καθυστερήσεις των ταμείων, το πρόσημο της ρευστότητας είναι αρνητικό και χρειάζεται αναχρηματοδότηση από τα κέρδη του φαρμακείου προηγούμενων ετών και φυσικά μια σημαντική συρρίκνωση των προσωπικών

μου εσόδων για τη συντήρηση της οικογένειάς μου. Χρησιμοποιώντας τα στατιστικά των πωλήσεων από τη μηχανοργάνωση, έχουμε περιορίσει τις αγορές και το στοκ σε ένα μίνιμουμ. Εκπροσωπούνται βέβαια όλες οι εταιρίες με τις οποίες έχουμε χρόνια συνεργασία, αλλά φροντίζουμε να προωθούμε ιδιαίτερα τα προϊόντα ελληνικών εταιριών για να βοηθήσουμε την ελληνική οικονομία, αλλά και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας του δικτύου μας. Μάλιστα αναφέρω ότι αυτή την εποχή έχουμε δημιουργήσει σε μια γόνδολα μια προβολή με μόνο ελληνικά προϊόντα! Εξάλλου ο κόσμος ανταποκρίνεται στις προτάσεις μας, ως αποτέλεσμα της ελκρινούς σχέσης επικοινωνίας και συμβουλής που έχουμε αναπτύξει μαζί τους”.

Υπηρεσίες υγείας ποιότητας

“Τα τελευταία δύο χρόνια χρησιμοποιούμε μια υπηρεσία SMS για να ενημερώνουμε τους πελάτες μας για τις τρέχουσες προσφορές και τα events, με πολύ μεγάλη ανταπόκριση και επιτυχία. Επίσης, η κάρτα πελάτη “card” advantage” του δικτύου, με τις προσφορές και τα δώρα κάθε περιόδου, αποτελεί ένα από τα πιο δυνατά εργαλεία, τόσο στην αύξηση των τεμαχίων ανά πελάτη, όσο και στη δυνατότητα επεξεργασίας του ποιοτικού μίγματος των κατηγοριών - προϊόντων. Παράλληλα, μας δίνει στοιχεία να κατανοήσουμε την αγοραστική συμπεριφορά των πελατών μας. Επίσης, σε κάθε αγορά παραφαρμάκου φροντίζουμε να δίνουμε το σωστό δείγμα που καλύπτει τις ανάγκες του πελάτη, αλλά και να ενημερώνουμε για νέα προϊόντα. Αλλά δε θα σταματήσω εδώ. Έχω βάλει ως στόχο τη διοργάνωση στο άμεσο μέλλον, επιμορφωτικών συναντήσεων με ειδικούς επιστήμονες υγείας και πελατών μας που πάσχουν από χρόνιες ασθένειες. Λόγου χάριν, τη διοργάνωση μιας συνάντησης πελατών μας που είναι διαβητικοί, με διακεκριμένους διαβητολόγους.

Σκοπεύω ν’ αναζητήσω σύντομα συστήματα CRM, για να μπορώ όχι μόνο να χειρίζομαι καλύτερα το ιστορικό πελατών μου, αλλά να μπορώ ν’ ανιχνεύω αλληλεπιδράσεις φαρμάκων και να δίνω ιδιαίτερη βαρύτητα στη συμμόρφωση χρόνιων ασθενών στη θεραπεία τους. Αυτές πιστεύω είναι υπηρεσίες υγείας ποιότητας. Νομίζω ότι το δυνατό σημείο της επιτυχίας του φαρμακείου μας μέχρι τώρα είναι ότι κοιτάζουμε τον πελάτη στα μάτια και ακούμε προσεκτικά τις ανάγκες του. Προσπαθούμε να καταλάβουμε με υπομονή και σεβασμό το πρόβλημά του και προτείνουμε, συμβουλεύουμε με ειλικρινή πρόθεση την κατάλληλη λύση.

Η συμβουλή μας βέβαια για να έχει ενδιαφέρον και να είναι ξεχωριστή, πρέπει να είναι τεκμηριωμένη, κατανοητή και να αποσκοπεί στη βελτίωση υγείας του πελάτη. Για αυτό το λόγο, είναι απαραίτητη η συνεχής ενημέρωση και επιμόρφωση όλων μας”.

Καλή η αντίδραση, αλλά η δράση ακόμη καλύτερη

“Νομίζω ότι σαν κλάδος το κοινωνικό πρόσωπο που δείξαμε στους ασφαλισμένους ήταν το ίδιο που δείξαμε και προς τα ασφαλιστικά τους ταμεία, με αποτέλεσμα οι αρμόδιες υπηρεσίες τους να εκμεταλλευτούν την ευαισθησία μας και να μεγαλώσουν οι καθυστερήσεις των πληρωμών μας.

Τα αποτελέσματα τα γνωρίζουμε, παρόλο τις έντονες αντιδράσεις μας και τις κινήσεις των εκπροσώπων του κλάδου μας.

Καλή η αντίδραση, αλλά η δράση καλύτερη!

Για να μειώσουμε τη ζημία από τη μειωμένη ρευστότητα θα πρέπει να διατηρήσουμε ψηλά την επισκεψιμότητα του φαρμακείου, με προσφορές και events, να αυξήσουμε την ταχύτητα κίνησης των προϊόντων, μειώνοντας το ποσοστό κέρδους μας και να ενισχύσουμε τη συμπληρωματική πώληση. Βελτιώσεις πρέπει να γίνουν στο πεδίο της εκπαίδευσης και των συνδυασμών συμπληρωματικής πώλησης.

Η επιχειρησή μου θα ήθελα να εξελιχθεί με μικρότερη επισφάλεια από τα ασφαλιστικά ταμεία και με ισχυρή συμβουλή και πώληση στη φυτοθεραπεία και την αθλητική διατροφή, τομείς που τους γνωρίζουμε καλά στο φαρμακείο μας και παράλληλα αποδεδειγμένα έχουν ανοδική τάση.

“Όραμά μου είναι να δημιουργήσω έναν ξεχωριστό χώρο, ίσως και με ενδεχόμενη επέκταση του φαρμακείου, για τις εναλλακτικές αγωγές, όπου η συμβουλή και οι προτεινόμενες λύσεις θα ήταν αποκλειστικά στα συμπληρώματα διατροφής, στη φυτοθεραπεία, στα βιολογικά και ενεργά τρόφιμα και σε προσωπικά καλλυντικά δικού μας εργαστηρίου.

Σε ατομικό επίπεδο θα προσπαθήσω να ανταποκριθώ αξία στο νέο ρόλο της ζωής μου, αυτόν του πατέρα, που πρόσφατα ανέλαβα γιατί η οικογένειά μου είναι πάνω απ’ όλα»! ■

Γυρίστε σελίδα

Το φαρμακείο του μέλλοντος είναι εδώ!

Η **ADVANCE Pharmacies** παρέχει σύγχρονες επιχειρηματικές λύσεις επιτυγχάνοντας για τα **φαρμακεία – μέλη της:**

- βελτιστοποίηση ρευστότητας
- υψηλή κερδοφορία
- διαφοροποίηση
- αναγνωρισιμότητα
- πιστότητα πελάτη
- αύξηση εισόδου πελατών*
- κάλυψη αναγκών σύγχρονου καταναλωτικού προφίλ

*επίτευξης αύξησης εισόδου πελατών κατά 15,8% την τελευταία τριετία.



ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ 140 ΦΑΡΜΑΚΕΙΩΝ

Αλ. Παναγούλη 8 & Γούρδωνος, Ν. Ιωνία 14231, τηλ: 210 2711840, e-mail: info@advancepharmacies.gr, web: www.advancepharmacies.gr

Τα αντηλιακά προϊόντα, μια αγορά με δυναμική

♦ Από την **κα. ΔΡΑΓΑΝΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ**, Χημικό, MSc, R&D Manager της Arivita



Χρήσιμες πληροφορίες που πρέπει να γνωρίζουμε για την αποτελεσματικότητά τους βάσει των συστάσεων της Ε.Ε., ώστε η συμβουλή μας να είναι πιο σαφής και κατάλληλη για τον κάθε πελάτη μας, καθώς και οι νέες τάσεις της τεχνολογίας τους.

Η αγορά των αντηλιακών προϊόντων αποτελεί μια από τις παγκοσμίως ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές. Από το 2005, έχει σημειώσει παγκόσμια αύξηση πωλήσεων κατά 50%. Συγκεκριμένα, στην Ευρώπη, το 2010 σε σχέση με το 2009, σημείωσε αύξηση 7,4% σε πωλήσεις και 31% σε λανσαρίσματα νέων προϊόντων. Στο ελληνικό φαρμακείο για το 2011, τα αντηλιακά κατείχαν το 10% του τζίρου των καλλυντικών προϊόντων (περίπου 23.000.000 €) και η ανάπτυξή τους σε σχέση με το 2010 άγγιξε το +8%.

Η αύξηση αυτή αποτελεί συνέπεια της μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης του καταναλωτικού κοινού, μετά από κατάλληλες καμπάνιες των εταιρειών παραγωγών καλλυντικών, τις συστάσεις των δερματολόγων και φαρμακοποιών, καθώς και από τη δημοσίευση το Σεπτέμβριο του 2006, της σύστασης της Ευρωπαϊκής Ένωσης [E(2006) 4089] σχετικά με την αποτελεσματικότητα των αντηλιακών προϊόντων και των σχετικών ισχυρισμών.

Η σύσταση μεταξύ άλλων αναφέρει ότι τα αντηλιακά προϊόντα πρέπει να προστατεύουν τόσο από την ακτινοβολία UVB όσο και από τη UVA. Έχει γίνει πλέον κατανοητό σε όλους, μέσω επιστημονικών δεδομένων, ότι η UVA ακτινοβολία είναι εξίσου επικίνδυνη με τη UVB. Συμβάλλει κατά 80% στην πρόωγη γήρανση του δέρματος, ενισχύει τον κίνδυνο εκδήλωσης καρκίνου του δέρματος και επηρεάζει το ανοσοποιητικό σύστημα του οργανισμού.

Η προστασία από τη UVB ακτινοβολία μετρείται με το δείκτη ηλιακής προστασίας (Sun Protection Factor, SPF) και αποτελεί την ελάχιστη δόση ακτινοβολίας που προκαλεί ερύθημα σε δέρμα που προστατεύεται από αντηλιακό προϊόν, προς την ελάχιστη δόση που προκαλεί ερύθημα στο ίδιο δέρμα χωρίς προστασία. Η νέα ευρωπαϊκή σύσταση αφορά τη μέτρηση της UVA ακτινοβολίας, η οποία πρέπει να βρίσκεται ίση με το 1/3 του δείκτη ηλιακής προστασίας UVB (SPF). Εφόσον καλύπτεται η απαίτηση αυτή, τα καλλυντικά προϊόντα μπορούν να φέρουν στην επισήμανσή τους τη διάκριση UVA, περιγεγραμμένη από έναν κύκλο. Δεν αναγράφεται δηλαδή συγκεκριμένος αριθμός προστασίας, αλλά μόνο ο κύκλος που υποδεικνύει ότι το συγκεκριμένο αντηλιακό προστατεύει επαρκώς από τη UVA ακτινοβολία.

Μέθοδος μέτρησης προστασίας UVA

Ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος των Καλλυντικών (πρώην COLIPA, με νέο όνομα Cosmetics Europe – The Personal Care Association από 23/1/2012), έχει ορίσει ακριβώς την in-vitro μέθοδο για τον υπολογισμό της UVA προστασίας. Η άλλη αποδεκτή από την επιστημονική κοινότητα μέτρηση της προστασίας από τη UVA ακτινοβολία είναι η μέθοδος της εμμένουσας μελάχρωσης (Persistent pigment darkening method «PPD»). Αποτελεί in-vivo μέθοδο παρόμοια με αυτή της μεθόδου μέτρησης του SPF. Αντί για την ανάπτυξη ερυθρήματος, αξιολογείται η μόνιμη μελάχρωση του δέρματος (χωρίς ερύθημα), σε σχέση με την έκθεση χωρίς την προστασία με το αντηλιακό προϊόν.

Εκτός της σύστασης για τη μέτρηση της προστασίας από τη UVA ακτινοβολία, η Ε.Ε. υπαγορεύει αυστηρότερους κανόνες για την αναγραφή των ισχυρισμών, των προφυλάξεων και των οδηγιών χρήσης των αντηλιακών προϊόντων.

Έτσι, δε γίνονται πλέον αποδεκτοί ισχυρισμοί που παραπέμπουν σε μη επανεπάληψη του προϊόντος, όπως «πρόληψη που διαρκεί όλη την ημέρα» ή σε 100% προστασία από τη UV ακτινοβολία όπως «sunblock» ή «απόλυτη προστασία». Ορίζει ότι η αποτελεσματικότητα των αντηλιακών προϊόντων πρέπει να αναγράφεται στην ετικέτα, με αναφορά στις κατηγορίες «χαμηλή», «μεσαία», «υψηλή» και «πολύ υψηλή» και η κάθε κατηγορία ισοδυναμεί σε συγκεκριμένους βαθμούς προστασίας από τη UVA και UVB ακτινοβολία. Παράλληλα μειώνει τους ποικίλους αριθμούς που χρησιμοποιούνται στις ετικέτες για τη δήλωση των δεικτών ηλιακής προστασίας (SPF) στους 6, 10, 15, 20, 25, 30 50 και 50+, ώστε να διευκολύνεται η σύγκριση μεταξύ διαφορετικών προϊόντων, χωρίς να περιορίζεται η επιλογή των καταναλωτών.

Τα αντηλιακά προϊόντα οφείλουν να φέρουν προειδοποιήσεις πάνω ή μέσα στη συσκευασία τους, που να δηλώνουν ότι δεν παρέχουν προστασία 100% και να παρέχουν συμβουλές σχετικά με μέτρα προφύλαξης που πρέπει να λαμβάνονται πέρα από τη χρήση τους, όπως: «Μην εκτίθεστε για πολύ ώρα στον ήλιο, ακόμα και αν χρησιμοποιείτε αντηλιακό», «Τα βρέφη και τα μικρά παιδιά δεν πρέπει να εκτίθενται καθόλου στο άμεσο ηλιακό φως», «Η υπερβολική έκθεση στον ήλιο αποτελεί σοβαρή απειλή για την υγεία».

Η αλήθεια των ισχυρισμών που διατυπώνονται σχετικά με την αποτελεσματικότητα των προϊόντων πρέπει να διασφαλίζεται με οδηγίες χρήσης για την επαρκή ποσότητα επάλειψης, καθώς και εκφράσεις όπως:

«Χρησιμοποιείτε αντηλιακό πριν από κάθε έκθεση στον ήλιο», «Επανάλαβτε τη χρήση συχνά, για να διατηρείτε την προστασία, ιδιαίτερα μετά από εφίδρωση, κολύμπι ή σκούπισμα με πετσέτα».

Τέλος, η Ε.Ε. συστήνει σε εθνικούς φορείς, οργανισμούς και παραγωγούς αντηλιακών προϊόντων, την εκπαίδευση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τους κινδύνους που συνεπάγεται η υπερβολική έκθεση στην ακτινοβολία UV, καθώς και σχετικά με την κατηγορία αντηλιακού προϊόντος που απαιτείται για συγκεκριμένο βαθμό ηλιακής έκθεσης και συγκεκριμένο τύπο δέρματος.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι καταναλωτές, καθώς ενημερώνονται όλο και περισσότερο για τις επιβλαβείς συνέπειες από την έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία, αναζητούν προϊόντα με υψηλότερους δείκτες προστασίας (SPF). Ενδεικτικό αυτής της τάσης είναι ότι για το 2010, τα προϊόντα με δείκτη προστασίας SPF 50+ έφτασαν να κατέχουν το 20% της συνολικής αγοράς, ενώ τα προϊόντα με δείκτες μεταξύ 6 και 15 κατέληξαν να διεκδικούν το μικρότερο πλέον μερίδιο. Έτσι συνεχίζεται η κούρσα των υψηλών δεικτών προστασίας. Εκείνο που τονίζουν όμως οι ειδικοί είναι η ποσότητα χρήσης και ο χρόνος ανανέωσης. Έτσι, όποιος και να είναι ο δείκτης προστασίας, το αντηλιακό πρέπει να εφαρμόζεται στην ενδεδειγμένη από τις οδηγίες χρήσης ποσότητα και η εφαρμογή του να ανανεώνεται μετά από 1,5-2 ώρες έκθεσης στον ήλιο.

Στο φαρμακείο, τα προϊόντα για μετά τον ήλιο και αυτά που μαυρίζουν χωρίς ήλιο (autobronzants) διατηρούν χαμηλό μερίδιο. Αν και παραδοσιακά το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς αυτής καλύπτονταν από συνταγογραφούμενα προϊόντα, σύγχρονα στοιχεία πωλήσεων δείχνουν ότι οι φυσικές μάρκες αρχίζουν να κερδίζουν έδαφος σε αυτή την κατηγορία. Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια, όπως και για όλα τα καταναλωτικά προϊόντα, οι καταναλωτές τείνουν να επιλέγουν "πράσινα προϊόντα", πεπεισμένοι για τα επιπλέον οφέλη στην υγεία τους και τις μειωμένες επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αναζητούν όλο και περισσότερο προϊόντα με φυσική πιστοποίηση (ανάπτυξη +67% στο ελληνικό φαρμακείο για το 2011). Ενισχύεται λοιπόν η χρήση φυσικών (ανόργανων ή αλλιώς ορυκτών) αντηλιακών φίλτρων στα αντηλιακά προϊόντα, ειδικά σε αυτά που απευθύνονται σε βρέφη και παιδιά.

Νέες μοντέρνες υφές

Παρά τη νέα απαίτηση για υψηλούς δείκτες προστασίας, άρα κατ' επέκταση υψηλότερη προστασία από την ηλιακή ακτινοβολία, οι καταναλωτές δεν είναι διατεθειμένοι να κάνουν συμβιβασμούς. Απαιτούν την ίδια

ευκολία στη χρήση και την ίδια ευχάριστη αίσθηση του δέρματος μετά τη χρήση. Τα αντηλιακά προϊόντα πρέπει να απλώνονται εύκολα στο δέρμα και να έχουν ελαφριά, μη λιπαρή υφή. Ακόμη και στο φαρμακείο, όπου η προστασία από τη UV ακτινοβολία παραμένει η Νο 1 ανάγκη του καταναλωτή, οι αισθητικά αποδεκτές γαληνικές μορφές κερδίζουν έδαφος. Αυτή η τάση ξεκίνησε τα τελευταία 5-6 χρόνια και εντείνεται.

Η υφή του προϊόντος εξαρτάται κατά πολύ από τα αντηλιακά φίλτρα που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη των επιθυμητών τιμών για προστασία από UVA και UVB. Η απόδοση, ειδικά για τους υψηλούς δείκτες, μιας υφής αποδεκτής από τους καταναλωτές, αποτελεί στόχο στρατηγικής σημασίας για τους παραγωγούς των αντηλιακών προϊόντων και αποτελεί ένα σημείο διαφοροποίησης. Οι συνδυασμοί φίλτρων που παρέχουν σταθερή προστασία, με χρήση όσο το δυνατόν χαμηλότερου ποσοστού αυτών, καθώς και η χρήση συστατικών που ενισχύουν και σταθεροποιούν τη δράση τους, αποτελεί βασικό στοιχείο αυτής της προσπάθειας.

Όχι μόνο αντηλιακή προστασία...

Τα αντηλιακά φίλτρα είναι αδιαμφισβήτητα τα πιο σημαντικά συστατικά των αντηλιακών προϊόντων, αφού αποτρέπουν τη διείσδυση της ηλιακής ακτινοβολίας στο δέρμα, αποτελώντας την πρώτη γραμμή άμυνας. Επιπλέον, δραστικά συστατικά μπορούν να αποτελέσουν τη δεύτερη γραμμή άμυνας, μειώνοντας τις αρνητικές δευτερογενείς φθορές των κυττάρων του δέρματος ή ενισχύοντας τη φυσική αντίσταση του δέρματος στην υπεριώδη ακτινοβολία.

Οι εκφυλιστικές διαδικασίες που σχετίζονται με τη φωτογήρανση και έχουν ως πρώτη εμφανή συνέπεια την πρόωγη γήρανση, είναι κυρίως αποτέλεσμα του οξειδωτικού στρες που συνδέεται με τις ελεύθερες ρίζες και της παραγωγής δραστικών μορίων οξειγόνου (ROS). Τα δραστικά μόρια οξειγόνου οξειδώνουν όλα τα στοιχεία των κυττάρων, οδηγώντας σε βλάβες του DNA, των λιπιδίων και των πρωτεϊνών, προκαλώντας μια σειρά από τοξικές αντιδράσεις, που μπορεί να οδηγήσουν ακόμη και σε καρκίνο του δέρματος. Η υπερβολική έκθεση στη UVA ακτινοβολία προκαλεί αύξηση της παραγωγής αυτών των δραστικών μορίων και ταυτόχρονα μειώνει την ικανότητα του οργανισμού να αντιμετωπίσει τις φθορές που προκλήθηκαν. Εκκυλίσματα φυτών και μελισσοκομικών προϊόντων, καθώς και άλλα αντιοξειδωτικά συστατικά, μπορούν να καταστούν ιδιαίτερα αποτελεσματικά στη μείωση των ελευθέρων ριζών και των δραστικών μορίων οξειγόνου που παράγονται κατά την έκθεση στη UVA ακτινοβολία. Παράλληλα μπορούν να ενισχύσουν το φυσικό μηχανισμό αποκατάστασης των φθορών που προκαλούνται από τον ίδιο τον οργανισμό, οι οποίες και ενισχύονται με την πάροδο του χρόνου.

Η έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία δεν περιορίζεται στις καλοκαιρινές διακοπές. Σε χώρες όπως η Ελλάδα, με μεγάλη ηλιοφάνεια όλη σχεδόν τη διάρκεια του χρόνου, η προστασία με τη χρήση αντηλιακών προϊόντων είναι απαραίτητη τους περισσότερους μήνες. Συνεπώς, πέρα από την αντιοξειδωτική προστασία που πρέπει να παρέχουν, τα αντηλιακά προϊόντα πρέπει να περιέχουν δραστικά συστατικά που να προσδίδουν στο προϊόν επιπλέον ιδιότητες, όπως η ενυδάτωση και η φροντίδα ιδιαίτερων αναγκών της κάθε επιδερμίδας. Τα τελευταία χρόνια, αποτελεί κυρίαρχη τάση παγκοσμίως η παραγωγή διαφορετικών αντηλιακών προϊόντων για τη φροντίδα των διαφόρων τύπων του δέρματος, καθώς και τη φροντίδα ειδικών καταστάσεων.

Η έκθεση στην ηλιακή ακτινοβολία μειώνει το σμήγμα και τα λιπίδια της κεράτινης στιβάδας, καθώς και τη συγκέντρωση του υαλουρονικού οξέος στο δέρμα, έχοντας ως συνέπεια την αύξηση της διαδερμικής απώλειας νερού, την εμφάνιση ξηρότητας και τη μείωση της λείας και απαλής όψης της επιδερμίδας. Τα αντηλιακά προϊόντα πρέπει να περιέχουν συστατικά που προστατεύουν ή / και να αποκαθιστούν τη φθορά ή απώλεια των φυσικών συστατικών του δέρματος, ώστε να αποτρέπεται όσο το δυνατόν η εμφάνιση των παραπάνω φαινομένων.

Συνοψίζοντας, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα σύγχρονα αντηλιακά αρχίζουν να γίνονται παράλληλα και προϊόντα φροντίδας. Οι απαιτήσεις των καταναλωτών από αυτά, είναι ίδιες με αυτές από τα προϊόντα της καθημερινής καλλυντικής τους φροντίδας και περιποίησης. Αναζητούν αποτελεσματικά, φυσικά και άνετα στην εφαρμογή προϊόντα, τα οποία θα καλύπτουν τις επιπλέον ανάγκες του δέρματός τους. Η σμηγματορρυθμιστική και αντιμικροβιακή δράση για δέρματα με ακμή, η ισχυρή ενυδάτωση, η δράση κατά των πανάδων, των ερεθισμών και η δράση αντιγήρανσης, είναι μερικές από τις ιδιότητες που προβάλλουν οι σύγχρονες αντηλιακές σειρές προϊόντων και παράλληλα αποτελούν απαιτήσεις των πελατών μας στο φαρμακείο. ■

ΠΡΟΦΙΛ

Η κυρία Δραγάνη Παναγιώτα είναι χημικός με ειδίκευση στη χημική τεχνολογία. Έχει εργαστεί σε εθνικά και ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα, καθώς και σε εταιρείες έρευνας και παραγωγής καλλυντικών προϊόντων. Τα τελευταία 7 χρόνια εργάζεται στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης της APIVITA, έχοντας υπό την ευθύνη της την ανάπτυξη των αντηλιακών προϊόντων και των σειρών περιποίησης προσώπου.

Πόσο σημαντικό είναι για την υγεία μας το αντηλιακό;

Είναι όλα τα συστατικά των αντηλιακών εξίσου αποτελεσματικά και ασφαλή;

Είναι σημαντικό να προτείνουμε αντηλιακό!

Σήμερα περισσότερο από ποτέ και γνωρίζοντας πολύ καλά τις βλαβερές συνέπειες του ήλιου για το δέρμα και την υγεία μας, είναι καθήκον μας, να προτείνουμε στους πελάτες μας, τη χρήση αντηλιακού. Όχι όμως ενός αντηλιακού που προσφέρει απλά ένα δείκτη προστασίας και καλλυντική ευχαρίστηση, αλλά ενός αντηλιακού που δεν περιέχει οργανικά φίλτρα και επικίνδυνες για τον οργανισμό ουσίες.

ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ

ΜΙΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ

Η ανάπτυξη του φαρμακείου, στη νέα εποχή που διαμορφώνεται, θα έρθει από τα καλλυντικά και ιδιαίτερα από τα φυσικά καλλυντικά. Τα αντηλιακά προϊόντα μέσα σε αυτό το πλαίσιο παρουσιάζουν αξιοσημείωτη αύξηση. Όταν η συνολική αγορά καλλυντικών στο φαρμακείο είναι σταθερή, τα αντηλιακά παρουσίασαν το 2011 ανάπτυξη 11%. Επιπλέον τα αντηλιακά καλύπτουν το 10,1% του τζίρου των καλλυντικών στο φαρμακείο.

ΑΡΙΒΙΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ

Η ΑΡΙΒΙΤΑ, με πολύχρονη εμπειρία και τεχνογνωσία στο χώρο των φυσικών καλλυντικών, παρουσιάζει τη νέα ολοκληρωμένη, αντηλιακή σειρά ΑΡΙΒΙΤΑ SUNCARE. Τα αντηλιακά της ΑΡΙΒΙΤΑ, κάνουν συμβατή την ομορφιά και την υγεία του δέρματος με την παραμονή στον ήλιο, με τον πιο φυσικό, αποτελεσματικό, καινοτόμο και ελληνικό τρόπο.

ΚΑΙ ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΤΕ

- Στη χώρα του ήλιου... το αντηλιακό είναι απαραίτητο.
- Στη χώρα που θέλει να ξανααναϊρευτεί... οι καινοτομίες είναι απαραίτητες.
- Στη χώρα που ζητάει ανάπτυξη... η προώθηση των καλών ελληνικών προϊόντων είναι απαραίτητη.
- Στο κανάλι που ζητάει ανάπτυξη... η προώθηση ενός ελληνικού καινοτομικού αντηλιακού είναι απαραίτητη.



33 ΧΡΟΝΙΑ

ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

ΑΡΙΒΙΤΑ SUNCARE

ΝΕΑ ΑΝΤΗΛΙΑΚΑ, ΜΕ ΠΑΤΕΝΤΑ ΣΤΗ ΦΩΤΟΓΗΡΑΝΣΗ

Το ΠΑΤΕΝΤΑΡΙΣΜΕΝΟ ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΟΛΗΣ, προστατεύει την επιδερμίδα από τη φωτογήρανση - την πιο σημαντική αιτία της πρόωρης γήρανσης - αυξάνοντας τη ζωτικότητα των κυττάρων έως 40% και προστατεύοντας τα κύτταρα από τις ελεύθερες ρίζες έως 20% *.

In vitro test σε ανθρώπινους ινοβλάστες

Το ΔΡΑΣΤΙΚΟ ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΛΕΒΑΝΤΑΣ που επιπλέον περιέχει, ενισχύει την άμυνα της επιδερμίδας στην ηλιακή ακτινοβολία και τους ερεθισμούς. Μία μόνο εφαρμογή κρέμας, αυξάνει τα επίπεδα υγρασίας της επιδερμίδας έως 52% και μειώνει τη διαδερμική απώλεια νερού έως 16%.

In vivo test 20 εθελοντές, μία εφαρμογή κρέμας με θαλάσσια λεβάντα, μέτρηση ενυδάτωσης και διαδερμικής απώλειας μετά από 2,4,6, 8 και 24 ώρες.

ΜΕ ΣΕΒΑΣΜΟ ΣΤΙΣ ΙΔΙΑΙΤΕΡΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ ΣΑΣ

Η σειρά περιλαμβάνει προϊόντα που καλύπτουν όλες τις ανάγκες. Από τις πιο απλές μέχρι τις πιο ιδιαίτερες. Για ευαίσθητες επιδερμίδες, για πρόσωπο με πανάδες, για λιπαρές - μεικτές, για κανονικές - ξηρές επιδερμίδες. Η σειρά περιλαμβάνει προϊόντα για το πρόσωπο με δείκτη SPF 50 για ευαίσθητες επιδερμίδες, SPF 50 για πανάδες, με χρώμα ή χωρίς και SPF 30 με χρώμα ή και χωρίς, για το σώμα με δείκτη SPF 50, 30, 20, 15.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΜΙΚΡΟΥΣ ΜΑΣ ΦΙΛΟΥΣ

Για τη βρεφική- παιδική επιδερμίδα μπορείτε να προτείνετε 2 μοναδικά προϊόντα, το eco-bio γαλάκτωμα για πρόσωπο και σώμα, με 100% φυσική σύνθεση και SPF 30 και το γαλάκτωμα για πρόσωπο και σώμα με SPF 50.

ΧΩΡΙΣ PARABENS, SILICONES, PROPYLENE GLYCOL, MINERAL OIL, ETHANOLAMINES, PHATHALATES, PCM, NM.



Τα προϊόντα αδυνατίσματος εξειδικεύονται

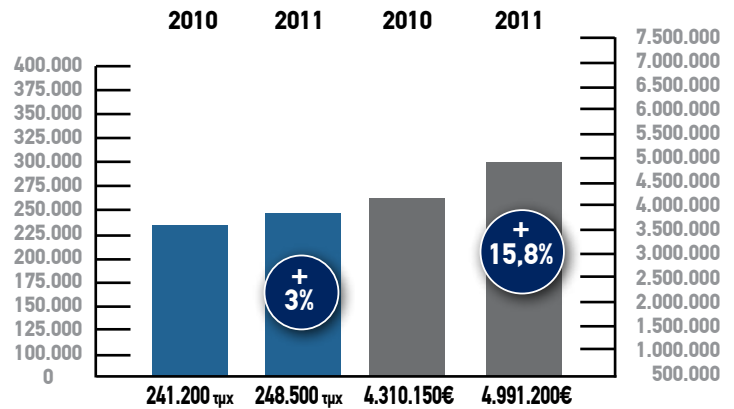


Η αγορά του αδυνατίσματος στο φαρμακείο παραμένει μια αξιόλογη κατηγορία. Είτε πρόκειται για τοπικά καλλυντικά προϊόντα, είτε για συμπληρώματα διατροφής, υπόσχονται μια φίνα σιλουέτα. Δεν υπάρχουν μαγικές συνταγές όμως για την επιτυχία τους! Ο καταναλωτής σήμερα αναζητά αξιοπιστία, σοβαρότητα και οικονομία.



ήμερα είναι γεγονός ότι η οικονομική κρίση έχει συρρικνώσει σχεδόν όλες τις αγορές στο φαρμακείο. Παρόλα αυτά η αγορά στο αδυνάτισμα καλά κρατεί. Έτσι για τα μεν τοπικά καλλυντικά για την κυτταρίτιδα, η άνοδος σε αξίες το 2011 σε σχέση με το 2010 ήταν της τάξης του +15,8% και έφτασε γύρω στα

Αγορά τοπικών καλλυντικών στο αδυνάτισμα

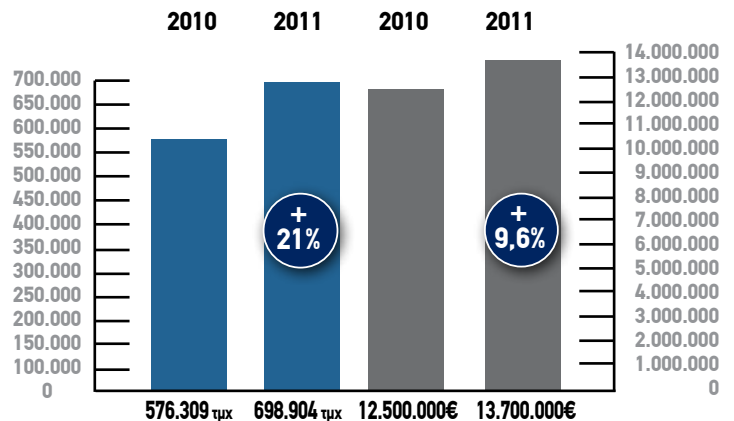


Πηγή: εταιρείες

5 εκατ. ευρώ, ενώ σε τεμάχια έφτασε το +3% την ίδια περίοδο με συνολικά τεμάχια 248.500. Η διαφορά αυτή της ανόδου σε τεμάχια που είναι πολύ λιγότερη από ότι σε αξίες οφείλεται στο ότι τα νέα λανσαρίσματα ήταν με σαφώς πιο υψηλές τιμές.

Παράλληλα η αγορά με τα συμπληρώματα διατροφής σε αυτό τον τομέα έδειξε και αυτή μια θετική πορεία το 2011 σε σχέση με το 2010. Έτσι σε τεμάχια παρουσίασε μία άνοδο από 576.309 σε 698.904, της τάξης του +21%, ενώ σε αξίες πήγε από 12,5 εκατ. ευρώ σε 13,7 εκατ. ευρώ, δηλαδή αύξηση +9,6%

Αγορά συμπληρωμάτων διατροφής στο αδυνάτισμα



Πηγή: εταιρείες

Ας σημειωθεί όμως ότι στον τομέα του αδυνατίσματος οι υπερ-υποσχέσεις πλέον δεν έχουν θέση. Οι καινοτομίες στα ενεργά δραστικά συστατικά πάντα υπάρχουν, ενώ αυξάνονται οι προσφορές και οι προωθητικές ενέργειες των εταιρειών.

Όσο για την επικοινωνία τους στον καταναλωτή στα ΜΜΕ, οι τηλεοπτικές καμπάνιες έχουν τον πρώτο λόγο για τις περισσότερες μάρκες.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνουν όμως στην επικοινωνία τους με τον καταναλωτή στο σημείο πώλησης, εμμένοντας πλέον σε μια ολιστική αγωγή για το επιτυχημένο αδυνάτισμα. Η λύση δεν είναι μόνο ένα θαυματουργό χάπι ή μια κρέμα, αλλά χρειάζονται παράλληλα και οι κανόνες διατροφής μαζί με μια ελαφρά άσκηση. Μέσα σε αυτό το σκεπτικό, οι εταιρείες φροντίζουν ιδιαίτερα την εκπαίδευση του προσωπικού του φαρμακείου, για τη σωστή συμβουλή προς την πελάτισσα.

Η αγωγή για το αδυνάτισμα απαιτεί μια ιδιαίτερη κινητοποίηση και παρακολούθηση του πελάτη. Δεν πρέπει να σταματά στην πρόταση του προϊόντος.

Οι τάσεις του καταναλωτή

Από το μάρκετινγκ της ELANCYL της εταιρείας Pierre Fabre επισημαίνουν τα εξής: «Είναι γεγονός ότι όπως όλα δοκιμάζονται στη δύσκολη περίοδο που διανύουμε, και η αγορά των αδυνατιστικών περνάει τη δική της κρίση. Η καταναλώτρια, απογοητευμένη ίσως και από προϊόντα που πολλά υπόσχονται και λίγα πραγματοποιούν, είναι επιφυλακτική τόσο στα αδυνατιστικά προϊόντα τοπικής χρήσης, όσο και στα συμπληρώματα διατροφής. Γενικά, αυτά τα προϊόντα είναι στο μικροσκόπιο από τους καταναλωτές, οι οποίοι διστάζουν στην αγορά τους. Τέλος, η καταναλώτρια και δη η Ελληνίδα είναι ανυπόμονη και αναζητά γρήγορα αποτελέσματα που διαρκούν».

Παράλληλα για αυτή την αγορά, η κυρία Έρση Κλημεντίδου, R&D Director της POWER HEALTH HELLAS μας λέει: «Η απόκτηση ενός λεπτού σώματος αποτελεί για τη σύγχρονη γυναίκα, μία από τις βασικότερες ανάγκες της. Είναι διατεθειμένη να κάνει τις απαιτούμενες θυσίες, ώστε να επιτύχει το στόχο της. Ειδικά το καλοκαίρι, η προσπάθεια εντείνεται ακόμα περισσότερο και η επίτευξη του στόχου είναι ένα σώμα που θα τους χαρίζει σιγουριά και αυτοπεποίθηση. Σύμμαχοί τους, προϊόντα όπως συμπληρώματα διατροφής, δηλαδή εσωτερικής χρήσης, και βέβαια προϊόντα εξωτερικής χρήσης όπως κρέμες αδυνατίσματος.

Η κατηγορία των τοπικών προϊόντων για το αδυνάτισμα απευθύνεται σε μία μεγάλη μερίδα καταναλωτριών, η οποία τα επιλέγει γιατί θεωρεί ότι εμφανίζονται πιο άμεσα τα αποτελέσματα που επιθυμεί. Είναι βέβαιο ότι αναζητούν τη συνέργεια με τις μεθόδους που έχουν επιλέξει για να χάσουν κιλά και ουσιαστικά επιταχύνουν τη δράση των αντίστοιχων συμπληρωμάτων διατροφής.

Ένας ακόμα λόγος που τα συγκεκριμένα προϊόντα τυχάνουν τόσο ευρείας αποδοχής, είναι ότι εφαρμόζονται εξωτερικά, στα επίμαχα σημεία που έχουν ανάγκη και αποτελούν ιδανική λύση για τις καταναλώτριες που έχουν τοπικό πάχος. Επίσης, το γεγονός ότι οι αδυνατιστικές τους ιδιότητες συνδυάζονται με τις καλλυντικές που φροντίζουν το σώμα και το αναδεικνύουν, είναι ένας ακόμα λόγος που τα τοπικά προϊόντα αδυνατίσματος βρίσκονται πάντα στην επιλογή τους. Ειδικά τα προϊόντα που περιέχουν φυσικά συστατικά αλλά συνοδεύονται επιπλέον από κλινικές μελέτες οι οποίες αποδεικνύουν την αποτελεσματικότητά τους, κερδίζουν την εμπιστοσύνη τόσο των φαρμακοποιών, όσο και των καταναλωτριών».

ΤΙ ΑΝΑΖΗΤΑ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΡΙΑ

Στον τομέα των προϊόντων για το **τοπικό αδυνάτισμα**, οι καταναλώτριες:

-Αναζητούν κατεξοχήν τη μείωση της κυτταρίτιδας και κατά δεύτερο λόγο τη σύσφιξη. Φυσικά προτιμώνται περισσότερο τα προϊόντα που συνδυάζουν και τις δύο δράσεις.

-Οι πιο νεαρές μεταξύ 18-30 ετών είναι οι μεγαλύτερες καταναλώτριες.

-Δε θέλουν και δεν μπορούν να ξοδέψουν πάνω από 20-25 ευρώ για το προϊόν αδυνατίσματος.

Στον τομέα των **συμπληρωμάτων διατροφής** αναζητούν κατά σειρά προτεραιότητας τα προϊόντα που δρουν κατά της κατακράτησης υγρών (αποσυμφορητικά των ιστών), τα προϊόντα που καίνε τα λίπη, αυτά που κόβουν την πείνα και τελευταία τα προϊόντα κατά της κυτταρίτιδας.

Οι μάρκες και τα προϊόντα τους

A. ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ για τοπικό αδυνάτισμα και κυτταρίτιδα

Ένας σχεδόν νέος παίκτης είναι η σειρά **SOMATOLINE COSMETIC** από την **Boltongroup**. Η σειρά την πρώτη χρονιά, το 2011, λανσάρισε με επιτυχία 3 ολοκληρωμένες αγωγές αδυνατίσματος:

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

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

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

Το 2012 ενισχύει τη γυναικεία της σειρά με μία νέα εξειδικευμένη **Αγωγή κατά της Κυτταρίτιδας**, σε δύο συσκευασίες για όλες τις ανάγκες: κρέμα σε Φακελάκια μιας χρήσεως & Κρέμα σε Δοσομετρική.

Επειδή το αδυνάτισμα όμως δεν είναι



Somatoline
Cosmetic™

www.somatolinecosmetic.gr

Εντατικό Αδυνατίσµα **νύχτας**.


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

Καινοτομία.

Somatoline
Cosmetic™

SLIMMING EFFICACY BY UP TO 2 CM IN JUST 2 WEEKS* WHILE SLEEPING

**intensive night slimming
treatment**

SOMATOLINE  IT WORKS
COSMETIC

Το Somatoline Cosmetic Εντατικό Αδυνατίσµα Νύχτας αξιοποιεί την ιδιαίτερη δεκτικότητα του δέρµατος κατά τη διάρκεια της νύχτας. Χάρη στο αποκλειστικό ΒιοUltraslimplus-complex™, έχει μια γρήγορη αδυνατιστική δράση και βοηθά στην αποσυµφόρηση των ιστών από περιττά υγρά.

Somatoline Cosmetic. Λειτουργεί.

*Μέση τιμή σε 17 γυναίκες. Κλινική μέτρηση με όργανα που πραγματοποιήθηκε σε 51 γυναίκες. Μέση τιμή στο σύνολο του δείγµατος: 1 cm. Μέτρηση της µείωσης της περιφέρειας της µέσης και των γοφών. Καλλυντική δράση σµίλευσης, δεν επιφέρει απώλεια βάρους. **Μερίδιο αξίας αγοράς 2009 προϊόντων κατά της κυτταρίτιδας & αδυνατίσµατος σε IT, ES, FR, NL, CH, AT (IMS), HR (Nielsen).

**Νº1 στην Ευρώπη
στα Φαρμακεία****

αποκλειστικά γυναικεία υπόθεση, η Somatoline Cosmetic συνεχίζει να καινοτομεί παρουσιάζοντας τη νέα εξειδικευμένη σειρά αγωγών αδυνατίσματος Somatoline Cosmetic MAN για τον Άνδρα, με δύο προϊόντα: **Εντατική Αγωγή νύχτας Κοιλιά - Μέση:** Μειώνει την περιφέρεια έως και 2,9 cm σε μόνο 2 εβδομάδες, με μια μόνο εφαρμογή το βράδυ.

Αγωγή Κοιλιακού Top Definition: Μειώνει το συσσωρευμένο τοπικό πάχος και τονώνει τη γράμμωση των κοιλιακών έως 27% σε 4 εβδομάδες.



Τα Εργαστήρια **ELANCYL** της εταιρείας **Pierre Fabre**, πρωτοπόρα και με μεγάλη τεχνογνωσία στο αδυνάτισμα εδώ και 40 χρόνια, καινοτομούν και φέτος με το **Cellu Slim**, έναν πρωτοποριακό ορό κατά της κυτταρίτιδας, με το καινοτόμο δραστικό συστατικό Κεκρόπια από τον Αμαζόνιο, σε συνδυασμό με το καταξιωμένο συστατικό στο αδυνάτισμα, την καφεΐνη. Έτσι το Cellu Slim με μια μόνο εφαρμογή για 24ωρη αποτελεσματικότητα, ενεργοποιεί και ενισχύει την απομάκρυνση λιπών στα λιποκύτταρα σε σύντομο χρονικό διάστημα (αποδεδειγμένο αδυνάτισμα από την 7η ημέρα). Με αποτέλεσμα που διαρκεί έως και ένα μήνα μετά τη διακοπή της αγωγής και με μια τιμή που δε θα είναι απαγορευτική σε περίοδο οικονομικής κρίσης, η Elancyl είναι και πάλι δίπλα στις γυναίκες που θέλουν όμορφο σώμα, απαλλαγμένο από την ανεπιθύμητη κυτταρίτιδα.

Από τα Εργαστήρια **Vichy** προτείνονται:

-Η αγωγή **CELLUDESTOCK** για το επίμονο τοπικό πάχος και την κυτταρίτιδα, ικανή να επιταχύνει το αδυνάτισμα στις ζώνες που αντιστέκονται στη δίαιτα (γοφοί, μηροί, γλουτοί). Σχεδιασμένη με την επίβλεψη Διαιτολόγου, έχει αναγνωρισμένη αποτελεσματικότητα από τη Διεθνή Επιστημονική κοινότητα.

-Η φροντίδα **AQUADESTOCK**, σχεδιασμένη με την επίβλεψη Φυσιοθεραπευτή, βελτιώνει τη σιλουέτα και δρα ενάντια στο πρήξιμο του σώματος και την κυτταρίτιδα που συνδέεται με την κατακράτηση νερού.

-2 νέες αγωγές αδυνατίσματος και σύσφιγξης, σχεδιασμένες υπό την επίβλεψη Αθλήτριας, για την εξάλειψη



του τοπικού πάχους στην κοιλιά, που αντιστέκεται ακόμα και στην άσκηση: **DESTOCK, για τις γυναίκες**, για πιο αδύνατη κοιλιά και πιο σφιχτή μέση και **ABDOLIFT, για τους άνδρες**, για ορατή σύσφιξη της κοιλιάς και μείωση της περιμέτρου της μέσης.

Από την εταιρεία **Johnson & Johnson** και τη ROC παρουσιάζεται ο ορός διπλής δράσης **RoC Anti-Cellulite Micro-Actif**, που καταπολεμά το τοπικό πάχος και την επίμονη κυτταρίτιδα.



Η νέα αυτή φροντίδα βασίζεται στη μικρο-διάχυση ενός λιπολυτικού ενεργού συστατικού, για να μειώσει σταδιακά την όψη φλοιού πορτοκαλιού και το τοπικό πάχος. Ενισχυμένη σύνθεση με ένα συνδυασμό ενεργών συστατικών που μειώνουν το λίπος, στοχεύει στο συσσωρευμένο λίπος και επιτυγχάνει τη μείωση της όψης φλοιού πορτοκαλιού προοδευτικά κάθε μέρα. Αποτελεσματικότητα κλινικά αποδεδειγμένη.

1η μέρα: η επιδερμίδα γίνεται πιο απαλή και λεία από την 1η κιόλας εφαρμογή.

14η μέρα: η βελτίωση της όψης φλοιού πορτοκαλιού της επιδερμίδας είναι ορατή.

28η μέρα: η επίμονη κυτταρίτιδα μειώνεται (μέχρι και -66%) και το τοπικό πάχος περιορίζεται.

Από την **Lierac** της εταιρείας **ALES GROUPE**, φέτος προτείνονται 3 καινοτομίες στο αδυνάτισμα:

1. BODY SLIM – ολικό αδυνάτισμα.

Ορός-ζελ με πολλαπλή δράση κατά της κυτταρίτιδας, της χαλάρωσης, της κατακράτησης υγρών και το αδυνάτισμα. Το μυστικό του; Το αποκλειστικό σύμπλοκο της Lierac WT@ 2%, το οποίο είναι ικανό να μετατρέπει τα λευκά λιποκύτταρα (που αποθηκεύουν λίπος) σε 'φαιά' λιποκύτταρα (τα οποία καίνε λίπος).

2. BODY SLIM ZONES REBELLES – στοχευμένη δράση.

Συμφιγκτικός ορός με στοχευμένη και ενισχυμένη δράση στα σημεία που παρουσιάζουν χρόνια και επίμονα προβλήματα: εσωτερικό των μηρτών, των μηρών, των γλουτών και των γονάτων.

3. Το επαναστατικό συμπύκνωμα MORPHOSLIM VENTRE & TAILLE.

Ιδανικός σύμμαχος στο αδυνάτισμα και στη σύσφιξη της περιοχής της κοιλιάς και της μέσης, με αποτελεσματικότητα από τις πρώτες 14 μέρες:



Somatoline
Cosmetic™

MAN

www.somatolinecosmetic.gr

Εντατική Αγωγή νύχτας Κοιλιά – Μέση

Μειώνει την περιφέρεια έως και 2,9 cm
σε μόνο 2 εβδομάδες*
κατά τη διάρκεια του ύπνου.

Καινοτομία.



Το Somatoline Cosmetic Man Εντατική Αγωγή νύχτας Κοιλιά – Μέση είναι μια καινοτόμος εύκολα απορροφήσιμη κρέμα, ειδικά μελετημένη για την αντιμετώπιση των τυπικών ζωνών επικάθισης λίπους του άνδρα, με μια μόνη εφαρμογή το βράδυ. Χάρη στο αποκλειστικό MenReduxplus-complex™, ένα ενεργό καλλυντικό συστατικό με κρύο-θερμική δράση, αξιοποιείται η δεκτικότητα του δέρματος κατά τη διάρκεια της νύχτας, εξασφαλίζοντας εντατική δράση και ταχεία μείωση της περιφέρειας.

Somatoline Cosmetic. Λειτουργεί.

*Κλινική μέτρηση σε σύγκριση με εικονικό προϊόν (placebo). Μέση τιμή σε 11 από τους 34 Άνδρες. Μέση τιμή στο σύνολο του δείγματος: 1,4 cm. Καλλυντική δράση σμίλευσης που δεν επιφέρει απώλεια βάρους.

Στα Φαρμακεία.



Η καλλυντική μάρκα **NUXE**, που διακινεί η εταιρεία **EXELIXIS**, δημιουργεί 3 εξειδικευμένα προϊόντα για την καταπολέμηση της χαλάρωσης, του τοπικού πάχους και της κυτταρίτιδας.

1. FONDANT FIRING CREAM - κρέμα εντατικής σύσφιξης, με κύρια συστατικά το εκχύλισμα Μιμόζας Βραζιλίας - πατέντα της NUXE - και σάκχαρα

Βρώμης, που δρουν συνεργικά για άμεση δράση και αποτέλεσμα στιγμιαίου lifting.

2. BODY - CONTOURING SERUM - ορός κατά της κυτταρίτιδας, που βοηθά στη μείωση της εμφάνισης όψης φλοιού πορτοκαλιού (φυτική καφεΐνη, πολυφαινόλες κακάο, εκχύλισμα Yacon), ενώ βελτιώνει την ελαστικότητα του δέρματος, με Μιμόζα Βραζιλίας, καθώς και με εκχύλισμα Γλαυκίνης.

3. BODY - CONTOURING OIL - λάδι κατά της κυτταρίτιδας και της κατακράτησης νερού. Βοηθά στη μείωση της εμφάνισης της κυτταρίτιδας ακόμη και στις πιο επίμονες περιοχές. Με 10 αιθέρια έλαια βοηθά στην εξομάλυνση του ανάγλυφου της επιδερμίδας, καθώς και στην αποσυμφόρηση των ιστών.

Η **APIVITA** εμπνευσμένη από την αρωματοθεραπεία και με 32 χρόνια εμπειρία στη χρήση των αιθέρων ελαίων στα φυσικά της προϊόντα, παρουσιάζει τη σειρά **BODY SHAPE** για την αντιμετώπιση της κυτταρίτιδας, με δεκατρία 100% φυσικά αιθέρια έλαια. Η **Κρέμα αδυνατίσματος με πράσινο τσάι και νεράντζι** της σειράς αυτής, καταπολεμά αποτελεσματικά την κυτταρίτιδα και τη χαλάρωση και βοηθάει στη σύσφιξη και τη λείανση της επιδερμίδας, με αποτέλεσμα τη μείωση πόντων.

Η σειρά περιλαμβάνει επίσης τα παρακάτω προϊόντα:

- Scrub σώματος με πράσινο τσάι και νεράντζι.
- Λάδι μασάζ σώματος με πράσινο τσάι και κόκκινο πιπέρι.
- Ενισχυμένος ορός με πράσινο τσάι και κόκκινο πιπέρι.
- Ορός σύσφιξης στήθους με πράσινο τσάι και φύκια.

Εμπνευσμένη από την ολιστική προσέγγιση του Ιπποκράτη, η σειρά body shape της APIVITA βασίζεται στη



δύναμη των δεκατριών, 100% φυσικών, αιθέρων ελαίων, τα οποία έχουν την ικανότητα, μέσω της όσφρησης, να επιδρούν στον ψυχισμό και να προσφέρουν χαλάρωση και ευεξία σε σώμα και πνεύμα.

Από την εταιρεία **Frezyderm** παρουσιάζεται η **Triplefect Cream Gel**, μια πολυδύναμη κρέμα με λεπτόρρευση υφή σε μορφή gel. Η σύνθεσή της, πλούσια σε καφεΐνη και φωσφολιπίδια, ενεργοποιεί το μηχανισμό λιποδιάλυσης, μειώνει την κυτταρίτιδα και την όψη φλοιού πορτοκαλιού και επιτυγχάνει σύσφιξη του δερματικού ιστού. Παράλληλα, ενυδατώνει και τονώνει την επιδερμίδα. Εργαστηριακή μελέτη σε

άνδρες και γυναίκες, έδειξε αύξηση της αίσθησης σύσφιξης και λείανσης του δερματικού ιστού σε ποσοστό 70%.

Από την ίδια εταιρεία και ένα πρωτότυπο αυτομαυριστικό γαλάκτωμα με παράλληλη συσφικτική δράση, το **Self Tan Body Shape**. Εκτός από τα ενεργά συστατικά του για φυσικό, ομοιόμορφο μαύρισμα στο δέρμα χωρίς έκθεση στον ήλιο, περιέχει στη σύνθεσή του φυτικά εκχυλίσματα, καφεΐνη και Guarana, για σύσφιξη της επιδερμίδας, ενεργοποίηση της λιπόλυσης, αύξηση της ελαστικότητας και μείωση της όψης φλοιού πορτοκαλιού.



Από την εταιρεία **Health Plus** προτείνεται η αδυνατιστική κρέμα μασάζ κατά της κυτταρίτιδας **CERA DI CUPRA**, που βοηθάει στη διάσπαση του συσσωρευμένου λίπους που προκαλεί η κυτταρίτιδα, ενώ ταυτόχρονα επιτυγχάνει σύσφιξη του δέρματος, βελτιώνοντας σημαντικά την όψη «φλοιού πορτοκαλιού». Δίνει ελαστικότητα στο δέρμα και μειώνει αποτελεσματικά το τοπικό πάχος.

Παράλληλα, από την ίδια εταιρεία και σε συνδυασμό με την κρέμα κατά της κυτταρίτιδας, προτείνεται ένα αποσυμφορητικό φυτικό ρόφημα, το **SNELLSOL SLIM**, με πέντε διαφορετικά φαρμακευτικά βότανα (yerb mate, ταραξάκο, μάραθο, βέτουλα, και γλυκό πορτοκάλι), που βοηθά-



Υποδεχτείτε το καλοκαίρι με λαμπερό
μαύρισμα και σφριγηλή επιδερμίδα.

Με κάθε αγορά ενός αντιηλιακού ενηλίκων
δώρα μια μοναδική τσάντα παραλίας με ένα
πρωτοποριακό δείκτη της έντασης της ηλιακής
ακτινοβολίας



Μόνο στα φαρμακεία



Self Tan Body Shape

Λεπτόρρευστο γαλάκτωμα 2 σε 1, για ασφαλές
αυτομαύρισμα με παράλληλη συσφικτική δράση!

Προσφέρει από την 4η μέρα χρήσης ασφαλές και ομοιόμορφο μαύρισμα, σαν το φυσικό,
που δεν ξεβάφει και δε λερώνει τα ρούχα.

Με σύμπλεγμα φυτικών συστατικών που ενεργοποιεί τη μελανίνη και δημιουργεί μια ασπίδα προστασίας
ώστε να αποφεύγονται τα εγκαύματα κατά τις πρώτες ημέρες έκθεσης στον ήλιο.

Παράλληλα, ο καινοτόμος συνδυασμός από εκχυλίσματα καστανιάς, καρυδιάς και ζαμπούκου μαζί με τις
ευεργετικές ιδιότητες της καφεΐνης και του Guarana που περιέχει, προσφέρουν αποτελεσματική σύσφιξη
και αυξάνουν την ελαστικότητα και την ομοιομορφία της επιδερμίδας.

Φέτος χαρείτε το λαμπερό σας μαύρισμα και τη σμιλεμένη σιλουέτα σας!



FREZYDERM
DERMOCEUTICALS - PHARMACEUTICALS
NUTRITION PRODUCTS

Μενάνδρου 75, 10437 Αθήνα, Τ: 210 5246900, Φ: 210 5244433, e: info@frezyderm.gr,
www.frezyderm.gr, www.sunscreen.gr, τηλ. επικοινωνίας: 210 5246900

είναι αποτελεσματικά στο αδυνάτισμα, παράλληλα με μια ισορροπημένη διατροφή. Χρήση 2 φακελάκια την ημέρα (1 μεσημέρι & 1 βράδυ πριν το φαγητό).

Η **Power Health** προτείνει ένα προϊόν εξωτερικής δράσης, την κρέμα αδυνατίσματος **SIZE ONE EXTRA SHAPE**. Η σύνθεσή της βασίζεται στο Pink PepperSlimTM* ένα επώνυμο, συμπυκνωμένο έλαιο από ροζ μούρα, σε συνδυασμό με άλλα φυσικά ενεργά συστατικά. Η αδυνατιστική δράση του αποδεικνύεται με κλινική μελέτη σύμφωνα με την οποία, ενεργοποιεί τη λιπόλυση, εμποδίζει την αποθήκευση λίπους τοπικά, μειώνει την περιφέρεια σε μέση, κοιλιά, γοφούς και μηρούς και ενισχύει τοπικά τη μικροκυκλοφορία. Με καθημερινή συστηματική χρήση, το αποτέλεσμα είναι εντυπωσιακό, αφού η μείωση φτάνει μέχρι και 2.2 cm σε 1 μόνο μήνα. Το σώμα «μαζεύει» σε πόντους, γίνεται πιο λεπτό, αναζωογονείται, γίνεται πιο λείο και σφιχτό.



Από την εταιρεία **ISO PLUS** και τη σειρά της **Dr.organic** κυκλοφορεί η κρέμα κατά της κυτταρίτιδας, των ατελειών του δέρματος και της όψης φλοιού πορτοκαλιού, **Royal Jelly Cellulite Cream** με Βιολογικό Βασιλικό Πολτό. Η σύνθεσή της βελτιώνει την κυκλοφορία, αυξάνει τη θρέψη και την παροχή οξυγόνου στους ιστούς. Αποτοξινώνει το συνδετικό ιστό και βελτιώνει τη λεμφική παροχέτευση. Αποκαθιστά φυσικά τη λιπολυτική ικανότητα των λιποκυττάρων, βοηθά στην απομάκρυνση των αντισθητικών καμпуλών, λειαίνει τη σιλουέτα και βοηθά στη μείωση του επιπρόσθετου όγκου των γλουτών και των μηρών.



Από την εταιρεία **COSMESIS** προτείνεται η σειρά **SLIM EFFECT** της μάρκας φυτοθεραπείας **DECLÉOR**. Η σειρά συνδυάζει αιθέρια έλαια από γκρέιπφρουτ, μαντζουράνα και elemi, που ενισχύουν τη μικρο-κυκλοφορία και βοηθούν στο σχηματισμό του περιγράμματος του σώματος. Παράλληλα, τα αιθέρια έλαια από lemongrass, γεράνι και δεντρολίβανο, βοηθούν στην τόνωση και μείωση της όψης «φλοιού πορτοκαλιού» του δέρματος. Τα προϊόντα της σειράς είναι:

AROMESSENSE™ SLIM EFFECT, Αιθέριο Έλαιο για Αδυνάτισμα.

SLIM EFFECT Gel, για Αδυνάτισμα και Κυτταρίτιδα.

BAUME SLIM EFFECT, Αδυνατιστικό Βάλσαμο για Μασάζ.



B. ΤΑ ΑΠΟ ΤΟΥ ΣΤΟΜΑΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ για αδυνάτισμα

Η εταιρεία **Power Health** έχει δημιουργήσει μοναδικά προϊόντα με στόχο να βοηθήσουν γυναίκες και άνδρες να αποκτήσουν ένα λεπτό, υγιές σώμα:

Size One, για αποτελεσματικό αδυνάτισμα με 1 κάψουλα τη μέρα. Βάσει κλινικής μελέτης, σ' ένα μήνα συμβάλλει σε απώλεια κιλών, κάψιμο του λίπους, μείωση της αποθήκευσης της τροφής σε μορφή λίπους, μείωση της λαχτάρας για γλυκά.

Size One 6pack slim, εστιασμένο στις ανδρικές ανάγκες. Η στοχευμένη δράση του, καίει το λίπος, μειώνει το «σωσίβιο» στην περιοχή της κοιλιάς και ενισχύει τη γράμμωση των μυών.

Xs CLA, το ακόρεστο λιπαρό οξύ (Ωμέγα 6) που συμβάλλει στην καύση του λίπους, εμποδίζει την αποθήκευσή του στα λιποκύτταρα, διατηρώντας αναλλοίωτο το μυϊκό ιστό.

Diet frappe, ρόφημα με εκχύλισμα πράσινου καφέ, μειώνει την πρόσληψη θερμίδων από το γεύμα.

MyDiet Gum, πρωτοποριακή μορφή τσίγλας που μειώνει την τάση για τσιμπολόγημα και τονώνει το μεταβολισμό.

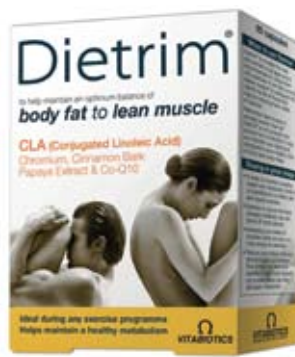
Green Tea, ρόφημα που συμβάλλει στην απώλεια βάρους, ενισχύει την καύση λίπους, με αντιοξειδωτικές και αποτοξινωτικές ιδιότητες.



Από την **ISO-PLUS** και τη σειρά συμπληρωμάτων διατροφής **SOLGAR** προτείνεται το **LIPOTROPIC FACTORS**, ένας συνεργιακός αποτελεσματικός συνδυασμός τριών φυσικών συστατικών, της χολίνης, της ινσοιτόλης και της L-μεθειονίνης. Το Lipotropic Factors συμβάλλει στη διάσπαση του διατροφικού λίπους και στην απομάκρυνση του λίπους από το ήπαρ, επιδρά θετικά στη μείωση της χοληστερίνης και βοηθάει



στον έλεγχο του σωματικού βάρους.



Από την εταιρεία **Douni Health Products** προτείνεται το **DIETRIM**, ένα επαναστατικό συμπλήρωμα με βασικό συστατικό το Tonalin CLA και 25 επιπλέον συστατικά που δρουν με 5 διαφορετικούς τρόπους:

- Μείωση λίπους και τόνω-

Γνωρίζετε ότι είμαι οπαδός ενός ισορροπημένου τρόπου ζωής, υποστηρίζοντας πάντα ότι το αδυνάτισμα είναι θέμα... σωστών κινήσεων.

Γιατί όλες θέλουμε ένα λεπτό, όμορφο και σφριγηλό σώμα. Και για μένα, η σειρά Size One της Power Health είναι η σωστή κίνηση. Δύο προϊόντα με κλινικές μελέτες που σας προσφέρουν σίγουρα αποτελέσματα!

Size One, για εσάς που θέλετε να αδυνατίσετε με απλό, γρήγορο και δραστικό τρόπο, με 1 κάψουλα την ημέρα. Θα σας κατακτήσει με την ευκολία στη χρήση του και το αποτέλεσμά του.

Κρέμα αδυνάτισματος **Size One Extra Shape** για εσάς που θέλετε να απαλλαγείτε από το συσσωρευμένο τοπικό πάχος και τη χαλάρωση και να χάσετε μέχρι και 2,2cm σε 1 μήνα!

Για ακόμα πιο γρήγορα και ορατά αποτελέσματα μπορείτε να συνδυάσετε και τα δύο προϊόντα ακολουθώντας μία ολοκληρωμένη αγωγή.

Με τη δική σας θέληση και τα Size One, είμαι βέβαιη ότι θα τα καταφέρετε!



sizeOne

για μένα σημαίνει
αδυνάτισμα με 1 κίνηση!

Εφίην Πετροφάνου-Ιβις

Συμπλήρωμα διατροφής. Λαμβάνεται στο πλαίσιο μιας ισορροπημένης διατροφής και σωματικής δραστηριότητας. Αρ. Γνωστ. ΕΟΦ: 78864/19/11/2010

1 Η σε πλήρεις
προϊόντων
απώλειας βάρους
τα τελευταία
5 χρόνια
βάσει στοιχείων IMS

**Power
HEALTH**

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

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

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ

ση μυϊκού ιστού με Tonalin CLA.

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

Το Dietrim είναι ιδανικό για όσους ακολουθούν οποιοδήποτε πρόγραμμα άσκησης και επιθυμούν γρήγορη καύση λίπους και γράμμωση μυών, ενώ λειτουργεί πιο αποτελεσματικά όταν συνδυάζεται με ένα πρόγραμμα υγιεινής διατροφής και άσκησης. Προτεινόμενη δοσολογία 4 κάψουλες την ημέρα (δύο μετά το μεσημεριανό γεύμα και δύο μετά το βραδινό).

Από την εταιρεία **Pharma Center** και τη σειρά **Health Aid** προτείνεται για το αδυνάτισμα το **Bodylean CLA Plus**. Μοναδικός συνδυασμός από CLA – Συζευγμένο Λινολεϊκό Οξύ 1.000 mg σε κάψουλες που διασπούν τα λίπη, τα μετατρέπουν σε ενέργεια και εμποδίζουν την αποθήκευσή τους, και σε ταμπλέτες με φυσικά συστατικά: Αμινοξέα που μεταβολίζουν τα λίπη, Πράσινο Τσάι αποτοξινωτικό, αντιοξειδωτικό με θερμογόνο δράση, Συνένζυμο Q10 για την παραγωγή ενέργειας και προστασία από τις ελεύθερες ρίζες, και Χρώμιο για ενεργοποίηση του μεταβολισμού και μείωση της όρεξης. Ιδανικό όταν συνδυάζεται με ισορροπημένη διατροφή και ελαφριά άσκηση, γιατί βοηθά στην απώλεια βάρους από τις πρώτες εβδομάδες.



Από την ίδια εταιρεία και οι ταμπλέτες του **CELLUSITE** με επιλεγμένα φυτικά εκχυλίσματα που επικεντρώνουν τη δράση τους στα σημεία με κυτταρίτιδα, σταματούν την εξέλιξή της και δρουν αποτελεσματικά στην εξάλειψή του «φλοιού πορτοκαλιού» από το δέρμα, κάνοντάς το σφριγηλό, λείο και απαλό.

Από την εταιρεία **KOPPEΣ** προτείνεται το **WEIGHT BALANCE SET**, ένας «οδηγός 360°» για ισορροπημένη απώλεια βάρους.

Περιλαμβάνει δύο Συμπληρώματα Διατροφής και το διαδραστικό πρόγραμμα διατροφής Weight Balance.

-Το Συμπλήρωμα Διατροφής **Weight Balance Formula 100 με Garcinia, Λουίζα, CLA & L-Carnitine**, συμβάλλει στην επίτευξη ενός ισορροπημένου βάρους.

-Το Συμπλήρωμα Διατροφής **Spirulina, Vitamins &**

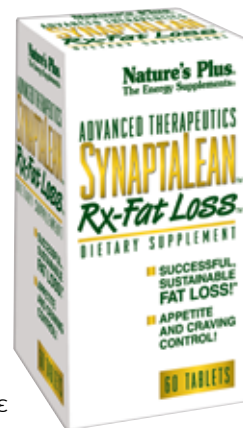


Minerals, με Σπιρουλίνα Νιγρίτας Σεργών, βοηθά στην ενίσχυση και τόνωση του οργανισμού.

-Τέλος, το διαδραστικό **Πρόγραμμα Weight Balance** επιτρέπει τη διαμόρφωση και την παρακολούθηση ενός σωστού διατροφικού προγράμματος, λαμβάνοντας υπόψη το προφίλ και το στόχο για μείωση βάρους του χρήστη.

Από την εταιρεία συμπληρωμάτων διατροφής **Natural Plus** προτείνεται η επαναστατική φόρμουλα της σειράς **Nature's Plus, SynaptaLean** που δρα κυρίως εγκεφαλικά και βοηθά τον έλεγχο της όρεξης, οδηγώντας έτσι στην επιτυχημένη απώλεια βάρους, μέσω αύξησης των νευροδιαβιβαστών του εγκεφάλου,

οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για το αίσθημα κορεσμού και ικανοποίησης και την καλή διάθεση. Επιπλέον, περιέχει πολυνικοτινικό χρώμιο που αυξάνει το μεταβολισμό και ρυθμίζει τα επίπεδα γλυκόζης στο αίμα. Είναι εμπλουτισμένο με ειδικά βότανα, φρούτα και λαχανικά, με συνεργική δράση, για ισχυρή αντιοξειδωτική προστασία, τόνωση του οργανισμού και βελτιωμένες νοητικές και σωματικές επιδόσεις. Φόρμουλα βασισμένη σε περισσότερες από 18 κλινικές μελέτες φημισμένων πανεπιστημίων.



Από την **Arriani Pharmaceuticals**,

που διακινεί στα φαρμακεία τη σειρά φυτοθεραπείας **Arkopharma**, προτείνονται τα αδυνατιστικά φυτά της σειράς Arkocaps. Συνδυάζοντας το **Arkocaps Mate** (αυξάνει τη διάρκεια του αισθήματος κορεσμού, ευνοεί την «καύση» του λίπους και προσφέρει αντιοξειδωτική προστασία), με το **Arkocaps Green Tea** (πράσινο τσάι, το κατεξοχήν αδυνατιστικό φυτό που χάρη στην καφεΐνη και στις πολυφαινόλες που περιέχει, αυξάνει τη θερμογένεση),



Weight balance Formula 100

Συμπλήρωμα διατροφής με Garcinia, Λουίζα, CLA & L-carnitine



KORRES

ΒΟΤΑΝΑ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ
ΕΚΧΥΛΙΣΙΣ
ΕΡΕΥΝΑ



ΜΕ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ **ΕΝΟΣ ΙΣΟΡΡΟΠΗΜΕΝΟΥ ΒΑΡΟΥΣ** ΜΕΣΑ ΑΠΟ 4 ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ:

- 1 **CLA** (συζευγμένο λινολεϊκό οξύ) προέρχεται από ειδική επεξεργασία του έλαιου Καρδάμου και μπορεί να επηρεάσει θετικά την αναλογία μυϊκής μάζας / σωματικού λίπους στον οργανισμό.
L-Καρνιτίνη αυξάνει την προσφορά λιπαρών οξέων για τις απαιτούμενες καύσεις του οργανισμού.
- 2 **εκχύλισμα Garcinia** περιορίζει τη μετατροπή των υδατανθράκων που λαμβάνονται με την τροφή σε λίπος.
- 3 **εκχύλισμα Λουίζας και Αγκινάρας** βοηθούν στη φυσιολογική αποβολή των υγρών και στην αποφυγή της κατακράτησής τους.
- 4 **εκχύλισμα Ginseng** παρέχει στον οργανισμό την απαραίτητη αντοχή και ενέργεια.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΟΡΡΕΣ

Μαζί με το συμπλήρωμα, η επιστημονική ομάδα της ΚΟΡΡΕΣ ανέπτυξε το **Weight Balance Program** για να δημιουργήσετε και να παρακολουθήσετε καθημερινά το δικό σας πρόγραμμα διατροφής.

ΔΩΡΟ το συμπλήρωμα διατροφής με **Spirulina, Βιταμίνες & Μέταλλα** για επιπλέον ενίσχυση και τόνωση του οργανισμού σας.

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ
ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

πετυχαίνουμε μείωση της όρεξης και του «τσιμπολογήματος» και ταυτόχρονα αύξηση των καύσεων.

Κυκλοφορεί σε ειδικό προωθητικό πακέτο που περιέχει: Arkocaps Ματέ, Arkocaps Πράσινο Τσαί και προσφέρει εντελώς δωρεάν την αδυνατιστική κρέμα ArkoSlim.

Από την εταιρεία **Vitorgan** προτείνονται για το αδυνάτισμα 2 προϊόντα:

-Το **FizzyVit, Αναβράζον Μηλόξυδο με Vit. C**. Το μηλόξυδο θεωρείται από πολύ παλιά ως μια ουσία για την κάθαρση του σώματος και την απώλεια βάρους. Οι φυσικές λιποδιαλυτικές ιδιότητές του, το καθιστούν ιδανικό υποστηρικτικό μιας δίαιτας, λόγω της θετικής επίδρασης που έχουν τα δραστικά συστατικά του (κάλιο, πεπτίνη, ένζυμα, μέταλλα) στο μεταβολισμό. Δοσολογία: 1-2 δισκία ημερησίως πριν το φαγητό με 1 ποτήρι νερό.



-Το **Dietal, Καραμέλες με Πράσινο Τσαί & L-Καρνιτίνη**. Το πράσινο τσάι παίζει καταλυτικό ρόλο στο μεταβολισμό, την προστασία από το οξειδωτικό στρες, την ενίσχυση του ανοσοποιητικού και την καρδιαγγειακή υγεία. Τα οφέλη είναι ακόμη μεγαλύτερα όταν συνδυάζεται με την L-Καρνιτίνη, η οποία επιταχύνει τις καύσεις του

οργανισμού και μειώνει την όρεξη. Οι καραμέλες Dietal δεν περιέχουν ζάχαρη, λίπη, αλάτι, συντηρητικά και ενισχυτικά γεύσης. Με isomalt (υποκατάστατο ζάχαρης, φυσικό προϊόν από τεύτλα) και γεύση μήλου. Δοσολογία: έως 5 καραμέλες την ημέρα, πριν από κάθε κύριο ή πρόχειρο γεύμα.



Η εταιρεία **EXELIXIS** προτείνει το **LIPO 3 Fat BURNER**, ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής με Garcinia Cambogia, L-Carnitine, Χρώμιο, Λεκιθίνη και φυτικές ίνες από Pirus Malus, που συμβάλλει στη μείωση του βάρους.

Δρα ταυτόχρονα με 3 τρόπους για μέγιστη αποτελεσματικότητα:

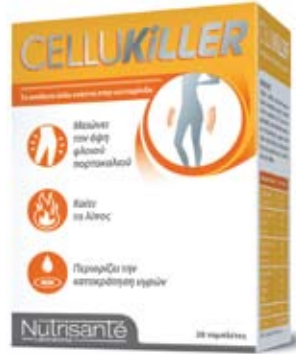
1. Ρυθμίζει τη γλυκόζη του αίματος (χρώμιο).
2. Μετατρέπει το λίπος σε μυϊκό ιστό (L-Carnitine, Garcinia Cambogia, Λεκιθίνη).
3. Ελέγχει την όρεξη (Pirus Malus, Garcinia Cambogia, Χρώμιο).

Περιέχει 90 ταμπλέτες για



αγωγή 30 ημερών - 1 ταμπλέτα 30' πριν από κάθε κύριως γεύμα, μαζί με 2 ποτήρια νερό.

Από την εταιρεία **Παναέλλιννας** παρουσιάζονται 3 προϊόντα:



-Το **Cellukiller**, ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής, σχεδιασμένο για την καταπολέμηση της κυτταρίτιδας. Η συνδυασμένη δράση των εκχυλισμάτων του φυτού γαρκινία, του φλοιού σταφυλιού, του πράσινου τσαγιού και του ανανά, μειώνουν την όψη φλοιού πορτοκαλιού, συμβάλλουν στην καύση του λίπους και περιορίζουν την κατακράτηση υγρών. Προτείνονται 2 ταμπλέτες την ημέρα.

-Το **KILOKILLER**, ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής, σχεδιασμένο για την επίτευξη και διατήρηση ισορροπημένου σωματικού βάρους ολόκληρο το 24ωρο. Στηρίζεται στο χρονοβιολογικό αδυνάτισμα και δρα και στις 3 φάσεις της ημέρας: πρωί για να απομακρύνει το λίπος, μεσημέρι για να περιορίζει την απορρόφηση του λίπους και βράδυ για να καίει το λίπος. Η αγωγή είναι 14 ημερών, με 3 ταμπλέτες την ημέρα (πρωί - μεσημέρι - βράδυ).

-Το **KILOKILLER ALL-IN-ONE SLIMMING**, 100% φυσικό αδυνατιστικό συμπλήρωμα διατροφής που συνδυάζει 4 δράσεις:

- Καίει το λίπος, χάρη στα εκχυλίσματα πράσινου τσαγιού και πιπεριού.
- Διατηρεί επίπεδο στομάχι, χάρη στο εκχύλισμα μάραθου, που βελτιώνει τη λειτουργία του πεπτικού συστήματος.
- Διώχνει τις τοξίνες, χάρη στην αντιοξειδωτική δράση του πράσινου τσαγιού.
- Βοηθά στην πέψη, λόγω αύξησης της έκκρισης γαστρικών υγρών που προκαλεί το εκχύλισμα κόλλιανδρου.



Από την εταιρεία **Astra medical** και τη σειρά **Superfoods** προτείνεται για το αδυνάτισμα το συμπλήρωμα διατροφής **HOODIA Namibia's** σε κάψουλες. Περιέχει τη δραστική ουσία P47 (φυσικός γλυκοζίτης) του κάκτου Hoodia που φύεται στην έρημο Καλαχάρι της Ν. Αφρικής. Η ουσία αυτή ελέγχει το αίσθημα της πείνας στον εγκέφαλο και έτσι περιορίζει τη λήψη τροφής. Χρησιμοποιώντας το Hoodia μειώνονται οι προσλαμβανόμενες θερμίδες, κάτι που οδηγεί στο να καίγεται το λίπος του σώματος, το οποίο



ΛΕΠΤΟ ΣΩΜΑ ΜΕ ΥΓΕΙΑ

MEGA CLA

Το ιδανικό βοήθημα για ένα
ωραιότερο, πιο υγιές σώμα



Το MEGA CLA είναι το ισχυρότερο CLA τms αγοράς:
1200 mg ανά κάψα. [προσοχή: ανά κάψα]

Αποτελεσματικότητα
κλινικά αποδεδειγμένη

Αρ. Γνωστ. ΕΟΦ: 631624

Το MEGA CLA (σι-ελ-εί) ανήκει
στα πολύτιμα για την υγεία ωμέγα λιπαρά οξέα.
Πολύ αποτελεσματικό στη μείωση του λίπους (τοπικό/ολικό) και
στη σύσφιξη, ιδίως αν συνδυασθεί με υγιεινή διατροφή και άσκηση.
Κατάλληλο για γυναίκες και άνδρες.
Αποτελέσματα: από το πρώτο κουτί.

Ελεγμένο για τοξικές ουσίες και βαρέα μέταλλα.
Ελεγμένο για μεταλλαγμένους οργανισμούς (non GMO).
100% φυτικό, 100% φυσικό (χωρίς τεχνητά χρώματα, συντηρητικά κλπ.)
Με διπλή εγγύηση ταυτότητας προϊόντος (με ποιοτική/ποσοτική ανάλυση ανεξάρτητου
εργαστηρίου).

Nature's Plus®
The Energy Supplements®

είναι και το ζητούμενο σε μια δίαιτα. Χρήση: 1-2 κάψουλες, μισή ώρα πριν το γεύμα, περιορίζει την τροφή και τις θερμίδες. Τα αποτελέσματα θα φανούν μετά από 15 μέρες λήψης.



Από την εταιρία **Σαράντης** και τη σειρά **Lanes** παρουσιάζεται το **InShape CLA**, ένα νέο προϊόν για τη διαχείριση του σωματικού βάρους, κατάλληλο για άντρες και γυναίκες. Πρόκειται για ένα συμπλήρωμα διατροφής που περιέχει CLA (Συζευγμένο Λινολεϊκό Οξύ - Clarinol) και έλαιο καρθάμου, τα οποία συμβάλλουν στη μείωση του σωματικού λίπους, εμποδίζοντας την αποθήκευσή του στα λιποκύτταρα. Επιτυγχάνεται έτσι η συντήρηση του επιθυμητού σωματικού βάρους, αλλά και η απώλεια των περιττών κιλών, ενώ παράλληλα ενδυναμώνεται και ο μυϊκός ιστός. Το αποτέλεσμα είναι η διαμόρφωση ενός αρμονικά σφριγηλού σώματος και η βελτίωση της συνολικής γραμμής του.

Από την **Omega Pharma** διατίθεται το **XL-S Medical Fat Binder**, που απορροφά έως και το 27% των λιπαρών συστατικών των τροφών σε κάθε γεύμα, χωρίς παρενέργειες και σύμφωνα με μελέτες μειώνει την «κακή χοληστερόλη» (LDL - Cholesterol) έως 10% μέσα σε 14 ημέρες και το μεταβολικό σύνδρομο έως 39% μέσα σε 42 ημέρες. Το ενεργό συστατικό του είναι η Litramine® που προέρχεται από 100% φυσικά αφυδατωμένα φύλλα κάκτου. 1 γρ. Litramine® (2 δισκία) μπορεί να δεσμεύσει σε κάθε γεύμα 16-22 γρ. μαγιονέζας ή 9-13 γρ. βουτύρου ή 7-11 γρ. ελαιόλαδου. Συνιστώμενη δοσολογία 2-3 δισκία μετά από κάθε κύριο γεύμα. Δεν υπερβαίνουμε τα 6 δισκία ημερησίως. ■



Πόπη Χαραμή



7

συμβουλές για να πουλάτε καλύτερα τα προϊόντα αδυνατίσματος

- 1. Φτιάξτε έγκαιρα τη βιτρίνα** σας από τους πρώτους μήνες της άνοιξης.
- 2. Κάντε θεματικό merchandising της κατηγορίας.** Σε μία γόνδολα προβολής ή σε μια ραφιερά ομαδοποιήστε όλα τα προϊόντα αδυνατίσματος τοπικής χρήσης ή συμπληρώματα διατροφής. Τοποθετήστε την κατάλληλη σήμανση στη μετώπη και στα επιμέρους ράφια.
- 3. Διοργανώστε έξυπνες προβολές.** Αντί να κάνετε εκπτώσεις ανά τεμάχιο, κάντε εκπτώσεις ανά πακέτο αγωγής, συνδυάζοντας πάντα την κρέμα για την κυτταρίτιδα με το κατάλληλο συμπλήρωμα διατροφής και αυτά σε ποσότητες για τουλάχιστον ένα μήνα χρήση.
- 4. Για να διευκολύνετε την επιλογή του πελάτη,** καλό είναι να προβάλλετε πολλές μάρκες μαζί συγχρόνως (τουλάχιστον 3).
- 5. Αναθέστε την ενημέρωση και συμβουλή για το αδυνάτισμα** σε ένα συνεργάτη σας από το προσωπικό, που θα είναι πλήρως ενημερωμένος για το θέμα και για όλα τα προϊόντα της κατηγορίας.
- 6. Φροντίστε ιδιαίτερα την ενημέρωση και κινητοποίηση του πελάτη,** ώστε να κάνει μια σωστή και ολιστική αγωγή. Δώστε του έντυπες συμβουλές διατροφής.
- 7. Φροντίστε την παρακολούθηση της σωστής αγωγής του πελάτη.** Προτείνετε του να περνά από το φαρμακείο κάθε 10 μέρες, για να παρακολουθείτε την πορεία του.

Βασιλική περιποίηση κατά της κυτταρίτιδας



Η Κρέμα dr.organic κατά της Κυτταρίτιδας
με **βιολογικό Βασιλικό Πολλτό** τονώνει και χαρίζει
στην επιδερμίδα πιο νεανική, σφριγηλή και απαλή όψη

- Μείωση πόντων στις περιοχές των γοφών και των μηρών
- Μείωση της ανεπιθύμητης όψης φθιοιού πορτοκαλιού
- Αντιοξειδωτική δράση ενάντια στις ελεύθερες ρίζες
- Φυσικά ενεργά συστατικά: Καφεΐνη και Θαλάσσιος Κρίνος Hydrofiltrat Marine Lotus
- ...και εξαιρετικό άρωμα αιθέριων ελαίων από Λεμόνι, Γεράνι, Πατσουλί και Σανταλόξυλο



η 1^η σειρά περιποίησης με βιο-ενεργά συστατικά

εμπνευσμένη από τη φύση



Η καθημερινή εφαρμογή βοηθάει στην καταπολέμηση της κυτταρίτιδας, των στενιών του δέρματος και της όψης φθιοιού πορτοκαλιού

Ίκανοποίηση και Ενδυνάμωση του ρόλου του Φαρμακοποιού

Από την εφαρμογή της Φαρμακευτικής
Φροντίδας και του Μάρκετινγκ σχέσεων
Μέρος 1ο

◆ Από τη **ΔΕΣΠΟΙΝΑ Α. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ**, Επίκουρο Καθηγήτρια του Μάρκετινγκ Πανεπιστημίου Πατρών



Η δημοσίευση αυτή παρουσιάζει τα συμπεράσματα ερευνητικής ποσοτικής μελέτης που κάναμε με τη συνεργασία των μεταπτυχιακών φοιτητών κ.κ. Θ. Τσιβίλη και Ν. Βαρδαμίδα, στα πλαίσια των σπουδών τους στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στο Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ, του Τμήματος Φαρμακευτικής του Πανεπιστημίου Πατρών και θα παρουσιασθεί σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος θα παρουσιάσουμε τα ευρήματα της έρευνας που αφορούν τη σχέση της εφαρμογής της Φαρμακευτικής Φροντίδας με τις πρακτικές μάρκετινγκ και την ικανοποίηση που αισθάνονται οι φαρμακοποιοί από την εργασία τους. Σε επόμενη δημοσίευση θα παρουσιάσουμε τις σχέσεις μεταξύ Φαρμακευτικής Φροντίδας και ενδυνάμωσης του ρόλου των φαρμακοποιών ως σημαντικών δρώντων στην αγορά του φαρμάκου.

Θεωρητικό πλαίσιο - Υποθέσεις

Η Φαρμακευτική Φροντίδα (ΦΦ - Pharmaceutical Care), όπως τη διατύπωσαν οι ερευνητές Hepler και Grainger - Rousseau (1995) αφορά την **«υπεύθυνη παροχή φαρμακοθεραπείας με σκοπό την επιτυχημένη εξαγωγή αποτελεσμάτων που βελτιώνει ή διατηρεί την ποιότητα της ζωής του ασθενή»**. Οι ερευνητές αυτοί επισημαίνουν ότι η ΦΦ διαφέρει από την παραδοσιακή φαρμακοθεραπεία, εφόσον είναι μία άμεσα σχετιζόμενη με τα αποτελέσματα, συνεργατική, συστηματική προσέγγιση στην παροχή φαρμακοθεραπείας, κατευθυνόμενη όχι μόνο στα κλινικά αποτελέσματα αλλά και στις δραστηριότητες της καθημερινής ζωής και σε άλλες διαστάσεις της σχετικής με την υγεία και την ποιότητα ζωής. Με την έννοια αυτή, η ΦΦ έχει αρκετά κοινά σημεία με την έννοια του Μάρκετινγκ Σχέσεων (ΜΣ). Πράγματι, το ΜΣ αφορά την **«προσέλκυση, διατήρηση και βελτίωση των σχέσεων με τους πελάτες (ασθενείς), ώστε να δημιουργηθεί αμοιβαίο όφελος και για τον φαρμακοποιό και για τον ασθενή - πελάτη»** (Berry, 1983). Υπό την έννοια αυτή, η μεγιστοποίηση του οφέλους για τον πελάτη - ασθενή του φαρμακείου αφορά την παροχή συμβουλών εκ μέρους του φαρμακοποιού για χρήση μεθόδων ίασης ή πρόληψης, που θα έχουν ως αποτέλεσμα τη βέλτιστη δυνατή υγεία και ποιότητα ζωής του πελάτη - ασθενή.

Πρωταρχικός σκοπός της έρευνας ήταν να προσδιορίσουμε πώς βλέπει ο μέσος Έλληνας φαρμακοποιός την έννοια της φαρμακευτικής φροντίδας και του μάρκετινγκ σχέσεων. Και αυτό διότι σύμφωνα με διεθνείς έρευνες πάνω στο θέμα, η πρόβλεψη της συμπεριφοράς των φαρμακοποιών ως προς την εφαρμογή της ΦΦ εξαρτάται από την προσωπική αίσθηση αποτελεσματικότητας (self-efficacy), από τις πεποιθήσεις, τις εκτιμήσεις τους και τον έλεγχο συμπεριφοράς (behavioral control) (Farris και Schorpflocher, 1999). Όσο περισσό-

τερο δηλαδή οι φαρμακοποιοί πιστεύουν στη ΦΦ και την εφαρμόζουν ενσυνείδητα, έχοντας τον έλεγχο στην αλληλεπίδραση με τον πελάτη, τόσο περισσότερο αποτελεσματική είναι η προσέγγιση. Κατά δεύτερο λόγο δε, θέλαμε να εξετάσουμε τη σχέση της φαρμακευτικής φροντίδας και του μάρκετινγκ σχέσεων, με την ικανοποίηση του φαρμακοποιού ως λειτουργού και ως επαγγελματία στο χώρο της υγείας, καθώς και με την ισχυροποίηση της θέσης του φαρμακοποιού ως παράγοντα (actor) στο χώρο του φαρμάκου.

Το δείγμα της έρευνας

Στην έρευνα συμμετείχαν 125 φαρμακοποιοί από τους νομούς Αττικής, Αχαΐας, Ηλείας, Αιτωλοακαρνανίας και της ευρύτερης περιοχής της Κρήτης, με την προϋπόθεση ότι όλοι έπρεπε να είναι ιδιοκτήτες φαρμακείου. Από αυτούς, το 47,6% είναι άνδρες και το 52,4% γυναίκες, ηλικίας 28-60 ετών (εκ των οποίων το 30,6% είναι 28-40 ετών, το 46% είναι 41-55 ετών και το υπόλοιπο 6,4% δήλωσαν ότι είναι άνω των 55 ετών). Αναφορικά με τον τόπο εγκατάστασης, το 33% των φαρμακείων βρίσκεται στο κέντρο πόλεων, το 10,5% δήλωσαν ότι βρίσκονται κοντά σε νοσοκομείο / κλινική, το 8,9% βρίσκονται κοντά σε ιατρεία, ένα 40,3% δήλωσαν ότι είναι εγκαταστημένα εκτός κέντρου, ενώ το υπόλοιπο 7,3% είναι εγκαταστημένοι σε κωμοπόλεις.

Τα φαρμακεία που εκπροσωπήθηκαν στην έρευνα, μπορούμε να πούμε ότι ήταν στην πλειοψηφία τους μεγάλα φαρμακεία, αφού το 59,7% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι εξυπηρετούν 50-100 πελάτες - ασθενείς κατά μέσο όρο ημερησίως, ενώ ένα άλλο 23,4% των ερωτηθέντων δήλωσε αντίστοιχο αριθμό 30-50 πελατών - ασθενών. Το υπόλοιπο δείγμα μας αποτελείται από φαρμακεία είτε πολύ μικρότερα (με ένα 4,8% να δηλώνει ότι εξυπηρετεί κάτω από 30 ασθενείς - πελάτες ημερησίως), είτε πολύ μεγαλύτερα φαρμακεία (το υπόλοιπο 12,1% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι εξυπηρετούν πάνω από 100 πελάτες ημερησίως). Τέλος, οι φαρμακοποιοί που συμμετείχαν στο δείγμα είναι αρκετά έμπειροι, αφού το 37,9% δήλωσε ότι λειτουργεί το φαρμακείο πάνω από 15 χρόνια, ένα ποσοστό 33,1% δήλωσε λειτουργία από 7-15 χρόνια, ενώ το υπόλοιπο 29% δήλωσε κάτω από 7 χρόνια λειτουργίας.

Μεταβλητές – ερωτηματολόγιο της έρευνας

Για τους σκοπούς της έρευνας συντάχθηκε μία σειρά ερωτήσεων που αφορούσε μετρήσεις των απόψεων των συμμετεχόντων της έρευνας, σχετικά με την πρακτική εφαρμογή του ΦΦ και του ΜΣ κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους. Επίσης, με μία άλλη σειρά ερωτήσεων στοχεύσαμε στη μέτρηση των διαφορών

πρακτικών του μάρκετινγκ, όπως ορίζονται από την προσήλωση στο προϊόν, στην προώθηση πωλήσεων, στις ανάγκες των πελατών ή στην εικόνα του φαρμακείου. Με μια άλλη σειρά μεταβλητών, προσπαθήσαμε να μετρήσουμε το βαθμό ικανοποίησης, πληρότητας, ή αποθάρρυνσης από την εργασία. Τέλος, αναπτύξαμε μεταβλητές ώστε να μετρήσουμε τον αντιλαμβανόμενο άμεσο-ενδοκλαδικό και έμμεσο-εξωτερικό κίνδυνο για τους φαρμακοποιούς (το κατά πόσο φαρμακοποιοί αισθάνονται ότι βιώνουν πιθανή απειλή από διάφορους παράγοντες, τόσο άμεσους κλαδικούς, όσο και εξωτερικούς - έμμεσους του κλάδου τους). Τέλος, η έρευνα εξέτασε τις συσχετίσεις μεταξύ όλων των παραπάνω μεταβλητών της έρευνας.

Ανάλυση – ομαδοποίηση μεταβλητών

Η ανάλυση των απαντήσεων των συμμετεχόντων της έρευνας επέτρεψε την κατηγοριοποίησή τους σε γενικούς παράγοντες (factors), για τις μεταβλητές που εξετάσαμε. Σημειώτεον, ότι τα στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα της ομαδοποίησης παραγόντων (factor analysis) ισχυροποιούν τις υποθέσεις μας για την εγκυρότητα των ευρημάτων, ως προς το ότι οι μεταβλητές μας είναι αντιπροσωπευτικές των εννοιών που εξετάζουμε. Πιο συγκεκριμένα:

Φαρμακευτική Φροντίδα

Αυτή ορίσθηκε από 4 ευρύτερους παράγοντες, οι οποίοι συνοψίζουν τις έννοιες που ορίζονται ως:

- Παράγων ΦΦ μετάδοσης γνώσης για τα καλλυντικά (ως συνισταμένη 8 μεταβλητών)
- Παράγων ΦΦ συστηματικής διαχείρισης γνώσης για τα OTC (4 μεταβλητές)
- Παράγων ΦΦ μετάδοσης γνώσης για τα συνταγογραφούμενα (4 μεταβλητές) και
- Παράγων ΦΦ θεματικής ενημέρωσης (για εποχιακές παθήσεις ή εναλλακτικές φαρμακευτικές θεραπείες) (2 μεταβλητές).

Πρακτικές Μάρκετινγκ

Εν συνεχεία, ο τρόπος κατά τον οποίο οι φαρμακοποιοί προσεγγίζουν τόσο τον πελάτη - ασθενή, όσο και την προώθηση των φαρμακευτικών προϊόντων, εξετάσθηκε από 17 μεταβλητές, τις οποίες η στατιστική ανάλυση μας επέτρεψε να ομαδοποιήσουμε σε 4 ευρύτερους παράγοντες, τους οποίους ορίζουμε ως:

- έμφαση στην προσήλωση στο προϊόν (συνισταμένη 4 μεταβλητών)
- έμφαση στην προώθηση πωλήσεων (5 μεταβλητές)
- έμφαση στην προσήλωση στις ανάγκες των πελατών (4 μεταβλητές) και
- έμφαση στην εικόνα του φαρμακείου (3 μεταβλητές).

Ικανοποίηση των φαρμακοποιών από την εργασία τους

Αυτή εξετάσθηκε με 8 μεταβλητές, οι οποίες ομαδοποιήθηκαν σε 3 ευρύτερες έννοιες, ως:

- ικανοποίηση από την εργασία (4 μεταβλητές)
- αποθάρρυνση από την εργασία (2 μεταβλητές, μονότονη και μη παραγωγική εργασία) και
- αίσθημα πληρότητας από την εργασία (2 μεταβλητές).

Αντιλαμβανόμενος κίνδυνος περιβάλλοντος

Τέλος, η άποψη των φαρμακοποιών σχετικά με διάφορες επικείμενες απειλές που μπορεί να βιώνουν για το επάγγελμά τους, εξετάσθηκε από 6 μεταβλητές, οι οποίες ομαδοποιήθηκαν σε 2 ευρύτερους παράγοντες, ως:

- απειλή από άμεσους - ενδοκλαδικούς κινδύνους (π.χ. συρρίκνωση περιθωρίου κέρδους, ανάδυση πολυκαταστημάτων φαρμακείων και πίεση στη συνταγογράφηση) και
- απειλή από έμμεσους - εξωτερικούς κινδύνους (π.χ. πολυκαταστήματα καλλυντικών, πώληση φαρμάκων μέσω διαδικτύου και πώληση φαρμάκων OTC μέσω αλυσίδων πολυκαταστημάτων).

Αναλύσεις - Συζήτηση

Οι παραπάνω κύριοι παράγοντες της Φαρμακευτικής Φροντίδας είχαν τις εξής στατιστικά σημαντικές σχέσεις με τους υπόλοιπους παράγοντες:

1) Υπάρχει **θετική** σχέση μεταξύ της **συστηματικής διαχείρισης γνώσης για τα OTC (ΜΗΣΥΦΑ)** και της προσέγγισης του μάρκετινγκ με **έμφαση στην προσήλωση στο προϊόν**.

Η σχέση αυτή καταδεικνύει ότι οι φαρμακοποιοί οι οποίοι έχουν εις βάθος γνώση για τα μη συνταγογραφούμενα φάρμακα (ΜΗΣΥΦΑ - OTC):

- Ενημερώνουν με λεπτομέρεια τους ασθενείς - πελάτες τους για τις χρήσεις, τις αλληλεπιδράσεις και τις πιθανές παρενέργειες των φαρμάκων αυτών.
- Τηρούν αρχεία, πολλές φορές και ηλεκτρονικά, σχετικά με το ιστορικό λήψης φαρμάκων και με άλλα στοιχεία σχετικά με τους πελάτες τους.
- Είναι προσηλωμένοι στο να παρέχουν το καταλληλότερο φαρμακευτικό προϊόν για τον ασθενή τους, με όσο το δυνατόν πληρέστερη ενημέρωση για τις παρενέργειές του.

Αυτοί οι φαρμακοποιοί δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην αξία του προϊόντος, ενώ οι ανάγκες του πελάτη - ασθενή, ή η εικόνα του φαρμακείου τους, καθώς και η προώθηση πωλήσεων, έχουν μικρότερη σπουδαιότητα γι' αυτούς.

2) Υπάρχει **αρνητική** σχέση μεταξύ της **μετάδοσης γνώσης για τα καλλυντικά** και της προσέγγισης του

μάρκετινγκ με **έμφαση στην προώθηση πωλήσεων**.

Το εύρημα αυτό καταδεικνύει ότι οι φαρμακοποιοί οι οποίοι γνωρίζουν σε βάθος τα καλλυντικά προϊόντα που έχουν στο κατάστημά τους:

- Παρέχουν εκτενή πληροφόρηση στους πελάτες τους.

- Επικοινωνούν την αξία του προϊόντος.

- Αισθάνονται λιγότερο πιεστική την ανάγκη να χρησιμοποιήσουν υποστηρικτικές μεθόδους πώλησης (π.χ. εκπτώσεις, προσφορές, ή δωρεάν δείγματα), προκειμένου να προωθήσουν το συγκεκριμένο προϊόν.

Η παροχή εκτενούς πληροφόρησης φαίνεται ότι μπορεί να απαντήσει στις ανάγκες των πελατών και να πείσει για την αξία του προϊόντος.

3) Υπάρχει **θετική** σχέση μεταξύ της **θεματικής ενημέρωσης** (ενημέρωσης για εποχιακά φαρμακευτικά προϊόντα, καθώς και για εναλλακτικές φαρμακευτικές θεραπείες) και της προσέγγισης του μάρκετινγκ με **έμφαση στην προώθηση πωλήσεων**.

Είναι γνωστό στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ, ότι ο υψηλός κίνδυνος που αισθάνεται ο πελάτης όταν πρόκειται να αγοράσει κάποιο νέο προϊόν, τον αποθαρρύνει από τη δοκιμή και είναι αναγκαία η παρότρυνσή του, μέσω κινήτρων προώθησης, όπως είναι η δωρεάν δοκιμή ή οι εκπτώσεις. Το παραπάνω εύρημα της εργασίας μας, καταδεικνύει ότι προκειμένου ο ασθενής - πελάτης να προχωρήσει στη δοκιμή κάποιας εναλλακτικής μεθόδου θεραπείας ή κάποιου εποχιακού φαρμακευτικού προϊόντος, χρειάζεται ενθάρρυνση εκ μέρους του φαρμακοποιοού, μέσω της παροχής δειγμάτων δωρεάν, προσφορών και εκπτώσεων, τα οποία αμβλύνουν τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο που αισθάνεται ο πελάτης - ασθενής ότι μπορεί να σπαταλήσει μέρος του εισοδήματός του για κάποιο νέο προϊόν, του οποίου η απόδοση να μην αντανακλά την τιμή του.

4) Υπάρχει **αρνητική** σχέση μεταξύ της **θεματικής ενημέρωσης** (ενημέρωσης για εποχιακά φαρμακευτικά προϊόντα, καθώς και για εναλλακτικές φαρμακευτικές θεραπείες) και της προσέγγισης του μάρκετινγκ με **έμφαση στην εικόνα του φαρμακείου**.

Το εύρημα αυτό καταδεικνύει ότι τα φαρμακεία τα οποία συνήθως παρέχουν ευρεία γκάμα φαρμακευτικών προϊόντων, είτε εποχιακών, είτε εναλλακτικής φαρμακευτικής δράσης, δεν αισθάνονται την ανάγκη να ταυτοποιηθούν ως φαρμακεία που εστιάζονται στα κύρια συνταγογραφούμενα φάρμακα και ΜΗΣΥΦΑ. Αισθάνονται δηλαδή ότι οι πελάτες προτιμούν τα φαρμακεία με τη μεγαλύτερη ποικιλία στα προσφερόμενα προϊόντα, διότι αυτά μπορούν να καλύψουν πιο σφαιρικά τις ευρύτερες ανάγκες τους, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα ομοειδή καταστήματα.

5) Τέλος, βρέθηκε **θετική** σχέση μεταξύ των μεταβλητών, **συστηματική διαχείριση γνώσης για τα ΟΤΚ (ΜΗΣΥΦΑ), έμφαση στην προσήλωση στις ανάγκες**

SOLIDON

Χλωροπρομαζίνη υδροχλωρική
(Chlorpromazine hydrochloride)

• **Οξείες και χρόνιες ψυχωσικές καταστάσεις**

• **Επίμονος λύγγας**

• **Οξεία διαλείπουσα πορφυρία**

• **Ναυτία και έμετοι τοξικής αιτιολογίας**



Επικαλυμμένα δισκία των 100mg
Κουτί των 50 δισκίων

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε συμβουλευθείτε τις Π.Χ.Π. που διατίθενται από την ADELCO A.E.



ADELCO ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΦΑΡΜΑΚΩΝ @ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ.
ΠΕΙΡΑΙΩΣ 37, 183 46 ΜΟΣΧΑΤΟ. ΤΗΛ.: 210-48.19.311-13.
FAX: 210-4816790. E-MAIL: info@adelco.gr

ΓΕΩΡΓ. ΘΕΟΤΟΚΑ 5, 546 21 ΘΕΣ/ΝΙΚΗ, ΤΗΛ.: 2310 239260
WEB SITE:www.adelco.gr

adelco

των πελατών και έμφαση στην προσήλωση στο προϊόν αφενός, και της μεταβλητής **αποθάρρυνση από την εργασία** (μονότονη και μη παραγωγική εργασία) αφετέρου.

Το εύρημα αυτό, εκ πρώτης απόψεως φαίνεται κάπως αντιφατικό. Δηλαδή, οι φαρμακοποιοί που αισθάνονται περισσότερο την ανάγκη και την αξία για οργανωμένη και διαρκή πληροφόρηση και εις βάθος γνώση τόσο των ΜΗΣΥΦΑ, όσο και των αναγκών των πελατών που αυτά τα φάρμακα μπορούν να καλύψουν, είναι ταυτόχρονα και οι πλέον αποθαρρυσμένοι από την εργασία τους.

Πίνακας 1

Θεωρώ ότι η δουλειά μου είναι:	Μ. Ο	Τυπ. Σφάλμα
Πολύτιμη	4,44	0,5
Ενδιαφέρουσα	4,44	0,6
Δημιουργική	4,41	0,7
Κάνω κάτι που αξίζει τον κόπο	4,37	0,6
Μου δίνει ικανοποίηση	4,31	0,5
Μου δίνει την αίσθηση της επιτυχίας	4,22	0,7
Μονότονη	3,29	1,1
Δεν είμαι παραγωγικός στη δουλειά μου	1,59	0,6

*Σε σύνολο 125 ερωτηθέντων, κλίμακα 1-5

Ο Πίνακας 1 απεικονίζει τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, σχετικά με το πώς βλέπουν τη δουλειά τους. Εδώ βλέπουμε ότι την υψηλότερη βαθμολογία κατέχουν οι χαρακτηρισμοί «ενδιαφέρουσα», «πολύτιμη», και «δημιουργική». Οι χαρακτηρισμοί «μονότονη» και «δεν είμαι παραγωγικός στη δουλειά μου», έχουν το χαμηλότερο μέσο όρο, υποδηλώνοντας ότι οι φαρμακοποιοί βιώνουν λιγότερο έντονα αυτά τα συναισθήματα. Ωστόσο, η εξήγηση στην παραπάνω θετική σχέση που αναλύσαμε, μπορεί να βρίσκεται στο ανήσυχο πνεύμα των φαρμακοποιών, που σχετίζεται με τη φιλοδοξία για περισσότερη εμπέδωση στη γνώση και στην ανάγκη για προσωπική ανάπτυξη.

Πράγματι, η διαρκής ανάπτυξη μέσω της ενημέρωσης - επιμόρφωσης πάνω στα σύγχρονα θέματα της επιστήμης και της διαρκούς εξέλιξης των απαιτήσεων των ασθενών - πελατών, καθώς και του ανταγωνισμού, μπορεί να τονώσει την αυτοπεποίθηση, την υποκίνηση, και τελικά την ικανοποίηση από την εργασία. Για παράδειγμα, οι φαρμακοποιοί έχουν καθοριστικό συμβουλευτικό ρόλο στις πωλήσεις των ΜΗΣΥΦΑ. Είναι αυτονόητο ότι η εις βάθος γνώση στις σύγχρονες εξελίξεις των ΜΗΣΥΦΑ, στον τρόπο διαχείρισης της προτεινόμενης θεραπείας και τήρησης βάσεων δεδομένων, προϋποθέτει αρκετή κατάρτιση, εξειδίκευση και συνεχή επιμόρφωση. Πράγματι, όπως βλέπουμε και στον

Πίνακας 2

Πόσο απαραίτητες πιστεύετε ότι είναι οι παρακάτω γνώσεις για τον σύγχρονο φαρμακοποιό:

	Μ. Ο	Τυπ. Σφάλμα
Γνώσεις φαρμακολογίας	6,15	1,4
Γνώσεις μάρκετινγκ	4,98	0,9
Γνώσεις φαρμακοτεχνολογίας	4,81	1,7
Γνώσεις μάνατζμεντ	4,80	0,8
Γνώσεις δίκησης προσωπικού	4,52	0,8
Γνώσεις χρηματοοικονομικών	4,40	1,3
Γνώσεις φαρμακογνωσίας	4,40	2,0

*Σε σύνολο 125 ερωτηθέντων, κλίμακα 1-7

Πίνακα 2, στον οποίο παρουσιάζουμε τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, σχετικά το ποιες γνώσεις θεωρούν απαραίτητες, πρώτη έρχεται η φαρμακογνωσία, ακολουθούμενη από πολύ κοντά από τις γνώσεις μάρκετινγκ, ενώ τα υπόλοιπα θέματα έπονται κατά σειρά σπουδαιότητας.

Συμπεράσματα έρευνας

Οι παραπάνω σημαντικές σχέσεις κατέδειξαν ότι οι φαρμακοποιοί που εφαρμόζουν είτε συνειδητά, είτε υποσυνείδητα, την ολοκληρωμένη προσέγγιση της Φαρμακευτικής Φροντίδας προς τους πελάτες - ασθενείς του φαρμακείου τους, με γνώμονα την επίτευξη της μέγιστης δυνατής ποιότητας τόσο στην ίαση, όσο και στη ζωή του ασθενούς, αναζητούν την αξία που μπορεί να παράσχει το εκάστοτε καταλληλότερο φαρμακευτικό προϊόν, ή καλλυντικό, ή η καταλληλότερη φαρμακευτική μέθοδος και προσπαθούν να επικοινωνήσουν και να επεξηγήσουν αυτή την παρεχόμενη αξία προς τους ασθενείς τους. Αυτοί οι φαρμακοποιοί αισθάνονται ότι πράγματι καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών - ασθενών τους και επιτυγχάνουν πωλήσεις χωρίς να χρειάζονται ιδιαίτερα την υποστήριξη από συμπληρωματικά μέσα προώθησης πωλήσεων, όπως είναι οι προσφορές, τα δωρεάν δείγματα, οι εκπτώσεις, κ.λπ. Επίσης, τα φαρμακεία που διαθέτουν μεγάλη γκάμα από επιπλέον παραφαρμακευτικά προϊόντα, εκτός από τα κύρια συνταγογραφούμενα φάρμακα και τα ΜΗΣΥΦΑ, αισθάνονται ότι καλύπτουν καλύτερα τις ανάγκες των πελατών, σε σχέση με τα άλλα ομοειδή φαρμακεία, στοιχείο που μπορεί να τους δίνει και μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στην αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

Ωστόσο, γενικά οι φαρμακοποιοί που δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στη γνώση των ΜΗΣΥΦΑ και στην προσήλωση στις ανάγκες των πελατών, φαίνεται ότι αισθάνονται σχετική αποθάρρυνση για τη δουλειά τους, γεγονός που μπορεί να προκύπτει από την ασάφεια σχετικά με την εξέλιξη τόσο της επιστήμης και του επαγγέλματός τους,

όσο και της γνώσης των πελατών και της αντιμετώπισης του ανταγωνισμού.

Η έρευνά μας επίσης κατέδειξε και αρκετές σχέσεις που αφορούν το ρόλο που μπορεί να παίξει η ΦΦ μεταξύ των αντιλαμβανόμενων απειλών του άμεσου-ενδοκλαδικού και του έμμεσου-εξωτερικού περιβάλλοντος αφενός, και της θέσης του φαρμακοποιού ως σημαντικού δρώντα (actor) στην αγορά του φαρμάκου αφετέρου, όπως θα συζητήσουμε σε επόμενη δημοσίευση. ■

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στο Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ, του Τμήματος Φαρμακευτικής, Πανεπιστημίου Πατρών.

Εδώ και μια δεκαετία λειτουργεί το μοναδικό στην Ελλάδα Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στο Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ, το οποίο ίδρυσαν οι Διδάσκοντες Καθηγητές του Τμήματος Φαρμακευτικής του Πανεπιστημίου Πατρών. Το μεταπτυχιακό αυτό πρόγραμμα είναι 2ετούς κύκλου, πλήρους φοιτήσεως, και δέχεται περιορισμένο αριθμό εισακτέων ετησίως. Από την αρχή της λειτουργίας του, έχουν αποφοιτήσει πάνω από 100 μεταπτυχιακοί φοιτητές, προερχόμενοι κυρίως από τις επιστήμες υγείας, αλλά και από άλλα συναφή επιστημονικά αντικείμενα. Επίσης, έχουν εκπονηθεί αρκετές αξιολογές εμπειρικές έρευνες. Σκοπός του είναι η εξέλιξη της έρευνας και της γνώσης στο χώρο του φαρμακευτικού κλάδου, αλλά και η παροχή σύγχρονης, προηγμένης γνώσης σε στελέχη επιχειρήσεων, όπως είναι οι φαρμακοποιοί, οι ιατρικοί επισκέπτες και τα στελέχη μάρκετινγκ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο τομέα της υγείας.

ΠΡΟΦΙΛ

Η Δρ. Δέσποινα Καραγιάννη (karayan@otenet.gr) είναι Επίκουρος Καθηγήτρια του Μάρκετινγκ και διδάσκει στο MBA του Τμήματος Διοίκησης του Πανεπιστημίου Πατρών, αλλά και στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα του Φαρμακευτικού Μάρκετινγκ του Τμήματος Φαρμακευτικής (από της ίδρυσής του, σχεδόν μία δεκαετία) στο ίδιο Πανεπιστήμιο. Έχει εκπονήσει αρκετές εμπειρικές έρευνες, ως επιβλέπουσα μεταπτυχιακών και διδακτορικών μελετών σχετικά με το μάρκετινγκ επιχειρήσεων (business to business) και διοίκησης πωλήσεων, στο φαρμακευτικό μάρκετινγκ, στο μάρκετινγκ σχέσεων και στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ.

Υπέροχα αρώματα
Μοναδικές τιμές



Όλοι οι γνωστοί κωδικοί αρωμάτων χύμα και τυποποιημένα

◆ 100% φυσικά αιθέρια έλαια, φυτικά λάδια και υλικά συσκευασίας (βάζα, φιάλες, φιαλίδια)

◆ Μεγάλη ποικιλία από εσάνς

PLATON SA

Αναξαγόρα 9 & Γερανίου / 105 52 Αθήνα

Τηλ: 210 5237915 - 210 5200091

www.juliarosenthal.gr / e-mail: info@juliarosenthal.gr

ELEVON PERFUMERY
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΡΩΜΑΤΟΠΟΙΙΑ

Οι Πρώτες Βοήθειες ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

♦ Από την **ΑΣΠΑΣΙΑ ΣΚΟΥΦΙΔΗ**, Β. Φαρμακείου, Σύμβουλο ανάπτυξης και προώθησης πωλήσεων

Ο χώρος του φαρμακείου αποτελεί ταυτόχρονα και χώρο πρωτοβάθμιας περίθαλψης. Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα, απευθύνεται κάποιος στο φαρμακείο για την παροχή πρώτων βοηθειών σε περιπτώσεις ανάγκης. Είναι λοιπόν μέλημα του φαρμακοποιού να μπορεί να αξιολογήσει κάθε φορά το πρόβλημα και να προτείνει την κατάλληλη λύση.

Μια ιδιαίτερη κατηγορία ατόμων που μπορεί να χρειαστεί να προσφέρουμε πρώτες βοήθειες είναι τα παιδιά. Και εδώ θα πρέπει να είναι σε θέση να δώσει τις κατάλληλες συμβουλές ή να κάνει τις κατάλληλες ενέργειες ανάλογα με την περίπτωση.

Οι πιο συχνόι τραυματισμοί που αφορούν παιδιά και μπορεί κάποιος να ζητήσει τη βοήθειά μας, είναι οι εξής: Εγκαύματα, Τραυματισμοί, Δηλητηρίαση, Πνιγμός από ξένα σώματα.



1η Περίπτωση: Εγκαύματα

«Ο γιος μου κάπκε στο μάτι της κουζίνας»

«Είχα μόλις τελειώσει το μαγείρεμα και έπλενα τα πιάτα, αλλά δεν είδα ότι ο μικρός σκαρφάλωσε πάνω στον πάγκο για να πάρει το ποτήρι με το νερό του και στην προσπάθειά του να περάσει, έβαλε το χέρι του πάνω στο πυρακτωμένο μάτι. Έβαλα αμέσως πάνω στο κάψιμο λίγο βούτυρο, αλλά τώρα έχει περάσει περίπου μια ώρα και η κοκκινίλα δεν έχει υποχωρήσει ακόμα. Τι να κάνω»;

Η απάντησή σας

«Μιας και έχετε μικρά παιδιά στο σπίτι, καλό θα ήταν να γνωρίζετε ότι η πρώτη βοήθεια σε περίπτωση τέτοιας έκτασης εγκαύματος είναι να το βάλετε κάτω από τρεχούμενο δροσερό νερό για τουλάχιστον 5 λεπτά. Επίσης, καλό είναι να αποφεύγετε τις «συνταγές της γιαγιάς», όπως βούτυρο, ξίδι, πατάτα, τοματοπολτός ή οδοντόκρεμα! Ευτυχώς, στην περίπτωσή σας το έγκαυμα είναι πρώτου βαθμού, το οποίο σημαίνει ότι με ένα απολυμαντικό σπρέι και μια καταπραϊντική κρέμα, σύντομα θα γίνει καλά. Υπάρχει και μια μικρή φουσκάλα που αρχίζει να δημιουργείται, την οποία δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να σπάσετε εσείς, αλλά να φροντίζετε να μην έρχεται σε επαφή με μολυσματικούς παράγο-

ντες μέχρι να θεραπευθεί πλήρως. Επίσης, μπορείτε να χορηγήσετε κάποιο ελαφρύ παυσίπονο για 1-2 μέρες, μιας και μπορεί να παραπονεθεί για πόνο το παιδάκι σας».

Στις περιπτώσεις εγκαυμάτων και πριν την αποτελεσματική παροχή πρώτων βοηθειών θα πρέπει να πάρουμε πληροφορίες σχετικά με την πηγή του εγκαύματος (θερμικό, χημικό, ηλιακό), το βαθμό του εγκαύματος (1ου, 2ου, 3ου), τον οποίο θα κρίνουμε ανάλογα με τα συμπτώματα που παρουσιάζει, καθώς και επιπλέον χαρακτηριστικά τα οποία καθορίζουν τη σοβαρότητα ενός εγκαύματος, όπως το πότε έγινε, αν έχει κολλήσει κάποιο ύφασμα, αν είναι κοντά σε βλεννογόνους ή παρουσιάζει φλεγμονώδη σημεία (πύον, πρήξιμο, ερυθρότητα).

Σε κάθε περίπτωση, κάποιες επιπλέον συμβουλές που μπορούμε να δώσουμε είναι η συνεχής παρακολούθηση του εγκαύματος μέχρις ότου επουλωθεί πλήρως, το να μην πειράξουν τη φουσκάλα με το υγρό, παρά μόνο αφού σπάσει, να βάλουν κάποιο αντισηπτικό ευρέως φάσματος χωρίς χρώμα (π.χ. κλωρεξιδίνη), η σωστή φροντίδα με συχνές αλλαγές (εφόσον κριθεί ότι χρειάζεται επίδεση), ενώ τέλος, καλό θα είναι να προμηθευτούν μια επουλωτική κρέμα, την οποία θα έχουν πάντα στο σπίτι και θα μπορούν να χρησιμοποιούν άμεσα.

ΤΙ ΝΑ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ;

Τύπος προϊόντος	Σε ποια περίπτωση	Τρόπος χρήσης	Πλεονεκτήματα / Μειονεκτήματα
Ενυδατική κρέμα	Σε έγκαυμα 1ου ή 2ου βαθμού και σε ηλιακό έγκαυμα	<u>Σε 1ου βαθμού:</u> εφαρμόστε σε παχύ στρώμα 2-4 φορές/ημέρα. <u>Σε 2ου βαθμού:</u> εφαρμόστε σε παχύ στρώμα και καλύψτε με επίδεσμο.	+ ενυδάτωση και επούλωση. - πιθανό τσούξιμο.
Καταπραϊντική κρέμα	Σε έγκαυμα 1ου βαθμού	Εφαρμόστε σε λεπτό στρώμα 2-3 φορές/ημέρα.	+ καταπραϊνεί το τσούξιμο και τον πόνο.
Λιποκολοειδές επίθεμα	Σε έγκαυμα 1ου ή 2ου βαθμού έκτασης κάτω από 2 εκατοστά	Εφαρμόστε πάνω στο έγκαυμα. Ανανεώστε 1-2 φορές/ημέρα.	+ αποσύρεται ανώδυνα. - ακατάλληλο για ζώνες ευέλικτες και εύκαμπτες.
Υδροκολοειδές επίθεμα	Σε έγκαυμα 1ου ή 2ου βαθμού επίπεδης επιφάνειας μεγαλύτερης έκτασης	Εφαρμόστε την αυτοκόλλητη επιφάνεια πάνω στο έγκαυμα. Ανανεώστε κάθε 3-4 ημέρες.	+ αποσύρεται ανώδυνα, αδιαπέραστο από νερό και βακτηρίδια. Διαφανές, επιτρέπει τον οπτικό έλεγχο της πληγής.
Επίδεσμικό πολυουρεθάνης	Σε έγκαυμα σε σημείο εύκαμπτο	Αφαιρέστε το προστατευτικό χαρτί. Εφαρμόστε το πάνω στο έγκαυμα. Μπορεί να μείνει από 1-7 μέρες.	+ αδιαπέραστο από νερό και βακτηρίδια. Διαφανές, επιτρέπει τον οπτικό έλεγχο της πληγής.

2η Περίπτωση: Τραυματισμοί

«Ο μικρός μου, ενώ έκανε κούνια, έπεσε και κτύπησε άσχημα»

«Ο γιος μου είναι 8 ετών και ενώ έκανε κούνια έπεσε. Εκτός από τις γρατζουνιές και τις πληγές, φοβάμαι μήπως κτύπησε άσχημα στο κεφάλι και έχει πάθει κάποια διάσειση».

Η απάντησή σας

«*Χαυκάστε, αν ο γιος σας δεν έχασε τις αισθήσεις του, δεν έχει πυρετό, δεν έκανε έμετο, αν τρώει και τα δόντια του είναι άθικτα, περισσότερο τρόμαξε παρά έπαθε κάτι σοβαρό. Θα φροντίσουμε το τραύμα στο μέτωπό του, απολυμαίνοντας με ένα τοπικό αντισηπτικό και βάζοντάς του μια αντιβιοτική αλοιφή για λίγες μέρες και στη συνέχεια μπορείτε να ξεκινήσετε τη χρήση μιας επουλωτικής κρέμας, ώστε να μην του αφήσει σημάδι. Παρόλα αυτά, για τις επόμενες 24 ώρες από το χτύπημα, θα πρέπει να παρατηρήσετε κάποια μη φυσιολογικά συμπτώματα, όπως υπνηλία ή έμετος, να πάτε άμεσα στο νοσοκομείο, όπου θα τεθεί υπό παρακολούθηση».*

«Ο μικρός μου γιος κτύπησε και έκανε μια μελανιά στο πόδι»

«Ο 10χρονος γιος μου μόλις γύρισε από το ποδόσφαιρο με μια τεράστια μελανιά στο μηρό του. Στο γήπεδο δεν του έβαλαν κάτι. Τι μπορείτε να κάνετε»;

Η απάντησή σας

«*Αυτά παθαίνουν οι μεγάλοι αθλητές! Οι μώλωπες είναι εσωτερικοί τραυματισμοί του δέρματος χωρίς ανοικτή πληγή. Στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν είναι κάτι σο-*

βαρό και θα υποχωρήσει σταδιακά σε 2-3 εβδομάδες. Αφού δεν έχει περάσει πολύ ώρα, θα βάλουμε αρχικά μια παγοκύστη, η οποία ανακουφίζει από τον πόνο και μειώνει τον κίνδυνο επέκτασης της βλάβης, ενώ στη συνέχεια θα εφαρμόσουμε τοπικά μια κρέμα με Arnica, που θα βοηθήσει το μώλωπα να υποχωρήσει».

Στην περίπτωση τραυματισμών, αυτό που θα πρέπει να εκτιμήσουμε πρώτα απ' όλα είναι η σοβαρότητα του τραύματος, το οποίο θα κρίνουμε βάση της έκτασής του, του βάθους, του πού έχει γίνει (ένα τραύμα κοντά στη μύτη, το στόμα, τα αυτιά ή τα μάτια, είναι δυνητικά σοβαρό), την παρουσία ξένου σώματος, το επίπεδο αιμορραγίας, καθώς και την απώλεια ή όχι συνείδησης του θύματος.

Ανάλογα με τη σοβαρότητα του τραύματος, είτε θα το αντιμετωπίσετε μόνοι σας με αντισηπτικό, τοπικό αντιβιοτικό για 1-2 μέρες (διότι η παρατεταμένη χρήση του αντιβιοτικού καθυστερεί την επούλωση), στη συνέχεια μια επουλωτική κρέμα για γρηγορότερη επούλωση χωρίς σημάδια και επίδεση αν είναι απλό ή με ξηρό αντισηπτικό και πλαστικά ράμματα αν είναι μικρής έκτασης ή σε πιο σοβαρές περιπτώσεις με επίδεση, ώστε να μειωθεί η αιμορραγία εν αναμονή του ασθενοφόρου. Σε κάθε περίπτωση πριν από κάθε εργασία να φοράτε γάντια, να παραμένετε ψύχραιμοι και να δίνετε ιδιαίτερη σημασία στις πληροφορίες που σας δίνονται, αλλά και στις δικές σας διαπιστώσεις, όπως περιπτώσεις εσωτερικών τραυμάτων, απώλεια συνείδησης. Επίσης, σε περιπτώσεις σοβαρών τραυματισμών θα πρέπει να βοηθήσετε το θύμα να παραμείνει σε θέση ανάνηψης, ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι επιπλοκές ή το ενδεχόμενο σοβαρότερου τραυματισμού.

FLAMIGEL



Εφημερεύει για σας!

Εκδορές • Πληγές • Κοψίματα • Εγκαύματα

- Επουλώνει γρήγορα τραύματα-εγκαύματα-ανοικτές πληγές
- Καταπραΰνει από τον πόνο, το τσούξιμο και τον κνησμό
- Αποκαθιστά την ισορροπία της υγρασίας στην πληγή (τραύματα - εγκαύματα)
- Προστατεύει από επιμολύνσεις
- Χρησιμοποιείται από την πρώτη στιγμή μέχρι την οριστική επούλωση της πληγής
- Κατάλληλη για πρόσωπο και σώμα, για βρέφη, παιδιά και ενήλικες



Απλώς απαραίτητο
σε κάθε φαρμακείο σπιτιού-διακοπών

Η ΘΕΣΗ ΑΝΑΝΗΨΗΣ

1. Τραβήξτε απαλά το χέρι του παιδιού

κάθιστα με τον άξονα του σώματος.



2. Καθίστε στα γόνατα στο ύψος της λεκάνης του

Τραβήξτε με το χέρι σας τον αντίθετο ώμο.

Συγκρατήστε στερεά με το άλλο χέρι το γοφό του και γυρίστε το παιδί προς εσάς.



3. Λυγίστε το πάνω γόνατο

και τοποθετήστε το πάνω χέρι πάνω από το κάτω χέρι.

3η Περίπτωση: Δηλητηρίαση

«Ο γιος μου κατάπιε όλο το αντιπυρετικό σιρόπι από το μπουκάλι»

«Ο τρίχρονος γιος μου άνοιξε το ντουλάπι που φυλάω τα φάρμακα και ήπια σχεδόν όλο το αντιπυρετικό σιρόπι παρακεταμόλης από το μπουκάλι. Είχε खुθεί λίγο και πάνω στο χαλί, αλλά δεν ξέρω ακριβώς τι ποσότητα ήπια».

Η απάντησή σας

«Ευτυχώς που γνωρίζετε το περιεχόμενο του μπουκαλιού. Η δηλητηρίαση από παρακεταμόλη έχει ένα αποτελεσματικό αντίδοτο, αν ληφθεί μέσα στις πρώτες δέκα ώρες. Δεν μπορούμε να είμαστε σίγουροι για την ακριβή ποσότητα που ήπια, αλλά με δεδομένο το μικρό του βάρος, ακόμα και μια σχετικά μικρή ποσότητα μπορεί να έχει τοξική δράση.

Θα επικοινωνήσουμε άμεσα με το κέντρο δηλητηριάσεων στο 210 7793777, ώστε να μας καθοδηγήσουν υπεύθυνα».

Οι ενέργειές σας

Πρώτα απ' όλα, συλλέγετε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το είδος, την ποσότητα και τη σύσταση του προϊόντος που κατάπιε το παιδί, καθώς επίσης και σχετικά με την ηλικία και τα κιλά του παι-

διού, στοιχεία που θα σας βοηθήσουν στην αποτελεσματικότερη επικοινωνία με το κέντρο δηλητηριάσεων. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη και αν είναι ξεκάθαρος ο τρόπος δηλητηρίασης και γνωρίζετε τον τρόπο αντιμετώπισης, να επικοινωνείτε με το κέντρο δηλητηριάσεων, ώστε να έχετε την καθοδήγηση ειδικού.

-Σε καμιά περίπτωση μην προκαλέσετε έμετο χωρίς ιατρική συμβουλή και αποφύγετε τη χορήγηση νερού, γάλακτος ή τροφής, μέχρις ότου γνωρίζετε το είδος της δηλητηρίασης.

-Εάν το παιδί είναι αναίσθητο, τοποθετήστε το στη θέση ανάνηψης.

-Αν πρόκειται για ένα καυστικό προϊόν, σκουπίστε με ένα πανί και άφθονο νερό όσο προϊόν παρέμεινε στα χείλη ή τις βλεννογόνους.

-Αφαιρέστε ρούχα τα οποία έχουν εμποτιστεί και συνεχίζουν να προκαλούν βλάβη ή εμποδίζουν την εξέταση.

-Αν έχει έρθει σε επαφή με το δέρμα, ξεπλύνετε με νερό για 15 λεπτά.

4η Περίπτωση: Πνιγμός από ξένα σώματα

«Ένα κόκαλο από ψάρι κάθισε στο λαιμό της»

«Η κόρη μου 4 ετών παραπονιέται ότι κάτι της έχει καθίσει στο λαιμό. Ανησυχώ γιατί είχαμε ψάρι για μεσημεριανό και φοβάμαι μήπως κάποιο κόκαλο της έχει σφηνωθεί».

Η απάντησή σας

«Ναι, πράγματι η κόρη σας φαίνεται ανήσυχη και κάτι την ενοχλεί στο λαιμό, αλλά ευτυχώς δεν παρουσιάζει προβλήματα στην αναπνοή. Μπορεί να είναι απλώς ένας μικροτραυματισμός στον οισοφάγο και τίποτα παραπάνω. Δώστε της λίγη ψίχα από ψωμί, αν η ενόχληση επιμένει όμως, μπορεί να έχει καταπιεί κάποιο άλλο μικρό αντικείμενο και δεν τολμά να παραδεχθεί (κομμάτι από Lego, νόμισμα...) και θα χρειαστεί να δείτε ένα γιατρό».

Η εκτίμηση της κατάστασης

Ο τρόπος δράσης σας εξαρτάται από το τι έχει καταπιεί ένα παιδί και ποιες επιπτώσεις αυτό έχει, αν γνωρίζουμε το αντικείμενο και αν το παιδί παρουσιάζει δυσκολία στην αναπνοή του.

Αν το παιδί έχει δυσκολία στην αναπνοή, αλλά βήχει με έντονο τρόπο, ενθαρρύνετε το να βήχει ώστε να μπορέσει να βγάλει το αντικείμενο μόνο του. Σε καμιά περίπτωση μην του δώσετε υγρά ή μην το χτυπάτε στην πλάτη.

Αν αυτό δε συμβεί μέσα σε μερικά λεπτά και το παιδί δεν μπορεί να μιλήσει, είναι καλυμμένο με ιδρώτα, διασταλμένες κόρες, μελανό ή έχασε τις αισθήσεις του, θα πρέπει να παρέμβετε άμεσα εφαρμόζοντας την πρακτική Mofenson ή Heimlich, ανάλογα με την ηλικία του παιδιού, διότι οι υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης μπορεί να φτάσουν πολύ αργά.

Σε κάθε περίπτωση, αν υπάρχει και απώλεια συνείδησης, θα πρέπει να ξεκινήσετε τεχνητές αναπνοές μέχρι να έρθει η βοήθεια.

Τα ατυχήματα αυτού του είδους απαιτούν την εισαγωγή σε νοσοκομείο, ακόμη και αν το παιδί φαίνεται να έχει ανακάμψει πλήρως.

Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ ΜΟFENSON ΚΑΙ HEIMLICH

Mofenson

Χρησιμοποιείται σε παιδιά ΚΑΤΩ από ενός χρόνου

- Τοποθετήστε το αναίσθητο παιδί μπρούμυτα με το στομάχι πάνω στο μηρό σας, ενώ έχετε σταυρώσει τα πόδια.
- Βάλτε από κάτω το αριστερό σας χέρι στο θώρακα του παιδιού και κτυπήστε πολλές φορές το δεξιό σας χέρι στην πλάτη του, ανάμεσα στις δύο ωμοπλάτες.
- Σε περίπτωση αποτυχίας, γυρίστε το παιδί ακουμπώντας την πλάτη του στο μηρό σας και με τεταμένα τα δάκτυλα σηρώξτε 3-4 φορές το μεσαίο τμήμα του θώρακα.



Heimlich

Χρησιμοποιείται σε παιδιά ΠΑΝΩ από ενός χρόνου

- Τοποθετηθείτε πίσω από το παιδί. Ζώστε τα δύο σας χέρια γύρω από τη μέση του ή τις δύο γροθιές σας ανάλογα με την ηλικία του παιδιού, στη θέση πάνω από τον ομφαλό.
- Πιέστε με απότομη κίνηση από κάτω προς τα πάνω και από μπροστά προς τα πίσω το στομάχι και τους πνεύμονες. Επαναλάβετε αν χρειαστεί.



Ο ρόλος σας στην παροχή πρώτων βοηθειών

Ειδικά στις περιπτώσεις παροχής πρώτων βοηθειών σε παιδιά, ο ρόλος του ατόμου που θα προσφέρει τις πρώτες βοήθειες είναι διπλός. Από τη μια θα πρέπει να αναλάβει την ευθύνη για τη σωστή παροχή πρώτων βοηθειών, θα πρέπει δηλαδή να είναι σε θέση να αξιολογήσει την κατάσταση, να σκεφτεί τη δική του ασφάλεια αλλά και των γύρω του, να συλλέξει χρήσιμες πληροφορίες, να καλέσει βοήθεια και να δράσει παρέχοντας τις πρώτες βοήθειες. Από την άλλη θα πρέπει επίσης να είναι σε θέση να βοηθήσει και τους συνοδούς του παιδιού, οι οποίοι ενδεχομένως να είναι ιδιαίτερα ανήσυχοι.

Αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί όταν ο διασώστης έχει αρκετή εμπειρία, ώστε να είναι σίγουρος για τις δικές του αποφάσεις και πράξεις, για να μπορεί να δράσει άμεσα και αποτελεσματικά.

Δημιουργία μιας χαλαρής ατμόσφαιρας

- Δε θα πρέπει να καταλαμβάνετε από πανικό, αλλά να δημιουργήσετε μια κατάσταση ηρεμίας και εμπιστοσύνης που είναι πολύ σημαντική, τόσο για το θύμα όσο και για τους συνοδούς του.
- Ειδικά στις περιπτώσεις πρώτων βοηθειών σε παιδιά, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα κλίμα φιλικό προς το παιδί, με τους γονείς να είναι παρόντες (εκτός και αν προκαλούν ιδιαίτερα σοβαρά προβλήματα με την παρουσία τους).
- Θα πρέπει να αφιερώσετε αρκετό χρόνο ώστε να ακούσετε όλες τις πληροφορίες που μπορούν να σας παρέχουν, διότι κάποιες από αυτές μπορεί να έχουν μεγάλη σημασία για την επιλογή των πρώτων βοηθειών.

Ακόμη και αν δεν μπορείτε να προσφέρετε κάτι παραπάνω από μια απλή κλήση ασθενοφόρου, μείνετε με το νεαρό θύμα και τους γονείς για όση ώρα περιμένουν. Μόνο και μόνο η παρουσία ενός ανθρώπου που γνωρίζει κάτι παραπάνω, μπορεί να έχει τεράστια επίδραση στην ψυχολογία τους αν είναι ανήσυχοι.

Αν χρειαστεί να πάρετε πληροφορίες κατευθείαν από το παιδί, χαμηλώστε στο ύψος του και μιλήστε του με ήρεμο και σταθερό τόνο, δίπλα στον πατέρα του ή τη μητέρα του, ώστε να μπορεί να αισθάνεται ασφάλεια.

- Ακόμη και αν οι γονείς του φωνάζουν ή είναι εκνευρισμένοι, προσπαθήστε να ηρεμήσετε το κλίμα και να τονίσετε ότι βρίσκεστε εκεί για να βρείτε μια λύση στο πρόβλημά τους.
- Οι ενέργειές σας μπορεί επίσης να έχουν αντίκτυπο στην ψυχολογία του παιδιού. Προσπαθήστε να μιλάτε ήρεμα, να έχετε σιγουριά στις κινήσεις σας, να ενημερώνετε για τις πράξεις σας και να εμπλέκετε τους γονείς στη διαδικασία.

Fissan baby



ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΤΙΚΗ

ΚΑΤΑΠΡΑΪΝΤΙΚΗ

ΑΝΑΠΛΑΣΤΙΚΗ

ΑΝΤΙΕΝΖΥΜΑΤΙΚΗ

ΑΝΤΙΒΑΚΤΗΡΙΔΙΑΚΗ*

Αποτελεσματικότητα **x5**

Νέα κρέμα για συγκάματα 5 σε 1

Η Fissan Κρέμα για συγκάματα 5 σε 1 περιέχει ένα μείγμα ενεργών συστατικών και εκχυλισμάτων με αποδεδειγμένες για την επιδερμίδα ευεργετικές ιδιότητες. Το οξείδιο του ψευδαργύρου προστατεύει το δέρμα από τους εξωτερικούς παράγοντες, τις κοκκινίλες και τους ερεθισμούς. Παράλληλα, η πανθενόλη προάγει τη φυσική διαδικασία ανάπλασης της επιδερμίδας και τη βοηθά να παραμείνει απαλή και ενυδατωμένη. Τέλος, οι καταπραϊντικές ιδιότητες της καλέντουλας συμβάλλουν στην ανακούφιση της επιδερμίδας από τη δυσάρεστη αίσθηση που προκαλούν οι ερεθισμοί.

*Το οξείδιο του ψευδαργύρου, χάρη στις έμμεσες αντιβακτηριδιακές του ιδιότητες, κρατά τους μικροοργανισμούς μακριά από το δέρμα, προστατεύοντάς το.



Φαρμακευτικό Εργαστήριο CANA Α.Ε. – Τομέας Φροντίδας Υγείας, Λεωφ. Ηρακλείου 446, 14122 Ηράκλειο Αττικής, τηλ.: 210 2683314, fax: 210 2630773, www.cana.gr, e-mail: healthcare@cana.gr

Οι λέξεις και οι χειρισμοί που καθουχάζουν

Πολύ προσοχή θα πρέπει να δώσετε και στις λέξεις ή τις φράσεις που θα χρησιμοποιήσετε. Οι γονείς αισθάνονται ήδη ένοχοι. Μια μητέρα που αναζητά ανήσυχη τις πρώτες βοήθειες στο έγκαυμα από σίδερο του παιδιού της, αισθάνεται ένοχη γιατί έστω και για ένα δευτερόλεπτο δεν πρόσεξε το παιδί της. Λέγοντάς της ότι δεν έχει σημασία το πώς έγινε, την ώρα που προσπαθεί να σας εξηγήσει ότι έστρεψε αλλού την προσοχή της για πολύ λίγο, γιατί ίσως το άλλο της παιδί έκανε κάτι εξίσου επικίνδυνο, ή ίσως κτύπησε η πόρτα, μπορεί να εντείνει τις εννοχές της. Μπορείτε όμως να την κάνετε να αισθανθεί καλύτερα, λέγοντάς της ότι έπραξε το σωστό, βάζοντας το σημείο με το έγκαυμα κάτω από το νερό.

Ένας γονιός θα αγχωθεί ακόμα περισσότερο, λέγοντάς του να ηρεμήσει γιατί έτσι δε βοηθάει την κατάσταση, μπορείτε όμως να τον βοηθήσετε να το κάνει, ζητώντας του επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τα γεγονότα και τις πράξεις του, ώστε να δημιουργήσετε μια θετική ατμόσφαιρα, όπως: «Μπορείτε να καθίσετε;», «Πείτε μου πώς συνέβη;».

Προτείνοντας στο γονιό να ενεργήσει και να συμμετέχει, τον βοηθάτε να αναλάβει πρωτοβουλίες και να αντιληφθεί τη σοβαρότητα ή όχι του ατυχήματος ο ίδιος, μιας και υπάρχει η τάση στους γονείς να μειώνουν ή να μεγεθύνουν το πρόβλημα για διάφορους λόγους, και σχεδόν ποτέ δεν το βλέπουν στην πραγματική του διάσταση.

Ο ρόλος σας είναι στη συνέχεια να αφοσιωθείτε στην παροχή πρώτων βοηθειών, στο παιδί και στη συλλογή πληροφοριών.

Όταν στη θέση του ασθενή έχουμε ένα μικρό παιδί, η εμπλοκή του γονέα στη διαδικασία και την επικοινωνία, μπορεί να μειώσει την αγωνία και το φόβο του παιδιού προς εμάς που είμαστε ξένοι. Ζητάμε από το παιδί να πει στη μαμά του και όχι σε εμάς απευθείας τι έγινε ή ζητάμε από τον μπαμπά (αν είναι σε ψυχολογική θέση) να μας βοηθήσει κρατώντας το παιδί αγκαλιά την ώρα που του καθαρίζουμε το τραύμα.

ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ!**Ενέργειες που πρέπει να γίνουν μέσα στα 5 πρώτα λεπτά****Εγκαύματα**

- Βάλτε κάτω από κρύο νερό για 5 λεπτά
- Μην γδύσετε το παιδί αν φοράει συνθετικά

Τραυματισμοί

- Συμπίεση της πληγής έντονα για 5 λεπτά
- Σε περίπτωση απώλειας της συνείδησης ή αιμορραγίας από τη μύτη ή το αυτί, καλέστε ασθενοφόρο

Δηλητηρίαση

- Μην προκαλέσετε έμετο πριν από ιατρική συμβουλή
- Μην δώσετε υγρά
- Επικοινωνήστε με το κέντρο δηλητηριάσεων

Πνιγμός από ξένα σώματα

- Εάν το παιδί βήχει, αφήστε το να καθίσει ή να σταθεί σε όρθια θέση
- Αν το παιδί πνίγεται, εκτελέστε τη μέθοδο Heimlich ή Mofenson

Οι συμβουλές σας στους γονείς

- Μην αφήνετε τα μικρά παιδιά χωρίς επίβλεψη, ακόμη και για λίγο χρόνο.
- Απαραίτητη η δημιουργία ενός φαρμακείου πρώτων βοηθειών στο σπίτι ειδικά για παιδιά, που θα περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα για την αντιμετώπιση των μικροτραυματισμών που μπορεί να συμβούν στο σπίτι.

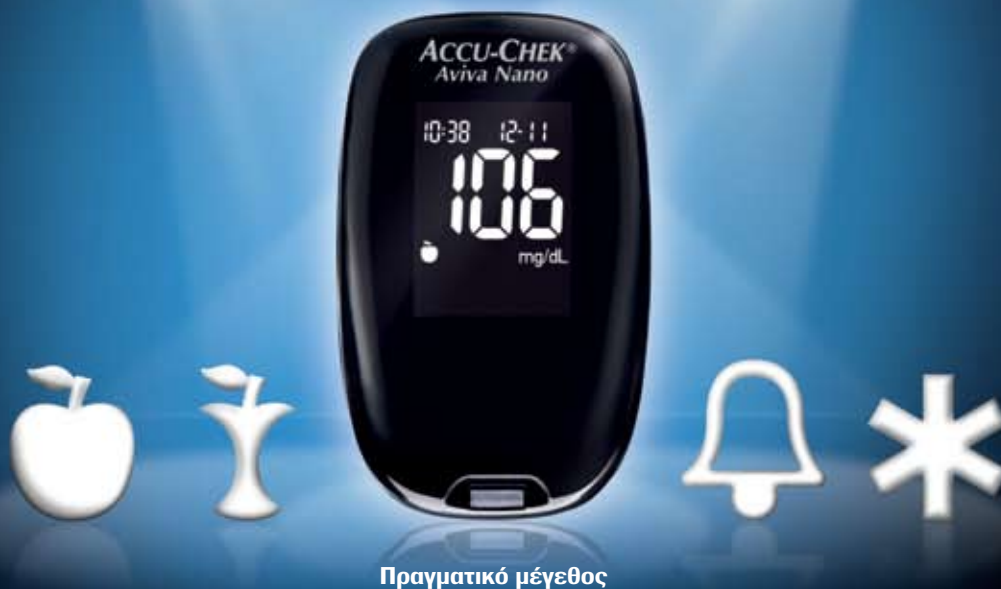
Αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Αποστειρωμένες γάζες και επιδέσμους
- Αντισηπτικό σπρέι
- Ταινία επικόλλησης
- Μια αλοιφή για τα εγκαύματα
- Μια κρέμα για χτυπήματα και γρατζουνιές
- Αυτοκόλλητα ράμματα
- Ένα παυσίπονο ειδικά για παιδιά
- Όλοι οι τηλεφωνικοί αριθμοί έκτακτης ανάγκης (ασθενοφόρο, κέντρο δηλητηριάσεων, πυροσβεστική, παιδίατρος, φαρμακείο), να είναι κολλημένοι ή μέσα στο κουτί ή στο ντουλαπάκι του φαρμακείου πρώτων βοηθειών.
- Στο φαρμακείο του σπιτιού να υπάρχουν γραπτά μια σειρά με εύκολες οδηγίες, διότι είναι σύνηθες το φαινόμενο να υπάρχει πλήρως εξοπλισμένο φαρμακείο, αλλά κανείς να μην ξέρει να το χρησιμοποιήσει. Μπορείτε να κολλήσετε αυτοκόλλητα με νούμερα πάνω στα προϊόντα που περιέχει το φαρμακείο και να ενημερώνετε το γονέα με ποια σειρά και ποιο τρόπο θα τα χρησιμοποιήσει.

Για να μπορέσει ο φαρμακοποιός να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στην κλήση του για παροχή πρώτων βοηθειών, θα πρέπει ο ίδιος να είναι πολύ καλός γνώστης των τεχνικών που περιγράφηκαν παραπάνω. Αν κάποιος θέλει να «φρεσκάρει» τις γνώσεις του ή να ενημερωθεί για τις καινούριες εξελίξεις και τεχνικές, μπορεί να απευθυνθεί είτε σε κάποιο ιδιωτικό σωματείο που παρέχει εκπαίδευση στις πρώτες βοήθειες, ή στον Ελληνικό Ερυθρό Σταυρό που είναι ο κατεξοχόν υπεύθυνος στη χώρα μας για την πιστοποίηση των γνώσεων πρώτων βοηθειών.

Επίσης μπορείτε να διοργανώσετε για τους πελάτες σας μια ομιλία σε συνεργασία με κάποιον παιδίατρο, το νοσοκομείο παιδών ή τον ΕΕΣ, όπου ειδικοί θα ενημερώσουν τους πελάτες σας για τις πρώτες βοήθειες. Τέλος να πούμε ότι όχι μόνο ο φαρμακοποιός, αλλά και οποιοσδήποτε εργάζεται μέσα στο χώρο του φαρμακείου θα πρέπει να εκπαιδευτεί στις πρώτες βοήθειες, ώστε ψύχραιμα να μπορεί να αντιμετωπίσει κάποιο επείγον περιστατικό όταν του ζητηθεί η συμβουλή του. ■

Μικρές διαστάσεις. Μεγάλες επιδόσεις.



ak 913/1101

Accu-Chek® Aviva Nano

Η αποτελεσματικότερη ρύθμιση του διαβήτη είναι στο χέρι σας.

- Δυνατότητα σήμανσης προ- & μεταγευματικών μετρήσεων
- Υπενθυμίσεις μετρήσεων
- Φωτιζόμενη, ευανάγνωστη οθόνη τελευταίας τεχνολογίας OLED
- Γρήγορη αναρρόφηση δείγματος αίματος
- Μέσοι όροι 7, 14, 30 και 90 ημερών

Τεχνολογία αιχμής

Experience what's possible

Roche Diagnostics (Hellas) A.E.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνείτε:

Δωρεάν Γραμμή Υποστήριξης: 800 11 71000 - Τηλεφωνικό Κέντρο: 210 2703700

www.accu-check.com

Τα ACCU-CHEK και ACCU-CHEK NANO είναι εμπορικά σήματα της Roche. © 2011 Roche.

ACCU-CHEK®

Αντισύλληψη και Νεανικός διαβήτης

2 συχνές περιπτώσεις υγείας στην εφηβεία

◆ Από την κυρία **ΛΑΖΟΓΕΩΡΓΟΥ ΠΕΝΝΥ**, φαρμακοποιά



Η εφηβεία είναι περίοδος μετάβασης από την παιδική ηλικία στην ενηλικίωση και εκπλήρωσης σημαντικών αναπτυξιακών στόχων για το άτομο. Η πρώτη σύσταση, σύμφωνα και με την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας (Π.Ο.Υ.) για την προώθηση της εφηβικής υγείας, είναι ο κατάλληλα εκπαιδευμένος και συνεπώς «φιλικός» προς τον έφηβο λειτουργός υγείας. Οι έφηβοι πάντα διστάζουν για το ειλικρινές ενδιαφέρον, το οποίο αποτελεί και βασική προϋπόθεση για τη συνεργασία τους. Οποιαδήποτε και αν είναι η αιτία προσέλευσης και το αρχικό αίτημα, είναι σημαντικό να δίνεται ο απαραίτητος χρόνος για συζήτηση, ώστε να διαμορφωθούν συνθήκες εμπιστοσύνης και κλίμα κατανόησης.

Ας δούμε 2 συχνές περιπτώσεις υγείας που αφορούν τους έφηβους

1η περίπτωση **ΑΝΤΙΣΥΛΛΗΨΗ**

«Το χάπι δεν είναι για μένα!»

Η Βάσια, 16 ετών, δηλώνει αποθαρρυνόμενη:

“Ο γυναικολόγος μου έγραψε το χάπι, αλλά πάντα ξεχνάω να το πάρω τη σωστή ώρα!”

“Μπορείτε να βάλετε ειδοποίηση στο κινητό σας τηλεφώνου κάθε βράδυ την ίδια ώρα.”

“Ναι, αλλά συχνά βγαίνω έξω και δεν το ακούω.”

“Στην περίπτωση αυτή, υπάρχουν και άλλες λύσεις, όπως διαδερμικά επιθέματα, εμφυτεύματα ή το σπιράλ.”

“Το σπιράλ είναι για τη μητέρα μου! Εγώ θέλω να κάνω παιδιά αργότερα!”

“Το σπιράλ είναι παρεξηγημένο, δεν προκαλεί στειρότητα. Μόλις το αφαιρέσετε, είστε και πάλι γόνιμη. Συζητήστε το με το γιατρό σας.”

Αντισύλληψη στην εφηβεία

Η πλειοψηφία των εφήβων που έχουν για πρώτη φορά σεξουαλική επαφή, είναι συνήθως χωρίς τη λήψη προφύλαξης, χωρίς αντισύλληψη ή με ανασφαλή μέτρα αντισύλληψης.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με στοιχεία από τη Μονάδα Εφηβικής Υγείας (Μ.Ε.Υ.), οι σεξουαλικές συνήθειες των Ελλήνων εφήβων διαμορφώνονται ως εξής:

- Το 20% των εφήβων έχουν ολοκληρωμένη σεξουαλική εμπειρία έως τα 16 έτη.
- Από τους σεξουαλικά δραστήριους έφηβους: το 10% δε χρησιμοποιεί καμία αντισυλληπτική μέθοδο, το 39% χρησιμοποιεί αναξιόπιστες μεθόδους, όπως οι μέθοδοι ρυθμού ή απόσυρσης, το 51% χρησιμοποιεί προφυλακτικό και μόνο 5% χρησιμοποιεί το «χάπι».

Το χαμηλό επίπεδο γνώσεων στον τομέα της αντισύλληψης, προκύπτει τόσο από την έλλειψη σχολικής σεξουαλικής διαπαιδαγώγησης, όσο και από τη φτωχή επικοινωνία με την οικογένεια και εξηγεί τη συμπεριφορά αυτή των εφήβων.

Μέθοδοι αντισύλληψης

Η πρόληψη της ανεπιθύμητης εγκυμοσύνης

Η πρώτη επίσκεψη στο γυναικολόγο είναι σημαντική, ώστε να επιλεγεί η κατάλληλη μέθοδος αντισύλληψης η οποία θα εξασφαλίσει τη συνέπεια και συνέχεια στη χρήση. Η μέθοδος αντισύλληψης που επιλέγεται, πρέπει να είναι εξαιρετικά αποτελεσματική, ελάχιστα δεσμευτική και εύκολα διαχειρίσιμη, που αποτελεί και το βασικό κριτήριο για τη συμμόρφωση της έφηβης, με βάση τις προτιμήσεις της και τον τρόπο ζωής της. Επειδή καμία αντισυλληπτική μέθοδος δεν είναι ιδανική, η καλύτερη μέθοδος είναι αυτή που εξατομικεύεται σε κάθε γυναίκα και ανταποκρίνεται τόσο στις ιδιαίτερες ανάγκες του οργανισμού της, όσο και στον τρόπο ζωής της.

Αναμφισβήτητα το προφυλακτικό αποτελεί ιδανικό μέτρο προστασίας από τα σεξουαλικά μεταδιδόμενα νοσήματα απέναντι στις επικίνδυνες σεξουαλικές συμπεριφορές των εφήβων (περιστασιακή ερωτική επαφή, συχνή αλλαγή ερωτικών συντρόφων), αλλά και τις ανεπιθύμητες κυήσεις. Ωστόσο, από τα λάθη χειρισμού, που είναι συχνότερα μεταξύ των νεαρών εφήβων, δεν επιτυγχάνεται αποτελεσματική αντισύλληψη. Κρίνεται λοιπόν απαραίτητη η εκπαίδευση για τη σωστή εφαρμογή του προφυλακτικού. Πρέπει να ενημερώσουμε την έφηβη, ότι αν για οποιοδήποτε λόγο σπάσει το προφυλακτικό, μπορεί να απευθυνθεί στο φαρμακοποιό, προκειμένου να πάρει αμέσως το χάπι της επείγουσας αντισύλληψης, για την πρόληψη πιθανής εγκυμοσύνης.

Τα Αντισυλληπτικά χάπια

Είναι δισκία που περιέχουν τεχνητές γυναικείες ορμόνες και ρυθμίζουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την περίοδο, μειώνουν το αίμα σε κάθε περίοδο και μειώνουν τους πόνους της περιόδου (δυσμηνόρροια).

Τα αντισυλληπτικά που χορηγούνται από του στόματος αποτελούν μια αξιόπιστη μέθοδο αντισύλληψης, όταν λαμβάνονται συστηματικά. Αν και θεωρητικά το ποσοστό αποτυχίας είναι 0,1%, στην πραγματικότητα το ποσοστό αποτυχίας κυμαίνεται στο 2-3%, εξαιτίας της μη λήψεως δισκίων ή της αποτυχίας επανέναρξης της θεραπείας μετά το κενό διάστημα των επτά ημερών που μεσολαβεί ανάμεσα σε κάθε συσκευασία.

“Τι θα πρέπει να κάνω όταν ξεχάσω να πάρω ένα χάπι;”

“Αν δεν έχουν περάσει περισσότερες από 24 ώρες από την ώρα που έπρεπε να ληφθεί, θα πρέπει να το πάρετε το συντομότερο δυνατό και να συνεχίσετε τη λήψη των υπόλοιπων δισκίων την ώρα που τα παίρνατε, ακόμη και αν χρειαστεί να πάρετε 2 χάπια μαζί.”

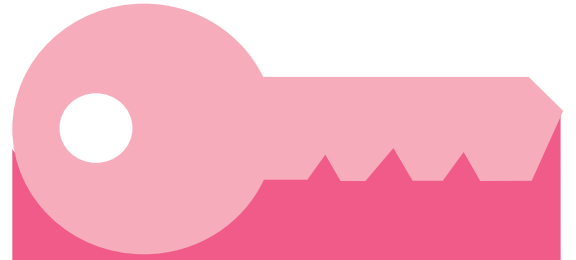
Αν ξεχάσατε 2 ή περισσότερα χάπια, συνεχίστε κανονικά τη λήψη των υπόλοιπων. Στην περίπτωση αυτή, η αντισυλληπτική προστασία θα είναι μειωμένη και θα πρέπει να λάβετε πρόσθετα αντισυλληπτικά μέτρα.”

Άλλες μέθοδοι αντισύλληψης

Τα αντισυλληπτικά εμφυτεύματα είναι μικροί, ελαστικοί ράβδοι που τοποθετούνται κάτω από το δέρμα. Αργά αλλά σταθερά αποδεδειγμένα προγεστερόνη.

Το σπινάλιο (ενδομήτριο σπείραμα). Πρόκειται για πλαστική ράβδο σε σχήμα T, που περιέχει χαλκό ή λεβονοργεστρέλη, τοποθετείται από το γυναικολόγο μέσα στη μήτρα και προκαλεί αντίδραση ξένου σώματος μέσα στο ενδομήτριο και έτσι αφενός εμποδίζει την κινητικότητα των σπερματοζωαρίων και αφετέρου εμποδίζει την εμφύτευση του εμβρύου στη μήτρα.

Διαδερμικά συστήματα αντισύλληψης και ορμονικοί κολπικοί δακτύλιοι, είναι δύο μορφές αντισύλληψης που άρχισαν να χρησιμοποιούνται κατά την τελευταία εικοσαετία. Ένα αυτοκόλλητο έχει διάρκεια δράσης 7 ημερών. Κάθε κύκλος ολοκληρώνεται με 3 διαδερμικά αυτοκόλλητα και ένα 7ήμερο διάλειμμα.



Οι συμβουλές σας

Πιάστε το ρυθμό των εφήβων

- «Ξεχνάω να παίρνω το χάπι»

Μπορείτε να συνδυάσετε τη λήψη του αντισυλληπτικού δισκίου με μία καθημερινή σας συνήθεια, όπως είναι το βούρτσισμα των δοντιών. Επίσης θα ήταν χρήσιμο να βάλετε μία ηχητική ειδοποίηση στο κινητό σας τηλέφωνο. Είναι απαραίτητο το αντισυλληπτικό χάπι να λαμβάνεται την ίδια ώρα κάθε μέρα. Χωρίς ακρίβεια και πειθαρχία στη λήψη του, η αντισυλληπτική του δράση μειώνεται ή ακυρώνεται.

- «Πότε μπορώ να σταματήσω τα αντισυλληπτικά δισκία;»

Μπορείτε να σταματήσετε τη λήψη, όποτε επιθυμείτε. Η διακοπή θα πρέπει να γίνεται αφού ολοκληρωθεί η λήψη της συσκευασίας που ήδη λαμβάνεται. Δε θα πρέπει να διακόψετε τη λήψη των δισκίων πριν την ολοκλήρωση της συσκευασίας, γιατί μπορεί να προκληθεί ανώμαλη κολπική αιμορραγία. Εξαιρεση αποτελεί ή εμφάνιση κάποιας από τις καταστάσεις που απαιτούν την άμεση διακοπή τη λήψης αντισυλληπτικών δισκίων.

Χτες το βράδυ
είχα μια επαφή
χωρίς προφύλαξη

Έσπασε το προφυλακτικό
Ξέχασα το χάπι μου

ellaOne[®]
Ulipristal acetate 30mg

Η εξέλιξη στην επείγουσα αντισύλληψη

- Επείγουσα αντισύλληψη ανώτερης αποτελεσματικότητας σε σύγκριση με τη λεβονοργεστρέλη ήδη από το πρώτο 24ωρο
- Αποτελεσματικότητα που παραμένει σταθερή έως και 5 ημέρες μετά από τη σεξουαλική επαφή χωρίς προφυλάξεις ή την αποτυχία της αντισυλληπτικής μεθόδου
- Απουσία σοβαρών ανεπιθύμητων ενεργειών και έκτοπης εγκυμοσύνης
- Παρόμοιο προφίλ ανεπιθύμητων ενεργειών με τη λεβονοργεστρέλη
- Το ποσοστό των γυναικών που εμφάνισαν μητρορραγία ήταν <10% (βιβλιογραφία: περίπου 30% με τη λεβονοργεστρέλη)

Τώρα αποτελεσματικότητα που διαρκεί **5 ημέρες**

ΠΡΙΝ ΤΗ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΗΣΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΠΧΠ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΟΥ



arriani
pharmaceuticals

Τοπικός Αντιπρόσωπος για την Ελλάδα:
ARRIANI PHARMACEUTICALS S.A.
Λεωφ. Λαυρίου 85, 190 02 Παιανία Αττικής
Τηλ.: 210.66.83.000
www.arriani.gr

Από την **HRA**Pharma που ανέπτυξε την επείγουσα αντισύλληψη
σε συνεργασία με το National Institute of Health της Αμερικής

Απαντώντας στις αντιρρήσεις και φόβους των ασθενών

«Καπνίζω»

Είναι σημαντικό ο φαρμακοποιός να ενημερώσει τη νεαρή έφηβη ότι το κάπνισμα αντενδείκνυται με τη λήψη αντισυλληπτικών, ιδιαίτερα αν συνυπάρχουν παράγοντες κινδύνου, όπως ιστορικό φλεβίτιδας, διαβήτη ή υπέρτασης. Η σύσταση για προσπάθεια διακοπής του καπνίσματος είναι απαραίτητη.

«Θα παχύνω»

Αύξηση του βάρους του σώματος αναφέρεται συχνά, ως παρενέργεια της λήψης των συνδυασμένων αντισυλληπτικών δισκίων, και πολλές γυναίκες, αλλά και γιατροί, πιστεύουν ότι υπάρχει τέτοια συσχέτιση. Ο προβληματισμός αυτός μπορεί να αποτρέψει τη χρήση των αντισυλληπτικών ή να οδηγήσει στη διακοπή τους.

Αυτό που πρέπει να προτείνουμε στην έφηβη, είναι να υιοθετήσει μία δίαιτα πλούσια σε φυτικές ίνες και χαμηλή σε κεκορεσμένα λίπη και κοληστερόλη, και να συμπεριλάβει την άσκηση στον τρόπο ζωής της. Επίσης, για όσες γυναίκες λαμβάνουν σκευάσματα που περιέχουν οιστραδιόλη μπορεί η αύξηση του βάρους να οφείλεται σε κατακράτηση υγρών, λόγω της δράσης της στο σύστημα ρενίνης – αγγειοτενσίνης - αλδοστερόνης. Στην περίπτωση αυτή, μία δίαιτα χαμηλή στην πρόσληψη αλατιού και η αυξημένη λήψη υγρών θα μπορούσε να βοηθήσει στον έλεγχο του βάρους.

«Θα με κάνει στειρά»

Το 34% των γυναικών ηλικίας 15-20 ετών πιστεύουν ότι το χάπι μπορεί να προκαλέσει στειρότητα. Μετά τη διακοπή της αντισυλληπτικής μεθόδου γίνεται πλήρης επάνοδος της φυσιολογίας και της γονιμότητας της γυναίκας. Επιπλέον, έχει αποδειχθεί ότι για ένα σύντομο διάστημα μετά τη διακοπή της λήψης αντισυλληπτικών, οι πιθανότητες σύλληψης είναι στατιστικά αυξημένες.

Η Επείγουσα αντισύλληψη (ή αντισύλληψη της επόμενης ημέρας)

Η επείγουσα αντισύλληψη μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιαδήποτε φάση του κύκλου σε περίπτωση σεξουαλικής επαφής χωρίς προφυλάξεις, ατύχημα με το προφυλακτικό ή αποτυχία της τακτικής ορμονικής αντισύλληψης.

- Εάν ξεχάστηκε πάνω από 12 ώρες το από του στόματος αντισυλληπτικό που περιέχει μόνο προγεστογόνα ή για περισσότερες από τρεις ώρες άλλα από του στόματος αντισυλληπτικά.

- Εάν αποκολλήθηκε το αντισυλληπτικό διαδερμικό επίθεμα για περισσότερες από 24 ώρες, ή εάν ξεχάστηκε η αλλαγή του.

- Παράλειψη της τοποθέτησης του κολπικού δακτυλίου ή απομάκρυνσή του για περισσότερες από 3 ώρες (μπορεί να συμβεί είτε σε περίπτωση κακού χειρισμού κατά τη σεξουαλική επαφή ή σε περίπτωση δυσκοιλιότητας).

Υπάρχουν δύο ορμονικά σκευάσματα που έχουν δοκιμαστεί με επιτυχία για επείγουσα αντισύλληψη.

- Το συνδυασμένο αντισυλληπτικό χάπι που περιέχει αιθινυλοιστραδιόλη και λεβονοργεστρέλη.

- Το ulipristal acetate σε δισκίο 30 mg.

Όσο νωρίτερα ληφθεί το χάπι μετά από τη σεξουαλική επαφή χωρίς προφυλάξεις, τόσο αυξάνεται η αποτελεσματικότητα (95% εάν ληφθεί μέσα σε 24 ώρες).

Η χρήση των ορμονικών δισκίων επείγουσας αντισύλληψης δεν πρέπει να υποκαθιστά τη χρήση της μηνιαίας συνδυασμένης ορμονικής αντισύλληψης.

Η γυναίκα πρέπει να γνωρίζει πως η χρήση της ορμονικής επείγουσας αντισύλληψης δεν την προφυλάσσει από την ανεπιθύμητη κύηση, σε περίπτωση που έχει συνουσία χωρίς προφυλάξεις αργότερα στον ίδιο εμμηνορρυσιακό κύκλο.

Παρόλα αυτά, στις περιπτώσεις που συμβαίνει για δεύτερη φορά συνουσία χωρίς προφυλάξεις και στον ίδιο κύκλο το ζευγάρι έχει ήδη λάβει μια φορά ορμονική επείγουσα αντισύλληψη, μπορεί εκ νέου να τη χρησιμοποιήσει.

Η γυναίκα πρέπει να γνωρίζει πως στην περίπτωση που υπάρχει ήδη εγκυμοσύνη, η ορμονική επείγουσα αντισύλληψη δεν είναι αποτελεσματική.

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΕΙΓΟΥΣΑ ΑΝΤΙΣΥΛΛΗΨΗ

Οι φαρμακοποιοί πρέπει να εκπαιδευθούν ώστε να δίνουν τις κατάλληλες οδηγίες για τη χρήση των δισκίων επείγουσας αντισύλληψης και για την παρακολούθηση του ζευγαριού μετά από αυτήν.

Εξίσου σημαντικό είναι να γίνει γνωστό στα νέα ζευγάρια, η ευκολία στην πρόσβαση και τη χρήση, καθώς και η αποτελεσματικότητα της επείγουσας αντισύλληψης. Οι νέοι θα πρέπει να έχουν άμεση πρόσβαση στην επείγουσα αντισύλληψη, ώστε να μπορούν να την ξεκινήσουν σε περιπτώσεις ελεύθερης επαφής.

Βασικές πληροφορίες «κλειδιά»

- Η τακτική λήψη ενός αντισυλληπτικού σκευάσματος σε συνδυασμό με τη χρήση προφυλακτικού είναι η πιο αποτελεσματική μέθοδος στην πρόληψη τόσο των ανεπιθύμητων κυήσεων, όσο και των σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων.
- Τα ενδομήτρια σπειράματα (σπιράλ) και τα εμφυτεύματα είναι μέθοδοι επιλογής για την πρόωση της συμμόρφωσης των ασθενών.
- Έχετε στο σπίτι το χάπι της επείγουσας αντισύλληψης, προκειμένου να είστε έτοιμοι στην περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά.

Πώς να ανοίξετε διάλογο με τους εφήβους, όταν ζητούν την επείγουσα αντισύλληψη:

Το θέμα της επείγουσας αντισύλληψης είναι συχνά δύσκολη υπόθεση. Όταν η κοπέλα απευθύνεται για επείγουσα αντισύλληψη, ο φαρμακοποιός πρέπει να δημιουργήσει κλίμα εμπιστοσύνης και να την υποδεχθεί με χαμόγελο και συγκρατημένο βλέμμα συμπάθειας. Δώστε το σκεύασμα και προτείνετε να φέρετε ένα ποτήρι νερό, προκειμένου να ληφθεί αμέσως. Καλό θα ήταν για την ανάπτυξη της συζήτησης να απομονώσετε την έφηβη σε έναν περισσότερο ιδιωτικό χώρο, προκειμένου να νιώσει ασφαλής μέσα στο περιβάλλον εκμεύθειας που θα της προσφέρετε. Σε αυτό το σημείο,

μπορείτε να ανοίξετε το διάλογο. Ξεκινήστε με ένα συγκεκριμένο θέμα:

«Πόσος χρόνος έχει περάσει από το περιστατικό;»

Αφού εξηγήσετε όλες τις λεπτομέρειες που αφορούν την επείγουσα αντισύλληψη, ρωτήστε την έφηβη αν παρακολουθείται από κάποιο γυναικολόγο, αν ακολουθεί κάποια συστηματική μέθοδο αντισύλληψης και να επισημάνετε την αξία της χρήσης των προφυλακτικών, για την αντιμετώπιση του κινδύνου μετάδοσης των σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων.

Η λεκτική και η μη λεκτική σας επικοινωνία

Να θυμάστε ότι σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να επηρεάζετε από τις προσωπικές σας πεποιθήσεις ή προκαταλήψεις. Ακούστε την έφηβη, δείξτε τη διάθεσή σας να μοιραστείτε το πρόβλημά της, ακόμα και με τη γλώσσα του σώματος. Μη σταυρώνετε τα χέρια σας, μην παίζετε με το στυλό, πάρτε το βλέμμα σας από την οθόνη του υπολογιστή σας.

Τοποθετήστε τα χέρια σας πάνω στον πάγκο και να παρακολουθείτε ήρεμα την έφηβη χωρίς επιμονή, αν σας φαίνεται ντροπαλή. Χρησιμοποιήστε απλές λέξεις και όχι επιστημονικούς όρους. Ρυθμίστε τον τόνο της φωνής σας, ώστε να εναρμονίζεται με αυτόν της έφηβης. Ολοκληρώστε τη συζήτηση ρωτώντας ευγενικά:

«Θα θέλατε να συζητήσουμε για κάτι άλλο.»

Και, πάνω απ' όλα, να θυμάστε να δίνεται ενημερωτικά φυλλάδια, όπως:

«Επείγουσα αντισύλληψη: το χάπι της επόμενης μέρας».



Πώς πρέπει να απευθυνθούμε σε έναν έφηβο; Στον ενικό ή στον πληθυντικό;

Όταν ένας έφηβος έρχεται για πρώτη φορά στο φαρμακείο σας, εφόσον δεν τον γνωρίζετε, είναι προτιμότερο να απευθύνεστε σε αυτόν στον πληθυντικό. Είναι ασφαλέστερο να κρατήσετε μια τυπική στάση κατά την οποία φαίνεται να δείχνετε περισσότερο σεβασμό προς το πρόσωπό του, παρά να είστε περισσότερο διαχυτικός και αυτή σας η στάση να γίνει αντιληπτή ως έλλειψη διακριτικότητας.

2η περίπτωση ΝΕΑΝΙΚΟΣ

ΔΙΑΒΗΤΗΣ ή Διαβήτης τύπου 1

“Μια κοπελίτσα διαβητική παραπονείται για πυρετό”

Το ιστορικό


- Η Μαρία 16 ετών έχει διαγνωστεί με διαβήτη τύπου 1 εδώ και 6 μήνες, μετά από μία απότομη απώλεια βάρους και μια συνεχή δίψα και συχνουρία. Ρυθμίστηκε με φάρμακα από τον διαβητολόγο και έμαθε να ακολουθεί μια σωστή διατροφή, να κάνει τις ενέσεις ινσουλίνης, καθώς και τον κατάλληλο αυτοέλεγχο του σακχάρου με συσκευή μέτρησης. Από τότε έρχεται στο φαρμακείο για να εκτελέσει τη συνταγή με τα φάρμακά της και τα κατάλληλα αναλώσιμα. Ο διαβήτης της φαίνεται ισορροπημένος.
- Σήμερα ξύπνησε με λίγο πυρετό 38,2 °C, η μέτρηση του σακχάρου της ήταν 2,5g/l και η ταινία ελέγχου των ούρων έδειξε αυξημένη παρουσία κετονών και σακχάρου στα ούρα. Νιώθει μια ελαφριά εξάντληση.
- Η Μαρία έρχεται αγχωμένη στο φαρμακείο μας, γιατί δεν ξέρει τι να κάνει σε αυτή την περίπτωση του συνδυασμού της κετονουρίας με τη γλυκαιμία.

Τι πρέπει να κάνει ο φαρμακοποιός σε αυτή την περίπτωση

- Ελέγχει τις δοσολογίες ινσουλινοθεραπείας που έχει συστήσει ο γιατρός, αν τηρούνται σωστά από τη Μαρία, ανάλογα με τα μετρούμενα επίπεδα σακχάρου καθημερινά.
- Αυτός ο πυρετός με όλα τα συνωδά ευρήματα δείχνει ότι η Μαρία είχε έλλειψη ινσουλίνης κατά τη νύχτα.
- Ας λάβουμε υπόψη μας το νεαρό της ηλικίας της ασθενούς και φυσικά την έλλειψη εμπειρίας αντιμετώπισης τέτοιων περιπτώσεων.
- Να γνωρίζουμε ότι αν υπάρχει έλλειψη ινσουλίνης, ο οργανισμός δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τα σάκχαρα

σε ικανοποιητική ποσότητα. Σαν αποτέλεσμα χρησιμοποιούνται τα αποθηκευμένα λίπη, αλλά η λιπόλυση καταλήγει στην παραγωγή αποβλήτων όπως είναι τα κετονικά σώματα στα ούρα.

- Αυτή η περίπτωση απαιτεί μία επιπλέον χορήγηση ινσουλίνης ταχείας δράσης, που συνήθως πρέπει να είναι στο 1/10 της συνολικής ημερήσιας δοσολογίας που παίρνει συνήθως ο ασθενής.
- Ο φαρμακοποιός προτείνει άμεσα στην ασθενή να επικοινωνήσει με τον γιατρό της για άμεσες και σωστές οδηγίες αντιμετώπισης. Ο στόχος είναι να αποφύγουμε μια σοβαρή υπεργλυκαιμία με μια κετοξέωση που μπορεί να οδηγήσει την ασθενή σε κώμα.



**Οι συμβουλές
«κλειδιά»
προς τον ασθενή**

- **Να κάνετε σωστά τις ενέσεις ινσουλίνης, σύμφωνα με τις οδηγίες του γιατρού (οι ινσουλίνες βραδείας αποδέσμευσης να γίνονται σε σημεία του σώματος όπως γλουτοί και μηροί, ενώ αυτές της ταχείας αποδέσμευσης, στο μπράτσο ή στην κοιλιακή χώρα).**
- **Να έχετε πάντα μαζί σας μία ένεση ινσουλίνης ταχείας αποδέσμευσης.**
- **Να ακολουθείτε σωστά τον ημερήσιο αυτοέλεγχο της γλυκαιμίας και των κετονών.**
- **Να σημειώνετε τα αποτελέσματα σε ένα καρτέ.**
- **Να φροντίζετε η διατροφή σας να είναι ισορροπημένη και να κάνετε ελαφρά άσκηση 3-4 φορές την εβδομάδα.**
- **Να έχετε πάντα μαζί σας ένα κουτί χυμό φρούτων ή καραμέλες για να αντιμετωπίσετε μια υπογλυκαιμία.**
- **Προσοχή στα φάρμακα που περιέχουν ζάχαρη και στην ασπιρίνη σε μεγάλες δόσεις.**



Τα σήματα Bayer (κατ'νο), Σταυρός της Bayer (κατ'νο), CONTOUR, GLUCOFACTS, τα λογότυπα No Coding και simplewins είναι σήματα κατατεθέντα της Bayer.

ΜΕΤΡΗΣΗ ▶



CONTOUR® USB της Bayer

Ο πρώτος μετρητής γλυκόζης αίματος με ενσωματωμένο λογισμικό διαχείρισης διαβήτη

Σχεδιασμένος για άτομα με Διαβήτη σε εντατικοποιημένο σχήμα θεραπείας με ινσουλίνη

- + Ενσωματωμένο USB για άμεση σύνδεση του μετρητή σε υπολογιστή
- + Φωτεινή έγχρωμη οθόνη OLED για εύκολη ανάγνωση οπουδήποτε και οποτεδήποτε
- + Τεχνολογία AutoLog για αυτόματη σήμανση των αποτελεσμάτων μέτρησης
- + Φωτιζόμενη θύρα ταινιών μέτρησης για μέτρηση στο σκοτάδι
- + Ενσωματωμένο λογισμικό διαχείρισης διαβήτη GLUCOFACTS™ Deluxe της Bayer
- + Μνήμη αποθήκευσης 2.000 αποτελεσμάτων μέτρησης
- + Επιπρόσθετη μνήμη 500MB

- Χρησιμοποιεί ταινίες Contour® της Bayer • Τεχνολογία No Coding® της Bayer
- Σύντομος χρόνος μέτρησης 5 sec • Μικρό δείγμα αίματος 0.6μl

www.bayercontourusb.gr



Ο ΔΙΑΒΗΤΗΣ ΤΥΠΟΥ 1 ΣΕ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Τί είναι ο Διαβήτης τύπου 1;

Ο Διαβήτης τύπου 1 οφείλεται στη μερική ή πλήρη καταστροφή των β κυττάρων του παγκρέατος, με συνέπεια τη μερική ή ολική ανεπάρκεια ινσουλίνης. Η μορφή αυτή του Διαβήτη ονομαζόταν παλαιότερα Ινσουλινοεξαρτώμενος Σακχαρώδης Διαβήτης και Νεανικός Διαβήτης. Εκδηλώνεται συνήθως πριν τα 35 χρόνια της ζωής και πιο συχνά στην παιδική και εφηβική ηλικία.

Τα β κύτταρα του παγκρέατος, που παράγουν την ινσουλίνη, καταστρέφονται βαθμιαία με ανοσολογικό μηχανισμό. Το ανοσολογικό σύστημα του ανθρώπου που έχει σαν αποστολή την προστασία του οργανισμού από τα μικρόβια, τους ιούς και τη δημιουργία όγκων, κάνει λάθος και καταστρέφει τα β κύτταρα.

Η καταστροφή των β κυττάρων συμβαίνει σε άτομα με γενετική προδιάθεση, με την επίδραση διαφόρων περιβαλλοντικών παραγόντων. Τα άτομα που εμφανίζουν Διαβήτη τύπου 1 έχουν στα χρωμοσώματά τους γονίδια που ευνοούν ή δεν έχουν γονίδια που προφυλάσσουν. Μικρός αριθμός των ατόμων με γενετική προδιάθεση θα εμφανίσουν Διαβήτη. Πάντως οι συγγενείς πρώτου βαθμού ατόμων με Διαβήτη τύπου 1 έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο.

Πόσο συχνός είναι ο Διαβήτης τύπου 1;

Υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στις χώρες, αλλά και μέσα στους ίδιους πληθυσμούς. Πιο συχνά παρατηρείται στις Σκανδιναβικές χώρες και πιο σπάνια στην Ιαπωνία. Η Ελλάδα ανήκει στις χώρες ενδιάμεσης συχνότητας, όπου σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Ευρωπαϊκής μελέτης Eurodiab (1992-1995) εμφανίστηκαν ετησίως στην περιοχή του λεκανοπεδίου Αττικής 10 νέες περιπτώσεις Διαβήτη τύπου 1 για κάθε 100.000 άτομα πληθυσμού 0-14 ετών.

Με ποιά συμπτώματα εκδηλώνεται ο Διαβήτης τύπου 1;

Με τα κλασικά συμπτώματα του Διαβήτη, δηλαδή πολυδιψία, πολουρία, μερικές φορές πολυφαγία και απώλεια βάρους. Μπορεί να δημιουργηθούν μυκητιάσεις των γεννητικών οργάνων, λοιμώξεις του δέρματος και νυχτερινή ενούρηση σε παιδιά που ελέγχουν τους σφιγκτήρες τους. Η μη έγκαιρη διάγνωση μπορεί να οδηγήσει σε Διαβητική Κετοξέωση ή Διαβητικό Κώμα.

Πώς επιτυγχάνεται η σωστή ρύθμιση του Διαβήτη τύπου 1;

Τα παραδοσιακά θεραπευτικά μέσα είναι η χορήγηση ινσουλίνης, το προσεγγμένο διαιτολόγιο και η άσκηση. Πάνω απ' όλα όμως, είναι η εκπαίδευση των παιδιών και των οικογενειών τους, ώστε να γνωρίζουν όλα τα μυστικά του Διαβήτη. Η εκπαίδευση πρέπει να είναι

διαρκής και να γίνεται από εξειδικευμένη ομάδα επαγγελματιών υγείας.

Πόσα είδη σκευασμάτων ινσουλίνης κυκλοφορούν;

Τα κυκλοφορούντα σκευάσματα ινσουλίνης διακρίνονται σε βραχείας, μέσης και παρατεταμένης διάρκειας δράσης. Σαν διάρκεια δράσης εννοείται το χρονικό διάστημα από την ένεση, που η ινσουλίνη κυκλοφορεί στο αίμα. Τα βραχείας διάρκειας δράσης σκευάσματα περιέχουν καθαρή ινσουλίνη ή το ανάλογο της ινσουλίνης Lispro. Τα ενδιάμεσης δράσης σκευάσματα περιέχουν συμπλέγματα ινσουλίνης με πρωταμίνη (ισοφανικές ινσουλίνες και ινσουλίνες τύπου NPH) ή ψευδάργυρο (ινσουλίνες τύπου Lente). Τα παρατεταμένης διάρκειας δράσης σκευάσματα περιέχουν συμπλέγματα ινσουλίνης και ψευδαργύρου με τη μορφή κρυστάλλων (ινσουλίνες τύπου Ultralente).

Πώς καθορίζεται η δοσολογία της ινσουλίνης;

Εξατομικεύεται και τροποποιείται, ανάλογα με τις μετρήσεις της γλυκόζης του αίματος.

Πόσες μετρήσεις της γλυκόζης του αίματος πρέπει να γίνονται καθημερινά;

Οι μετρήσεις της γλυκόζης αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση της καλής ρύθμισης. Ανάλογα με τις μετρήσεις, γίνονται αλλαγές στη δοσολογία της ινσουλίνης και διορθώνονται οι μη επιθυμητές διακυμάνσεις της γλυκόζης του αίματος. Ο ελάχιστος αριθμός μετρήσεων είναι 2-4 την ημέρα. Ιδιαίτερα χρήσιμες είναι οι μετρήσεις πριν τα γεύματα και 2 ώρες μετά τα γεύματα.

Οι μετρήσεις γίνονται με ατομικές συσκευές που μετρούν τη γλυκόζη σε μία σταγόνα τριχοειδικού αίματος στα δάκτυλα των χεριών. Το τρύπημα του δακτύλου γίνεται με ειδική συσκευή σκαριφισμού, που είναι σχετικά ανώδυνη.

Τα παιδιά με Διαβήτη τύπου 1 ακολουθούν ειδικό διαιτολόγιο;

Τα παιδιά με Διαβήτη έχουν τις ίδιες ενεργειακές ανάγκες. Το διαιτολόγιό τους πρέπει να περιέχει την ποσότητα και την αναλογία υδατανθράκων, λιπών και πρωτεϊνών που συνιστώνται για όλα τα παιδιά. Πρέπει να ακολουθείται όμως ωράριο στα γεύματα και η ποσότητα του κάθε γεύματος να είναι καθορισμένη. Η σύσταση της διατροφής δε διαφέρει από αυτή που συνιστάται σε όλα τα παιδιά. Σε ημερήσια βάση, το 50-55% των προσλαμβανόμενων θερμίδων πρέπει να προέρχεται από υδατάνθρακες (σάκχαρα), το 30% από λίπη και το 15% από πρωτεΐνες. Επιπλέον η μείωση των κορεσμένων λιπών ζωικής προέλευσης, καθώς και των πολυακόρεστων λιπών σε λιγότερο από το 10% των ημερήσιων θερμίδων έχει βρεθεί ότι προφυλάσσει από την αθηροσκλήρωση.

Είναι αλήθεια ότι τα παιδιά ή οι έφηβοι με Διαβήτη τύπου 1 δεν πρέπει να τρώνε ποτέ γλυκίσματα;

Όχι. Η πραγματικότητα είναι ότι δεν μπορούν να παίρνουν ελεύθερα γλυκίσματα γιατί περιέχουν ευαπορρόφητους υδατάνθρακες που προξενούν απότομη αύξηση της γλυκόζης του αίματος. Σε ειδικές περιπτώσεις, όπως γιορτές, γενέθλια κ.λπ., μπορούν να πάρουν ένα γλυκίσμα που θα ενσωματωθεί στο διαιτολόγιό τους.

Τί είναι υπογλυκαιμία;

Είναι η πτώση της γλυκόζης του αίματος σε επίπεδα μικρότερα του 60 mg/dl και είναι η πιο συχνή άμεση επιπλοκή του Διαβήτη τύπου 1. Όλα τα άτομα που παίρνουν εξωγενή ινσουλίνη παρουσιάζουν λιγότερα ή περισσότερα υπογλυκαιμικά επεισόδια.

Οφείλεται σε έλλειψη συγχρονισμού της ινσουλίνης, της διατροφής και της σωματικής δραστηριότητας. Η μεγαλύτερη δοσολογία ινσουλίνης, η παράλειψη γευμάτων, η άσκηση ή ο συνδυασμός αυτών, ευθύνονται τις περισσότερες φορές.

Τα συμπτώματα της υπογλυκαιμίας δεν είναι ίδια σε κάθε άτομο. Είναι απαραίτητο, κάθε άτομο με διαβήτη να γνωρίζει τα δικά του υπογλυκαιμικά συμπτώματα. Τα συνηθέστερα είναι: ωχρότητα, κρύος ιδρώτας, ανησυχία, τρόμος, αίσθημα πείνας, αδυναμία συγκέντρωσης, διαταραχές συμπεριφοράς, και στις πιο σοβαρές περιπτώσεις, απώλεια συνείδησης και σπασμοί.

Πώς αντιμετωπίζεται η υπογλυκαιμία στα παιδιά με Διαβήτη τύπου 1;

Ο ασφαλέστερος τρόπος είναι να προηγηθεί μέτρηση της γλυκόζης του αίματος. Εάν επιβεβαιωθεί η υπογλυκαιμία ή εάν τα συμπτώματα είναι έντονα, πρέπει να χορηγηθούν άμεσα ευαπορρόφητοι υδρογονάνθρακες όπως γλυκόζη, ζαχαρόνερο, μέλι ή χυμός φρούτων. Πιο αποτελεσματική είναι η γλυκόζη που κυκλοφορεί σε χάπια και αυξάνει σε 10-15 λεπτά τα επίπεδα του αίματος. Κάθε παιδί με Διαβήτη πρέπει πάντα να έχει μαζί του χάπια γλυκόζης. Αν το παιδί δεν μπορεί να καταπιεί, είναι σε κώμα ή κάνει σπασμούς, κάνουμε ένεση γλυκαγόνης. Οι γονείς ή το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον πρέπει να διαθέτουν πάντοτε γλυκαγόνη. Δεν πρέπει να επιχειρείται η χορήγηση υδατανθράκων σε ένα παιδί που είναι σε κώμα ή αδυνατεί να καταπιεί.

Η άσκηση μειώνει τη γλυκόζη του αίματος στα άτομα με Διαβήτη τύπου 1;

Όχι πάντα. Εάν δεν έχει χορηγηθεί η αναγκαία ποσότητα ινσουλίνης, η γλυκόζη του αίματος θα αυξηθεί. Η άσκηση χωρίς ινσουλίνη δημιουργεί μεταβολική απορύθμιση. Γι' αυτό το λόγο δε συνιστάται άσκηση εάν η γλυκόζη του αίματος είναι μεγαλύτερη από 270-290 mg/dl. Στις περιπτώσεις αυτές θα πρέπει να χορηγηθεί βραχείας δράσης ινσουλίνη.

Ποιά είναι η σημασία της άσκησης στη ρύθμιση του Διαβήτη τύπου 1;

Δρα ευνοϊκά με πολλούς τρόπους:

- 1) Μειώνει, όπως σε όλα τα άτομα, τον κίνδυνο καρδιαγγειακών νοσημάτων.
- 2) Μειώνει τον κίνδυνο παχυσαρκίας.
- 3) Αυξάνει την ευαισθησία της ινσουλίνης, εφόσον γίνεται συστηματικά 3-4 φορές την εβδομάδα.

Η άσκηση δε θεωρείται αυτοτελώς θεραπευτικό μέσο του Διαβήτη, αλλά δρα υποβοηθητικά στη ρύθμιση.

Πώς αντιμετωπίζεται ένα παιδί με Διαβήτη τύπου 1, όταν αρρωστήσει από οποιαδήποτε αιτία;

Η οποιαδήποτε ασθένεια θα αντιμετωπιστεί σύμφωνα με τις οδηγίες του παιδίατρο. Η ρύθμιση του Διαβήτη θα γίνει από τους γονείς. Σε περιόδους ασθένειας πρέπει να γίνονται συχνότερες μετρήσεις και ανάλογη τροποποίηση της δοσολογίας της ινσουλίνης. Επί υπεργλυκαιμίας θα χορηγηθεί επιπλέον ινσουλίνη, ενώ επί ελαττωμένων τιμών γλυκόζης θα μειωθεί η δοσολογία της ινσουλίνης.

Τα παιδιά με Διαβήτη τύπου 1 έχουν κάποιον αυξημένο κίνδυνο όταν αρρωσταίνουν;

Ναι, γιατί το stress του οργανισμού μπορεί να δημιουργήσει Διαβητική Κετοξέωση. Για το λόγο αυτό, εάν υπάρχουν ναυτία ή εμετοί και επίμονη υπεργλυκαιμία, θα πρέπει να εξετασθούν τα ούρα για οξόνη. Εάν βρεθεί αρκετή ποσότητα οξόνης στα ούρα, πρέπει να ενημερωθεί αμέσως ο γιατρός. ■



Διαβητική Κετοξέωση (ΔΚΟ)

Η ΔΚΟ μπορεί να εμφανιστεί σε ασθενείς με διαβήτη τύπου 1, ως η πρώτη εκδήλωση της παθολογίας ή οποτεδήποτε μετά τη διάγνωση, ως αποτέλεσμα της έλλειψης ινσουλίνης.

Επανεμφανιζόμενα επεισόδια κετοξέωσης είναι πιο συχνά σε ασθενείς με διαβήτη τύπου 1 από ότι σε διαβήτη τύπου 2.

Η υπερκετοναϊμία ή υπερκετονουρία έχει αποδειχθεί ότι σχετίζεται με αύξηση στα επίπεδα της υπεροξειδωσης στο αίμα. Αυτό μπορεί να αποτελέσει μια βιοχημική εξήγηση για τον αυξημένο κίνδυνο αγγειακής νόσου στα διαβητικά άτομα με συχνά επεισόδια κέτωσης.

Τα ανεπαρκή επίπεδα ινσουλίνης μπορεί να είναι η συνέπεια:

- Των επιπλέον απαιτούμενων αντοχών μας, όπως το άγχος, η ασθένεια ή η σωματική δραστηριότητα.
- Της χαμένης δόσης.
- Της δυσλειτουργίας της αντλίας ινσουλίνης.
- Της ακατάλληλης αποθήκευσης της ινσουλίνης.
- Της χρήσης φαρμάκων που επηρεάζουν το μεταβολισμό των υδατανθράκων, όπως τα κορτικοστεροειδή, τα θειαζίδια και τα συμπαθητικομιμητικά φάρμακα.

Ο κίνδυνος για ΔΚΟ σε επιβεβαιωμένο διαβήτη τύπου 1 αυξάνεται σε:

- Κορίτσια στην προεφηβική και εφηβική ηλικία.
- Παιδιά με φτωχό μεταβολικό έλεγχο ή προηγούμενα επεισόδια ΔΚΟ.
- Παιδιά με ψυχιατρικές διαταραχές, συμπεριλαμβανομένων και αυτών με διατροφικές διαταραχές.
- Παιδιά με ασταθείς οικογενειακές συνθήκες.
- Παιδιά που παραλείπουν την ινσουλίνη.
- Περιπτώσεις ακατάλληλης διακοπής της θεραπείας με αντλία ινσουλίνης.

Διάγνωση

Η πιο προφανής και πρώιμη ένδειξη νέας εμφάνισης διαβήτη (και ΔΚΟ) σε νεαρά άτομα, είναι μια ανεξήγητη νυκτουρία σε ένα συνήθως "στεγνό" παιδί.

Άλλα σημάδια και συμπτώματα της κετοξέωσης σε πρόσφατα διαγνωσμένα διαβητικά παιδιά περιλαμβάνουν: πολυουρία, δίψα, πολυδιψία, σημάδια αφυδάτωσης, κοιλιακό άλγος, έμετος.

Κάθε διαβητικός ασθενής θα πρέπει να ελέγχει, σε περίπτωση αυξημένης υπεργλυκαιμίας, τα κετονικά σώματα στα ούρα ή στο ορό του αίματος.

Ο έλεγχος αυτός θα πρέπει να γίνεται και αν υπάρχουν πεπτικές διαταραχές.

Η ευρεία κυκλοφορία ατομικών συσκευών για τη μέτρηση της γλυκόζης του αίματος έχει περιορίσει την αξία της ανίχνευσης γλυκόζης στα ούρα. Η γλυκόζη αποβάλλεται με τα ούρα, όταν ξεπεράσει ένα όριο τιμής στο αίμα, που είναι διαφορετικό σε κάθε παιδί (145-180 mg/dl). Η ανίχνευση γλυκόζης στα ούρα σημαίνει ότι η γλυκόζη του αίματος έχει υπερβεί αυτό το όριο κατά το χρόνο που μεσολάβησε από την προηγούμενη ούρηση.

ΠΡΟΦΙΛ

Η κυρία Λαζογεώργου Πέννυ μεγάλωσε στην Άμφισσα, του νομού Φωκίδας, όπου και ολοκλήρωσε τις εγκύκλιες σπουδές της, αποφοίτησε το 2006 από το τμήμα Φαρμακευτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και σήμερα βρίσκεται στο στάδιο της εκπόνησης της διπλωματικής της εργασίας στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών «Διοίκηση Μονάδων Υγείας» στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

PLUS+

στη διαχείριση του Διαβήτη
σε θεραπεία με ινσουλίνη.



**Ακρίβεια και
Επαναληψιμότητα**
στη μέτρηση



Δείκτες επίσημανσης
προ/μεταγευματικοί,
άσκησης & συναγερμού



**Μέτρηση
της β-OHB κετόνης**
στο αίμα



*Η αποστολή του δώρου γίνεται με έξοδα της Menarini diagnostics

MENARINI
A.MENARINI
diagnostics

Γραμμή Εξυπηρέτησης Διαβήτη: 801 11 44400

MENARINI ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ ΙΑΤΡΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ Α.Ε.Β.Ε

Λεωφ.Βουλιαγμένης 575, 16451 Αργυρούπολη, Τηλ.: 210 9944950-4, www.menariniagnostics.gr

Ρωτήστε
για την
προσφορά
4+1 ΔΩΡΟ*

ADDICTAD

Εξειδικευμένες συμβουλές στοματικής υγιεινής και υγείας

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του φαρμακείου

♦ Από τον **κ. ΛΕΩΝΙΔΑ ΠΕΤΕΙΝΑΤΟ**, Professional Business Manager της Colgate Palmolive Ελλάς*

Η στοματική υγιεινή είναι μια κατηγορία προϊόντων για τα οποία υπάρχει μεγάλη ανάγκη για παροχή συμβουλών από το φαρμακοποιοό. Για την ακρίβεια, υπάρχουν ορισμένες κατηγορίες πελατών για τους οποίους το φαρμακείο αποτελεί την πιο συχνή πηγή πληροφόρησης και παροχής συμβουλών υγείας. Είναι σημαντικό λοιπόν να γνωρίζουμε ποιοι είναι αυτοί οι πελάτες, τι περιπτώσεις θα αντιμετωπίσουμε και τι θα πρέπει να τους συμβουλέψουμε.



Παιδιά και στοματική υγιεινή

Οι μαμάδες και οι μπαμπάδες είναι μια ομάδα πελατών που επισκέπτονται πολύ συχνά το φαρμακείο. Είναι πολύ δεκτικοί σε νέες πληροφορίες και ενδιαφέρονται να μάθουν πως μπορούν να καλύψουν με τον καλύτερο τρόπο τις ανάγκες των μικρών τους "βλασταριών". Η στοματική υγιεινή των παιδιών οφείλει να τους απασχολεί από νωρίς, αφού η υγεία των δοντιών και όχι μόνο, εξαρτάται απόλυτα από τη δική τους ενεργοποίηση προς την πρόληψη.

ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

«Πότε πρέπει να αρχίσω να ασχολούμαι με την υγιεινή του στόματος του παιδιού μου;»

Η απάντησή σας

«Ιδανικά θα πρέπει να αρχίσετε να καθαρίζετε τα ούλα και τα δόντια ήδη από την ανατολή του πρώτου δοντιού. Μέχρι να κλείσει τα δύο χρόνια, καθαρίζουμε απαλά με βρεγμένη γάζα ή ειδική δαχτυλήθρα σιλικόνης χωρίς οδοντόκρεμα. Από 2 χρονών και μετά, πρέπει το παιδί να βουρτσίζει τα δόντια του δύο φορές την ημέρα με φθοριούχο οδοντόκρεμα».

«Τι οδοντόκρεμα και οδοντόβουρτσα να χρησιμοποιήσω στο παιδί μου, που είναι 4 χρονών;»

Η απάντησή σας

«Για κάθε ηλικιακή ομάδα υπάρχουν τα κατάλληλα προϊόντα. Για παράδειγμα, το μέγεθος της κεφαλής της οδοντόβουρτσας πρέπει να ταιριάζει στο στόμα του παιδιού, αλλιώς θα έχουμε δυσκολία να πετύχουμε σωστό βούρτσισμα και πιθανώς να έχουμε τραυματισμούς των ευαίσθητων παιδικών ούλων. Για το παιδί 4 χρονών προτείνουμε οδοντόβουρτσα ηλικιακής ομάδας 2-6 ετών. Αντίστοιχα προτείνουμε οδοντόκρεμα ειδική για το ίδιο ηλικιακό γκρουπ, γιατί έχει τη σωστή περιεκτικότητα σε φθόριο (1.000 ppm). Πάντα το βούρτσισμα γίνεται από το γονέα, τουλάχιστον μέχρι τα 6 χρόνια, και με την επίβλεψή του μέχρι τα 8. Είναι πολύ σημαντικό να προσέχουμε το παιδί να μην καταπίνει την οδοντόκρεμα. Πάντως δε συντρέχει κανένας λόγος ανησυχίας αν χρησιμοποιείται η κατάλληλη οδοντόκρεμα και βάζουμε τη σωστή ποσότητα».

«Το φθόριο είναι καλό για τα παιδιά;»

Η απάντησή σας

«Το φθόριο είναι το πιο ασφαλές και αποτελεσματικό μέσο που διαθέτουμε για την πρόληψη της τερηδόνας. Η καθημερινή χρήση του αποτελεί το βασικότερο λόγο μείωσης των τερηδονικών βλαβών τις τελευταίες δεκαετίες σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες. Στην Ελλάδα δεν προσθέτουμε φθόριο στο σύστημα ύδρευσης, ούτε παρέχεται ευρέως σαν πρόσθετο σε γάλα ή άλλες τρο-

φές. Έτσι μας μένει μόνο η χρήση του φθορίου μέσω της οδοντόκρεμας».

Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες οδηγίες της Ευρωπαϊκής Παιδοδοντικής Εταιρίας, τα παιδιά από 2 έως 6 ετών πρέπει να βουρτσίζουν καθημερινά τα δόντια τους με φθοριούχο οδοντόκρεμα με 1.000 ppm φθορίου (π.χ. Colgate Smiles 2-6, AIM Kid 2-6), σε ποσότητα μεγέθους μπιζελιού (υπάρχει ειδική χρωματική σήμανση στις ειδικές παιδικές οδοντόβουρτσες, που δείχνουν ακριβώς πόση οδοντόκρεμα πρέπει να βάλουμε). Για παιδιά 6 ετών και άνω, ισχύουν τα παραπάνω αλλά με φθοριούχο οδοντόκρεμα με 1.450 ppm (περιεκτικότητα αντίστοιχη με αυτή των οδοντόκρεμων για ενήλικες). Τέλος, αν το παιδί είναι άνω των 6 ετών και εμφανίζει τερηδόνα ή έχει κάνει σφραγίσματα, καλό θα είναι επιπλέον του βουρτσίσματος να χρησιμοποιεί τακτικά φθοριούχο στοματικό διάλυμα (π.χ. Colgate Plax Magic, ListerKid, Elgydium Junior). Εδώ απαιτείται περισσότερη προσοχή γιατί η κατάποση του στοματικού διαλύματος είναι πιο εύκολη απ' ό,τι της οδοντόκρεμας. Η μόνη ανεπιθύμητη ενέργεια του φθορίου είναι η πιθανότητα εμφάνισης φθορίασης σε παιδιά μέχρι 6 ετών. Η φθορίαση δεν είναι επικίνδυνη και περιορίζεται κυρίως σε αισθητικές αλλοιώσεις των δοντιών. Πάντως στη χώρα μας, όπου τα παιδιά δε λαμβάνουν φθόριο από άλλες πηγές, τα ποσοστά φθορίασης είναι πολύ περιορισμένα.

Εγκυμοσύνη και στοματική υγιεινή

Η περίοδος της εγκυμοσύνης είναι μια ιδιαίτερη φάση στη ζωή κάθε γυναίκας. Η κατάσταση του στόματος δε θα μπορούσε να αποτελέσει εξαίρεση σε αυτό τον κανόνα. Οι διάφορες ορμονικές αλλαγές κατατάσσουν τις εγκύους στις ομάδες υψηλού κινδύνου για ανάπτυξη προβλημάτων των ούλων. Οφείλουμε να δώσουμε εγκαίρως τις κατάλληλες συμβουλές, πριν μια απλή ουλίτιδα εξελιχθεί σε περιοδοντίτιδα, με μη αναστρέψιμες βλάβες των περιοδοντικών ιστών, που μπορεί να φτάσει ακόμα και στην απώλεια δοντιών.

ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

«Βλέπω τον τελευταίο καιρό ότι τα ούλα μου αιμορραγούν. Είναι φυσιολογικό; Υπάρχει κάτι που μπορώ να κάνω;»

Η απάντησή σας

«Η αιμορραγία των ούλων δεν είναι ποτέ φυσιολογική. Είναι δείγμα φλεγμονής των ούλων και θα πρέπει άμεσα να μειωθούν οι παράγοντες που την προκαλούν. Ο βασικότερος παράγοντας που πρέπει να ελέγξουμε, είναι η συσσώρευση μικροβιακής πλάκας. Το κυριότερο μέλημα είναι η καλή στοματική υγιεινή με τα κα-

τάλληλα μέσα. Η σωστή και συστηματική αφαίρεση των βακτηριών θα οδηγήσει στη μείωση των συμπτωμάτων της φλεγμονής, όπως κόκκινα και πρησμένα ούλα που αιμορραγούν. Σε κάθε περίπτωση, η επίσκεψη στον οδοντίατρο είναι απαραίτητη».

«Τι προϊόντα μου προτείνετε να χρησιμοποιώ;»

Η απάντησή σας

«Προτείνεται η χρήση οδοντόκρεμας με ήπιους αντιβακτηριδιακούς παράγοντες (π.χ. Periogard Plus, Therasol, Parodontax), οδοντόβουρτσας με μαλακούς θυσάνους (π.χ. Periogard Plus, Elgydium Clinic) και οπωσδήποτε νήμα ή βουρτσάκια μεσοδοντίων».

Στην περίοδο της εγκυμοσύνης, τα προϊόντα με χλωρεξιδίνη πρέπει να χρησιμοποιούνται με προσοχή και έπειτα από συνεννόηση με τον οδοντίατρο και το γυναικολόγο.

«Τα προβλήματα των ούλων μπορούν να βλάψουν το έμβρυο;»

Η απάντησή σας

«Υπάρχουν ενδείξεις ότι η εκδήλωση περιοδοντίτιδας κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης συσχετίζεται με τη γέννηση πρόωρων και ελλιποβαρών νεογνών. Βέβαια η έγκαιρη αντιμετώπιση της νόσου με τη βοήθεια ειδικευμένων οδοντιάτρων (περιοδοντολόγων) και η σωστή στοματική υγιεινή, περιορίζουν τις συνέπειες για τη μητέρα και το βρέφος».

Διαβήτης και στοματική υγεία

Ο διαβήτης καθιστά όλους τους ιστούς στο σώμα πιο ευπαθείς στις λοιμώξεις, περιλαμβανομένων και των ιστών στο στόμα. Για την ακρίβεια, άτομα με σακχαρώδη διαβήτη έχουν διπλάσιες πιθανότητες να εμφανίσουν προβλήματα των ούλων, ειδικά όταν τα επίπεδα γλυκόζης στο αίμα δε ρυθμίζονται επαρκώς. Επίσης, η ύπαρξη υψηλών επιπέδων σακχάρου και η πιθανότητα εμφάνισης ξηροστομίας, κατατάσσει τους διαβητικούς σε υψηλή βαθμίδα κινδύνου για εμφάνιση πολυτερονιδισμού. Όπως και για τα υπόλοιπα συμπτώματα του διαβήτη, έτσι και για τη στοματική υγεία θα πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη έμφαση στην πρόληψη. Είναι σημαντικό να ενημερώνουμε για τις επιπτώσεις του διαβήτη όλους όσους επισκέπτονται το φαρμακείο συστηματικά, λαμβάνοντας θεραπεία σχετιζόμενη με τη ρύθμιση του σακχάρου. Τέλος, μέσα από τη συζήτηση με τους πελάτες μας, μπορούμε να βοηθήσουμε να εντοπιστούν αδιάγνωστοι ασθενείς με διαβήτη τύπου II.

ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

«Έχω σακχαρώδη διαβήτη και τελευταία νιώθω ότι

έχω επίμονη κακή γεύση στο στόμα και τα ούλα μου ματώνουν. Τι να κάνω;»

Η απάντησή σας

«Και τα δύο συμπτώματα που μου περιγράψατε είναι χαρακτηριστικά της περιοδοντικής νόσου και ίσως κρύβουν την ύπαρξη της πιο προχωρημένης εκδήλωσης, που είναι η περιοδοντίτιδα. Είναι πάρα πολύ σημαντικό να γίνει άμεσα επίσκεψη στον οδοντίατρο, γιατί δεν υπάρχει μόνον ο κίνδυνος για απώλεια δοντιών, αλλά επιπλέον η περιοδοντίτιδα επιβαρύνει τον έλεγχο του διαβήτη».

Έχει αποδεχθεί ότι σε άτομα με ενεργή περιοδοντίτιδα δυσχεραίνεται η επίτευξη επαρκούς μεταβολικού ελέγχου του διαβήτη. Από πλευράς προϊόντων προτείνεται η χρήση οδοντόκρεμας με αντιβακτηριδιακούς παράγοντες (π.χ. Periogard Plus, Elgydium Antiplaque, Parodontax, Hexaldent), οδοντόβουρτσας με μαλακούς θυσάνους (π.χ. Periogard Plus, Elgydium Clinic) και οπωσδήποτε νήμα ή βουρτσάκια μεσοδοντίων. Επίσης, προτείνεται η βραχυχρόνια χρήση (μέχρι 15 ημέρες) στοματικών διαλυμάτων με χλωρεξιδίνη (π.χ. Colgate Periogard 0,2%, Eludril, Chlorhexil, Plac Away Thera Plus).



«Είμαι άτομο με σακχαρώδη διαβήτη και τελευταία νιώθω το στόμα μου ξηρό σαν να έχω λιγότερο σάλιο. Μπορείτε να μου δώσετε κάτι για να με ανακουφίσει;»

Η απάντησή σας

«Η μειωμένη έκκριση σάλιου ή ακόμα και η πιο σοβαρή περίπτωση που ονομάζεται ξηροστομία, αποτελούν βασικά συμπτώματα εκδήλωσης του διαβήτη στο στόμα. Καλό είναι να ανακουφίσουμε άμεσα την πολύ ενοχλητική αίσθηση που υπάρχει στο στόμα με ενυδατικά /

Colgate

**PERIOGARD
PLUS®**

Ανακαλύψτε το καθαρό στόμα

...ελεύθεροι από:

**Αιμορραγία των ούλων
Δυσάρεστη αναπνοή**

Οδοντική πλάκα

Τερηδόνα

Πέτρα

Ανανεωμένη σειρά για ολοκληρωμένη προστασία

NEA



Διάθεση στα φαρμακεία

Colgate®

Ο ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΚΑΛΗ ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

λιπαντικά προϊόντα, όπως τσίχλες και στοματικά διαλύματα (π.χ. Biotene, Unimoist, Xerostom). Επιπλέον, για την προστασία από την τερηδόνα προτείνουμε τη χρήση οδοντόκρεμας με υψηλή συγκέντρωση φθορίου 5.000 ppm (Duraphat 5000). Τέλος, είναι σημαντική η επίσκεψη στον οδοντίατρο, προκειμένου να γίνει τοπική εφαρμογή φθορίου υψηλής συγκέντρωσης (22.600 ppm) τουλάχιστον 2-4 φορές το χρόνο».

Νοσήματα, φαρμακευτική αγωγή και στοματική υγεία

Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι υπάρχουν ορισμένα νοσήματα που σχετίζονται με την πρόκληση τερηδόνας. Ασθενείς με χρόνια άσθμα, οι ογκολογικοί ασθενείς και όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, τα άτομα με σακχαρώδη διαβήτη συγκαταλέγονται στις ομάδες υψηλού τερηδονικού κινδύνου. Επίσης, αν προσέξετε τα φύλλα οδηγιών χρήσης, θα δείτε ότι μία από τις αρκετά διαδεδομένες ανεπιθύμητες ενέργειες πολλών φαρμάκων είναι η ξηροστομία. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η ξηροστομία είναι κάτι παροδικό ή η χορήγηση της φαρμακευτικής αγωγής διαρκεί λίγο ή δύναται ακόμα και να διακοπεί. Σε περιπτώσεις όμως χρόνιων ασθενών, τα φάρμακα πρέπει να συνεχίσουν να χορηγούνται, ανεξάρτητα από περιορισμένης σημασίας παρενέργειες. Προσοχή λοιπόν, η ξηροστομία που προκαλείται από τα φάρμακα μπορεί να οδηγήσει σε σοβαρά προβλήματα τερηδόνας.

ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

«Ξεκίνησα ακτινοθεραπεία κεφαλής και νιώθω το στόμα μου πάρα πολύ ξηρό. Ο γιατρός μου είπε να πάρω από το φαρμακείο κάποια προϊόντα που θα με ανακουφίσουν.»

Η απάντησή σας

«Σίγουρα το πρώτο μέλημα είναι να απαλύνουμε την αίσθηση ξηρότητας και καύσου, με ενυδατικά προϊόντα για το στόμα. Σε δεύτερο στάδιο, αλλά όχι πολύ αργότερα, θα πρέπει να κοιτάξουμε την πρόληψη της τερηδόνας. Δυστυχώς η απλή ενυδάτωση της στοματικής κοιλότητας δεν υποκαθιστά μία από τις βασικότερες λειτουργίες του σάλιου, που είναι η προστασία από την τερηδόνα. Η έλλειψή του οδηγεί σε πολλαπλές και επιθετικές τερηδονικές βλάβες, με συνέπεια πολλά σφραγίσματα, απονευρώσεις και εξαγωγές δοντιών. Για την προστασία από την τερηδόνα προτείνουμε τη χρήση οδοντόκρεμας με υψηλή συγκέντρωση φθορίου 5.000 ppm (Duraphat 5000)».

«Διάβασα στο φύλλο οδηγιών ότι τα ανορεξιογόνα φάρμακα που χρησιμοποιώ μπορεί να προκαλέσουν ξηροστομία. Τι πρέπει να κάνω αν μου συμβεί αυτή η ανεπιθύμητη ενέργεια;»

Η απάντησή σας

«Αν το φάρμακό σας προκαλέσει οποιαδήποτε ανεπιθύμητη ενέργεια, πρέπει να ενημερώσετε άμεσα το γιατρό σας. Αν χρειαστεί να το συνεχίσετε, προτείνουμε τη χρήση οδοντόκρεμας με υψηλή συγκέντρωση φθορίου 5.000 ppm (Duraphat 5000), για προστασία από την τερηδόνα που προκαλεί η ξηροστομία.»

Νοσήματα και κατηγορίες φαρμάκων που σχετίζονται με πρόκληση τερηδόνας

Χρόνια γενικά νοσήματα	Κατηγορίες φαρμάκων που προκαλούν ξηροστομία
Σακχαρώδης Διαβήτης Τύπου Ι	ανορεξιογόνα
Άσθμα	αντιισταμινικά
Ογκολογικός ασθενής	αντιυπερτασικά
	αντιψυχωτικά
	αντιπαρκινσονικά
	διουρητικά
	αγχολυτικά
	βρογχοδιασταλτικά
	μυοχαλαρωτικά
	αναλγητικά

Συμπέρασμα

Όπως φαίνεται από τις παραπάνω περιπτώσεις που αναφέραμε, υπάρχουν πολλές συμβουλές που θα μπορούσαμε να δώσουμε σε αρκετούς από τους «τακτικούς» πελάτες του φαρμακείου μας. Βέβαια η παραπάνω λίστα σε καμία περίπτωση δεν εξαντλεί τη θεματολογία ή τις πραγματικές ανάγκες για ενημέρωση γύρω από τη στοματική υγιεινή και υγεία.

Για την προσέλευση νέων πελατών στοματικής υγιεινής απαιτούνται νέες πρακτικές. Οι εξειδικευμένες συμβουλές υγείας και η πρόταση των κατάλληλων εξειδικευμένων προϊόντων που μπορεί να προσφέρει το φαρμακείο, είναι η λύση και ο βασικός μοχλός για δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε αυτή την κατηγορία σε σχέση με τα άλλα κανάλια διανομής.

* Οι παραπάνω απόψεις είναι προσωπικές και δεν εκφράζουν τις θέσεις της εταιρίας. ■

Αντιφθειρικό Σαμπουάν Μίας Χρήσης



Λάισερ

LICENER

SINGLE TREATMENT

ΜΟΝΟ ΣΤΑ
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

...μια φορά μονάχα φτάνει...!



...**Νέο** πρωτοποριακό προϊόν
για την αντιμετώπιση της ψείρας και της κόνιδας
με **μία μόνο χρήση!** σε 10' λεπτά!



- Βασισμένο στο φυσικό ενεργό συστατικό «Neem-extract».
- **100% αποτελεσματικό.**
- Εξοντώνει τις ψείρες και τα αυγά τους με μία μόνο χρήση.

ΚΛΙΝΙΚΑ ΕΛΕΓΜΕΝΟ
ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ ΕΛΕΓΜΕΝΟ

Hhealth Plus s.a.
PHARMACEUTICALS - COSMETICS

ΑΘΗΝΑ: Λ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 2 & ΘΑΣΟΥ 3, ΓΛΥΦΑΔΑ 166 75, ΤΗΛ. 801.700.77.01 (αστική χρέωση) - FAX. 210.9600.954
ΘΕΣ/ΚΗ: ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ 31, ΒΑΛΚΑΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ, ΚΤΙΡΙΟ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ - ΤΗΛ / FAX: 2310.540575

Website: www.health-plus.gr • E-mail: info@health-plus.gr

Η ποιότητα εργασίας και εξυπηρέτησης

♦ Από τη **ΜΑΤΑ ΧΑΡΟΚΟΠΟΥ**, Φαρμακοποιό, Σύμβουλο Οικονομικών Υγείας

Ο κάθε άνθρωπος θέλει ποιότητα στη ζωή του.

Γιατί όχι και ο πελάτης μας στις ανάγκες και στις αγορές του;

Οργάνωση χώρου, οργάνωση καθηκόντων, ακριβής και αξιόπιστη πληροφορία...

Όλα αυτά σε μία λέξη: ΠΟΙΟΤΗΤΑ!!

Σημαντικό για εμάς τους ίδιους, αλλά πιο σημαντικό... για τον πελάτη μας!



Έλεγχος ποιότητας! Αυτή είναι η διαδικασία που θα εξασφαλίσει ότι τα σχέδιά σας κατά τη διάρκεια της ημέρας, της εβδομάδας, του μήνα, θα έρθουν σε πέρας με επιτυχία, αφήνοντας τον πελάτη σας ευχαριστημένο. Όσα προϊόντα και να έχει το φαρμακείο μας, όσες επιπλέον υπηρεσίες μπορεί να προσφέρει, απ' όσα άτομα κι αν αποτελείται η ομάδα που το απαρτίζει, ο πελάτης θα κρατήσει στο μυαλό του ένα πράγμα φεύγοντας από το φαρμακείο σας: την ποιότητα παροχής, είτε αυτή αφορά ένα προϊόν, είτε μία υπηρεσία.

Θα έλεγα ότι είναι κοινή λογική. Εάν επισκεφθείτε ένα μαγαζί ρούχων για την αγορά ενός απλού κασκόλ, θα φύγετε με κάποια συναισθήματα που σχετίζονται με ερωτήσεις του τύπου:

"Μου αρέσει αυτό που αγόρασα;"

"Ήταν καλή η εξυπηρέτηση;"

"Κατάλαβαν τι ακριβώς ήθελα ή συμβιβάστηκα με κάτι παραπλήσιο;"

"Μου άρεσε η εικόνα του μαγαζιού;" και τέλος,

"Σε επόμενες αγορές μου, θα έρθω ξανά στο ίδιο μαγαζί ή θα πάω σε άλλο που μου έχουσε πει ότι η εξυπηρέτηση σε κερδίζει και τα προϊόντα του σε αφήνουν κατά πολύ ευχαριστημένο.»

Εξυπηρετώντας λοιπόν τον πελάτη μας στο φαρμακείο, αυτές τις ερωτήσεις πρέπει να έχουμε κατά νου να ικανοποιήσουμε, ειδικά σε μία περίοδο όπου ο πελάτης - καταναλωτής έχει γίνει πιο επικριτικός στα "ζητάω" και στα "θέλω" του.

Το ίδιο λοιπόν θα σκεφτεί ο πελάτης μας είτε φεύγοντας από το φαρμακείο μας, είτε την επόμενη φορά που θα χρειαστεί να ξαναέρθει. Κερδίστε τον!!

Κινήσεις και στρατηγικές που κερδίζουν τον πελάτη σαν άνθρωπο έναντι της διάθεσης από μέρους μας ενός περιστασιακού χρηματικού ποσού και του κατάλληλου χρόνου, είναι απαραίτητες για την επιβίωση του φαρμακοποιού στη σημερινή αγορά.

Τί πιο εύκολο από το να εξασφαλίσουμε λοιπόν την ποιότητα της παροχής προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησής μας; Πέρα από το ότι ο πελάτης είναι ο πρώτος δέκτης του αποτελέσματος, ο ίδιος ο φαρμακοποιός αλλά και η ομάδα του, αν μεριμνήσουν για την αύξηση της ποιότητας, δημιουργούν το κατάλληλο περιβάλλον εργασίας και παροχής κοινωνικού έργου που αρμόζει στο φαρμακείο.

ΚΑΝΤΕ ΤΗΝ (ΑΥΤΟ) ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΑΣ!!

Ξεκινήστε από εσάς και την ομάδα σας:

Τι δεν αρέσει σε εσάς τους ίδιους;

Μπειτέ στο χώρο σας και εξυπηρετηθείτε σαν να ήσασταν πελάτης.

Τι θα θέλατε να δείτε και δεν το είδατε, τι θα θέλατε να σας πούνε και δε σας το είπαν;

Ελέγξτε αν γίνονται λάθη και που. Από την εκτέλεση μίας συνταγής και τους λόγους του λάθους, μέχρι την απλή πληροφορία που μπορεί να δώσει ένα μέλος της ομάδας σας τηλεφωνικά:

Ήταν ακριβής απάντηση;

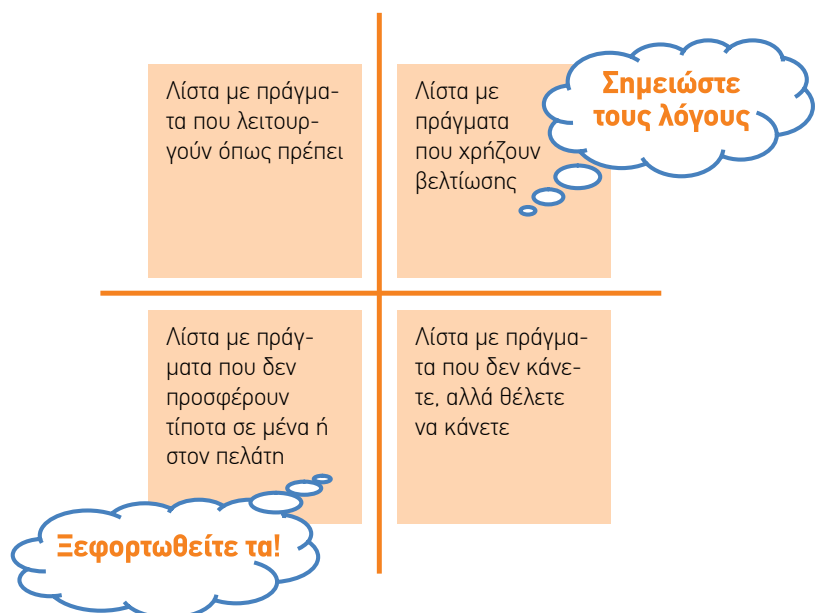
Άραγε κάλυψε την ανάγκη του πελάτη μου;

Μπορώ να αφιερώσω το χρόνο που ζητάει ο πελάτης μου σε αυτόν ή επικρατεί ένα χάος και τον παραμελώ και γίνονται λάθη ή παραλείψεις επεξήγησης και συμβουλής λόγω βιασύνης;

Είμαι ικανός εγώ και οι συνεργάτες μου να χειριστούμε καταστάσεις έκτακτες, όπου πελάτες περιμένουν να εξυπηρετηθούν και ο χρόνος να τρέχει;

Τσεκάρετε οι ίδιοι τέτοιου είδους καταστάσεις. Κάντε μία λίστα όπου να καταγράψετε: μία στήλη με πράγματα που λειτουργούν ρολόι. Μία στήλη με πράγματα που γίνονται καλά, αλλά όχι και με τον καλύτερο τρόπο (για πολλούς λόγους).

Παράλληλα σημειώστε τους λόγους (έλλειψη γνώσεων, έλλειψη οργάνωσης χρόνου, χώρου κ.λπ.), ώστε αργότερα να δείτε που υπάρχει χώρος βελτίωσης. Επίσης μην παραλείψετε μία στήλη με πράγματα που κάνετε τελείως λάθος και θέλετε είτε να βελτιώσετε, καθώς και μία στήλη με πράγματα που πιστεύετε ότι δεν προσφέρουν κάτι επιπλέον στη δουλειά σας και στον πελάτη σας. Τέλος, δημιουργήστε μία στήλη με πράγματα που δεν κάνετε καθόλου, αλλά ύστερα από την αυτοκριτική σας θεωρείτε ότι πρέπει να προστεθούν στη λίστα καθηκόντων σας.



ΓΙΑΤΙ

**ΤΑ ΛΑΘΗ ΜΟΥ ΒΛΑΠΤΟΥΝ
ΤΟΝ ΑΣΘΕΝΗ ΜΟΥ,
ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΜΟΥ,
ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΟΥ ΕΡΓΟ,
ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΟΥ**

Ενας επίσης πολύ καλός τρόπος κριτικής της δουλειάς και της επιχειρησότητας σας, σε συνδυασμό με τα προηγούμενα, είναι να μάθετε την άποψη του πελάτη από... ΤΟΝ ΙΔΙΟ. Μιλήστε μαζί του, ρωτήστε τον! Και γιατί όχι; Φεύγοντας δώστε του ένα ερωτηματολόγιο, ρωτώντας την άποψή του. Τι του αρέσει, τι όχι, τι περιμένει από εσάς και την ομάδα σας, τι έχει ακούσει από άλλους. Όλα παίζουν ρόλο όταν μιλάμε για τον άνθρωπο που μπαίνει στο φαρμακείο σας.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥ

Αφού εντοπίσετε οι ίδιοι τι πάει τέλεια και τι πάει στραβά, δημιουργήστε τη δική σας διαδικασία ελέγχου. Το κάθε φαρμακείο και ο φαρμακοποιός του ξέρει τις δικές του ανάγκες.

Δημιουργήστε λίστα καθηκόντων, ποιος κάνει τι, με προκαθορισμένα χρονικά περιθώρια.

Όλοι ξέρουμε το ρητό «μην αφήνεις για αύριο κάτι που μπορεί να γίνει σήμερα».

Μικρά meetings με την ομάδα μας ή μια γενική ανασυγκρότηση με τον εαυτό μας, του τι πρέπει να γίνει και πότε, πάντα βοηθάει και είναι η βάση της διαδικασίας ελέγχου μας.

Καθημερινές λειτουργίες φαρμακείου όπως καθαριότητα, τακτοποίηση, είναι διαδικασίες που ναι μεν μας τρώνε χρόνο και λέμε "έλα μωρέ, πόσο να μας πάρει", αλλά στο τέλος γίνονται βιαστικά γιατί το παραμελήσαμε και αν μη τι άλλο, όχι σωστά.

Λίγες φορές σας έχει τύχει να μπειτε σε μαγαζί που είναι φρεσκοσφουγγαρισμένο; Ναι μεν δίνει την εικόνα του καθαρού χώρου, αλλά πολλές φορές δίνει την εικόνα ότι έγινε βιαστικά, όταν οι πελάτες άρχισαν να έρχονται ήδη στο μαγαζί, δίνοντας μία εντύπωση ανοργανωσιάς.

Είτε δουλεύουμε μόνοι, είτε με τους συνεργάτες μας, η διαδικασία αυτοκριτικής για την ίδια την επιχείρησή μας πρέπει να περιέχει τα εξής βασικά στάδια:

- Κάνω ξεκάθαρο το τι θέλω να αλλάξω, να κρατήσω, να σβήσω ή να προσθέσω;

- Κάνω τα παραπάνω ξεκάθαρα σε γραπτό κείμενο;

- Το μοιράζω στους συνεργάτες μου και σε μένα τον ίδιο;

Μία επικοινωνιακή συζήτηση με τους συνεργάτες μας ή ακόμα και με ένα κοντινό μας πρόσωπο που μπορεί να μπει στη θέση του πελάτη μας, θα βάλει τις τελευταίες πινελιές στη διαδικασία ελέγχου μου.

Μέσα από αυτό, δημιουργήστε μία λίστα καθηκόντων και μοιράστε τη μεταξύ των μελών της ομάδας σας μέσα στην ημέρα. Όχι τυχαία. Εσείς ξέρετε την ομάδα σας. Βρείτε λοιπόν σε τι είναι ο καθένας καλύτερος και εκμεταλλευτείτε τα ταλέντα και τις ικανότητες των συνεργατών σας. Έτσι και ο ίδιος ο συνεργάτης βρίσκει κίνητρο μέσα από αυτό, αλλά και το αποτέλεσμα θα είναι το μέγιστο, αν αυτός που είναι υπεύθυνος έχει τα κατάλληλα προσόντα για τη δραστηριότητα αυτή.

Και πάλι η συζήτηση και η πιθανή ανάγκη εκπαίδευσης σε τρωτά σημεία μπορεί να είναι απαραίτητα συστατικά της συνταγής.

Διαρκής έλεγχος της διαδικασίας! Κατά τη διάρκεια της ημέρας, ελέγ-

ξετε αν πάνε όλα όπως υπολογίσατε. Αν όχι, βρείτε το λόγο και προσαρμόστε τη λίστα και την όλη διαδικασία σε αυτό. Δείτε ξανά τι μπορεί να αλλάξει προς το καλύτερο.

Δεν υπάρχει μαγική συνταγή, παρά μόνο να βάζετε τον εαυτό σας στη θέση του πελάτη, αναλογίζοντας τι σας αρέσει και τι όχι.

Μην παραμελήσετε το να ελέγξετε αν όλα πάνε καλά μετά από χρονικό διάστημα μίας εβδομάδας ή ενός μήνα.

Ο συνεχής έλεγχος είναι το κλειδί της επιτυχίας της διαδικασίας ελέγχου ποιότητας. Καθυστερημένη αξιολόγηση της διαδικασίας, οδηγεί σε νέα αλυσίδα προβλημάτων, που θα φουσκώσουν τη λίστα καθηκόντων και θα κάνει τη διαδικασία ελέγχου να φαίνεται ακατόρθωτη.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**1. Θέστε λογικούς στόχους!**

Η διαδικασία πρέπει να έχει ως πηγή έμπνευσης το ίδιο το φαρμακείο και την ομάδα του. Μην προσθέσετε τίποτα που δεν ταιριάζει στο χώρο σας, στον τρόπο εργασίας σας, στις ικανότητες τις δικές σας και της ομάδας σας. Δεν υπάρχει κανένα όφελος να δημιουργήσουμε μία διαδικασία που δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών μας και της αγοράς γύρω από το φαρμακείο μας και είναι πέρα από τις ικανότητές μας.

2. Θέστε προτεραιότητες

Καλή η αυτοκριτική, αλλά... δημιουργήστε τη λίστα και τη διαδικασία ελέγχου, θέτοντας προτεραιότητες. Δείτε τι είναι αυτό που ευχαριστεί τους πελάτες πιο πολύ και βάλτε το πρώτο.

Θα μπορούσε για παράδειγμα να είναι ως εξής:

A) Σωστή εκτέλεση συνταγών,

B) Ευγενική εξυπηρέτηση,

Γ) Ταχύτητα εξυπηρέτησης. Ο πελάτης δε θέλει να περιμένει για να εξυπηρετηθεί,

Δ) Οργανωμένος πάγκος / ταμείο κ.ο.κ.

Αν λοιπόν η εκτέλεση συνταγών πάει σε πρώτη προτεραιότητα, δείτε τι χρειάζεται για να επιτευχθεί καλύτερα αυτό και αφιερώστε τον κατάλληλο χρόνο. Ελέγξτε την ομάδα σας, αν έχει κάποιο κενό γνώσεων ή οργάνωσης και εκπαιδεύστε τους, ελέγχοντας ξανά την πρόοδό τους.

3. Πολλαπλά σημεία έλεγχου της διαδικασίας

Όπως ήδη αναφέραμε, μην παραμελήσετε τη διαδικασία. Ελέγχετε καθημερινά αν όλα πάνε όπως η διαδικασία ελέγχου ποιότητας ορίζει και δείτε ποια τρωτά σημεία απομένουν να διορθωθούν. Υπάρχει

πάντα και η πιθανότητα να μην έχετε υπολογίσει σωστά κάτι, είτε το χρόνο σας, είτε το τι είναι αυτό που πραγματικά πρέπει να αλλάξει, για να επέλθει άριστη ποιότητα στα προϊόντα που προτείνετε, τον τρόπο που τα προτείνετε και γενικά στις υπηρεσίες σας.

4. Δεν υπάρχει ποιότητα χωρίς εκπαίδευση

Μέσα στα σημεία που ίσως οδηγούν στη μη άριστη ποιότητα του αποτελέσματος, είναι οι γνώσεις μας, ο τρόπος εργασίας μας και η προσέγγισή μας στον πελάτη. Δεν ξεχνάμε λοιπόν να μιλήσουμε με την ομάδα μας και να εντοπίσουμε σημεία που χρήζουν εκπαίδευσης και βελτίωσης. Δουλεύοντας πάνω σε αδυναμίες, μην ξεχνάτε ότι εντοπίζουμε και δυνατά σημεία δικά μας και των συνεργατών μας. Όπως λοιπόν και να έχει, μη θεωρήσετε την εκπαίδευση, τη δική σας και της



ομάδας σας, ως χάσιμο χρόνου. Ούτε να θεωρήσετε δεδομένο ότι τα ξέρετε και τα κάνετε όλα καλά. Δείτε το ως μελλοντική επένδυση, γιατί κανείς δε κάνει από τη συνεχή επιμόρφωση.

5. Δώστε κίνητρα

Κατανοώντας και εξηγώντας τους λόγους της διαδικασίας ελέγχου και ορίζοντας κάθε μέλος της ομάδας μας υπεύθυνο για την ποιότητα της εργασίας και προσφοράς του φαρμακείου στους πελάτες του, αυτό δίνει από μόνο του κίνητρα. Αφήστε χώρο επέμβασης και συμμετοχής των μελών της ομάδας στην όλη διαδικασία. Η κριτική που λέγαμε είναι ο καλύτερος οδηγός της διαδικασίας. Αν οι ίδιοι δουν τι μπορεί και χρειάζεται να αλλάξει και να βελτιωθεί, πρώτοι αυτοί είναι που θα παλέψουν γι' αυτό.

Πάρτε στα χέρια σας τον έλεγχο της ίδιας σας της επιχείρησης και των συνεργατών που την απαρτίζουν. Ο πελάτης του σήμερα είναι γνώστης για τα θέλω και τις ανάγκες του όσο ποτέ άλλοτε. Προσφέρετέ τα του λοιπόν, αφού σιγουρευτείτε ότι η ποιότητά τους είναι η μέγιστη δυνατή που μπορείτε να επιτύχετε, ώστε να τον αφήσει ευχαριστημένο και υπέρ-ικανοποιημένο! ■



Μαρία Νονα Βούρβα

Pro-Active Liquid Collagen Υγρό Πόσιμο Κολλαγόνο

Το PRO ACTIVE LIQUID COLLAGEN είναι το κορυφαίο συμπλήρωμα διατροφής, αποτελώντας ότι πιο καινοτόμο στην επιστήμη του κολλαγόνου, γιατί κάθε ημερήσια δόση 20ml του P.A.L.C. περιέχει: εκτός από 10gr υδρολυμένου κολλαγόνου, πυρίτιο, μαγνήσιο αλλά και vit B1 (θειαμίνη), vit B2 (Ριβοφλαβίνη), vit B5 (Παντοθενικό οξύ), vit B6 (Πυριδοξίνη), τα οποία έχουν καταπληκτικές ευεργετικές ιδιότητες στον ανθρώπινο οργανισμό.

Το PRO ACTIVE LIQUID COLLAGEN είναι απαραίτητο & συνιστάται:

- Στους ανθρώπους που ταλαιπωρούνται από αρθρικά προβλήματα (απαραίτητο σε περιπτώσεις αρθρίτιδας, ρευματοειδούς αρθρίτιδας, ουρικής αρθρίτιδας, σπονδυλίτιδας, φλεγμονών του συνδετικού ιστού, τενοντίτιδας, οστεοπόρωσης)
- Σε όσους επιθυμούν να φρεσκάρουν και να αναζωογονήσουν την επιδερμίδα τους (μείωση ρυτίδων – νεανική όψη)
- Σε όσους έχουν τριχόπτωση, ταλαιπωρημένα αλλά και αδύναμα μαλλιά
- Σε όσους θέλουν να δυναμώσουν τα νύχια τους
- Σε όσους ασκούνται συστηματικά (αναπλήρωση και ανάπλαση μυϊκού ιστού)
- Σε άτομα υπέρβαρα ή που αναγκάζονται να κάνουν καθιστική ζωή
- Σε άτομα που κάνουν διαίτα γιατί αυξάνει το μεταβολισμό και βοηθάει στη ρύθμιση σωματικού βάρους / λίπους
- Βοηθάει στην καταπολέμηση της κυτταρίτιδας
- Δίνει τέλος στον εφιάλτη της δυσκολιότητας μέσα σε ελάχιστο χρόνο
- Βελτιώνει τη κυκλοφορία του αίματος γιατί βοηθάει στην ελαστικότητα των αιμοφόρων αγγείων
- Απαραίτητο στους καπνιστές (γιατί το κάπνισμα εκτός από το κολλαγόνο καταστρέφει και τον οργανισμό μας τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά, αλλοιώνοντας την επιδερμίδα μας)
- Βοηθάει στην αντιγήρανση.
- Στον σύγχρονο άνθρωπο που προσέχει τόσο την εξωτερική του εμφάνιση όσο και την εσωτερική του ευεξία

ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΟ ΚΟΛΛΑΓΟΝΟ

Το κολλαγόνο είναι η βασική πρωτεΐνη του συνδετικού ιστού γιατί αντιπροσωπεύει περίπου το 30% του συνόλου της πρωτεΐνης του σώματος και το 70% της πρωτεΐνης που συνθέτει το δέρμα. Το κολλαγόνο είναι πρωτεΐνη-κλειδί για το σώμα και τον ανθρώπινο οργανισμό. Είναι υπεύθυνο για την συνοχή, την ελαστικότητα και την αναπαραγωγή του δέρματος, του χόνδρου, των αρθρώσεων αλλά και των οστών. Από την ηλικία των 25 ετών, τα επίπεδα κολλαγόνου αρχίζουν να μειώνονται με τις γυναίκες να χάνουν κολλαγόνο με πιο γρήγορο ρυθμό από τους άντρες κατά την διαδικασία της ωρίμανσης και αργότερα της γήρανσης. Τονώνοντας τα φυσικά επίπεδα κολλαγόνου του σώματος ενισχύεται η ελαστικότητά και τόνωση του δέρματος, συντελώντας στη διατήρηση τόσο μιας νεανικής εμφάνισης όσο και εσωτερικής υγείας αφού δίνει τέλος στα αρθρικά προβλήματα. Έγκυρες επιστημονικές έρευνες δείχνουν ότι η λήψη 10gr (μία ημερήσια δόση Pro-Active) είναι ευεργετική για το χόνδρο των αρθρώσεων, για το μεταβολισμό των οστών, αλλά και για την αύξηση της οστικής μάζας.



Τώρα και σε αληθινά υπέροχη γεύση φράουλα

500ml/50€

Αρ. Γν. Ε.Ο.Φ. 78511/18-11-2010



ΖΗΤΗΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟ ΤΟΝ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ

Αποκλειστική διάθεση για Ελλάδα & Κύπρο: Human Potential

Νεοχωρίου 3, Βύρωνας Τ.Κ.16231,

Τηλέφωνα επικοινωνίας: 21300 81013 & 21302 21079 www.humanpotential.gr email: info@humanpotential.gr



Drink Collagen for Health & Beauty

Ιχνηλατώντας τους **ΑΡΙΣΤΟΥΣ**

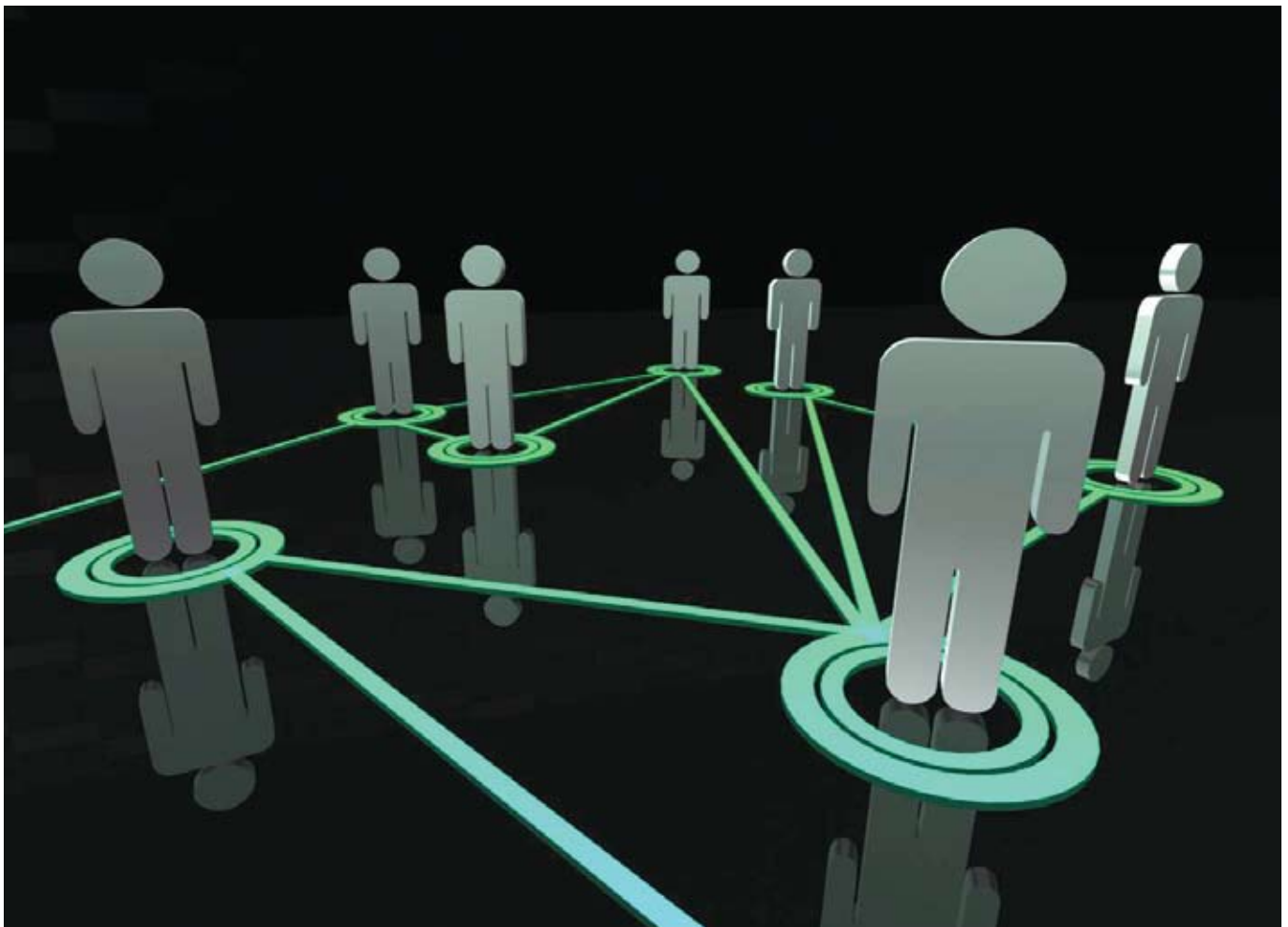
Ας μετρήσουμε τους εαυτούς μας σε σχέση με τους Άριστους!

Αν δεν πιστεύετε ότι τα ξέρετε όλα και τα κάνετε όλα καλά και ότι για όλα τα δεινά φταίνε μόνο οι άλλοι,

Αν είστε ανήσυχο πνεύμα και αναζητάτε τη βελτίωση και το ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα,

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΤΟ....!

◆ Από τον **ΑΝΔΡΕΑ ΚΑΛΛΙΒΩΚΑ**, φαρμακοποιό



Η ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΠΡΟΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ BENCHMARKING

Ας σκεφτούμε έναν από τους πιο διάσημους αθλητές του κόσμου, π.χ. δρομείς στο στίβο, να τρέχουν χωρίς να έχουν χρονόμετρο ή και κάποιον συναθλητή να τρέχουν μαζί. Δε θα ξέρανε ποτέ τις ικανότητες που έχουν, αλλά και εάν έχουν ή όχι βελτιώσει τους χρόνους τους. Δε θα είχαν το συγκριτικό γίνεσθαι ή τη σύγκριση με κάποιο πρότυπο, ώστε να μπορούν να δουν τις αδυναμίες τους και τα σημεία που χρήζουν βελτίωσης.

Εάν μεταφέρουμε την άποψη αυτή στο χώρο των επιχειρήσεων, θα δούμε την αναγκαιότητα των σοβαρών και συνετών ανθρώπων των επιχειρήσεων, να κάνουν χρήση μεθόδων –πρακτικών– διαδικασιών, που τους επιτρέπει διαρκώς να κάνουν σύγκριση με τους καλύτερους, να αναζητούν τα ίχνη τους, να τα ακολουθούν και μέσα από αυτή τη διαδικασία να αναζητούν και να διεκδικούν 2 πράγματα:

1. Τα λάθη ή την ανεπάρκειά τους σε σχέση με τους άριστους και
2. Τον τρόπο ώστε μέσα από τη διαδικασία σύγκρισης, να εξελίξουν προς όφελός τους, αυτά που έχουν μεταφέρει στη σφαίρα του άριστου, δηλαδή τον ανταγωνισμό τους.

Με πολύ απλά λόγια, η διαδικασία της **"Συγκριτικής Προτυποποίησης"** είναι η συνεχής και συστηματική σύγκριση σε μία ή περισσότερες επιχειρησιακές στρατηγικές λειτουργίες, διαδικασίες ή πρακτικές, με αυτές των καλύτερων ανταγωνιστών ή αυτών των επιχειρήσεων που θεωρούνται "άριστες" σε συγκεκριμένο αντικείμενο.

Οριοθετώντας και αποσαφηνίζοντας τη λέξη συγκεκριμένο αντικείμενο, δεν είναι κατά ανάγκη απαραίτητη η σύγκριση με όμοιες επιχειρήσεις, π.χ. φαρμακεία, αλλά η σύγκριση με διαδικασίες και πρακτικές επιτυχημένων και άριστων επιχειρήσεων κάθε είδους, που μπορούμε με διαφορετική παραμετροποίηση να μεταφέρουμε στο δικό μας προσωπικό χώρο.

Για να είναι σαφής η έννοια αυτή, ας αναφέρουμε ένα απλό παράδειγμα.

Η διαδικασία συγκριτικής προτυποποίησης μεταξύ φαρμακείου και κορυφαίου καταστήματος καλλυντικών, προκειμένου να καταγραφούν ενέργειες μάρκετινγκ, επικοινωνίας με τους πελάτες, υπηρεσίες προς τους πελάτες, υποστηρικτικές διαδικασίες π.χ. πληροφοριακά συστήματα, διοίκηση, διαχείριση ανθρωπίνων πόρων και λογιστική.

Η διαδικασία αυτή μπαίνει σε ενέργεια μεταξύ μη όμοιων επιχειρήσεων, αλλά αφορά θέμα ανάπτυξης τμήματος της πρώτης επιχείρησης, δηλαδή του φαρ-

μακείου σε ένα τμήμα του, δηλαδή στο τμήμα καλλυντικών.

Τα όποια αποτελέσματα είναι απολύτως φυσικό ότι θα παραμετροποιηθούν στα δεδομένα του φαρμακείου.

Θα πρέπει στο σημείο αυτό και πριν τη βασική ανάλυση της έννοιας και διαδικασίας του benchmarking να γίνει απόλυτα σαφές ότι το παρών κείμενο δεν αφορά αυτούς που πιστεύουν ότι τα ξέρουν όλα, ή επιθυμούν την εύκολη λύση "να ψοφήσει ο γάιδαρος του απέναντι, για να φανεί ο δικός μου". Αφορά ανήσυχους επαγγελματίες που μπορούν μέσα από διαρκή διεκδίκηση της μόρφωσης, να αναγνωρίσουν τα λάθη τους και να τα μετατρέψουν σε πεδία εξέλιξης και ανέλιξης.

Ένας ενδιαφέρων ορισμός του benchmarking είναι ο ακόλουθος:

"To benchmarking είναι μια πρακτική του να είναι κανείς αρκετά ταπεινός ώστε να παραδεχθεί ότι κάποιος άλλος είναι καλύτερος σε κάτι, και αρκετά σοφός ώστε να προσπαθήσει και να μάθει πώς να τον συναγωνιστεί ή ακόμη και να τον ξεπεράσει σε αυτό".

Με άλλα λόγια η σωφροσύνη, άρα και η πλήρης κατανόηση των κινδύνων και αδυναμιών της επιχείρησης που διοικεί, είναι αυτό που οδηγεί τον καθένα σε προσωπικό ή επιχειρηματικό Benchmarking.

Οι πρώτοι που φαίνεται να εφήρμοσαν την τεχνική αυτή, ήταν η εταιρεία Rank Xerox σε μια πολλή δύσκολη φάση της ζωής της, εκεί στις αρχές της δεκαετίας του 80.

Σήμερα αυθεντίες στην ανάπτυξη αυτής της τεχνικής θεωρούνται οι Ιάπωνες, γνωρίζοντας την ανεπάρκεια ανάπτυξης πρωτογενούς ιδέας, αλλά και την ικανότητα εξέλιξης σε μεγάλο βαθμό κάθε ιδέας –διαδικασίας– στρατηγικής ή και προϊόντος που θα αποφασίσουν να εντάξουν στη δική τους παραγωγική διαδικασία.

Ο Κινέζος στρατηγός SUN TZU, πραγματική στρατηγική αυθεντία, έλεγε:

"Εάν γνωρίζεις καλά τόσο τον αντίπαλό σου, όσο και τον ίδιο σου τον εαυτό, τότε δεν πρέπει να φοβάσαι την έκβαση εκατό μαχών".

Με γνώμονα λοιπόν την επίτευξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, οι επιχειρήσεις σήμερα που θέλουν να παραμείνουν στην αγορά, να επιβιώσουν και γιατί όχι να εξελιχθούν, προσπαθούν να ανταγωνιστούν στην αγορά, προσφέροντας καλύτερα προϊόντα, μειώνοντας το κόστος παραγωγής, βελτιώνοντας την ποιότητα, υιοθετώντας πιο επιτυχημένες στρατηγικές.

Το benchmarking έχει σαν στόχο να αποκρυπτογραφήσει στρατηγικές, πρακτικές και διαδικασίες όχι μόνο των ανταγωνιστών, αλλά των καλύτερων στο είδος, την ανίχνευση των αδύνατων και δυνατών σημείων, ώστε στο τέλος το αποτέλεσμα να αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία η επιχείρηση μπορεί και πρέπει να κτίσει την προσπάθειά της για επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ BENCHMARKING

Τρεις είναι οι κατηγορίες

1. Στρατηγικό Benchmarking

Αφορά τη σύγκριση σε στρατηγικό επίπεδο και οφείλει να απαντά στα εξής ερωτηματικά:

- Ποια τα τμήματα της αγοράς που δραστηριοποιείται ο ανταγωνισμός;
- Τι ενέργειες επικοινωνίας και χειραγώγησης των διάφορων τμημάτων της αγοράς πρέπει να κάνω;
- Ποιες είναι οι επενδυτικές πρωτοβουλίες των ανταγωνιστών στα διάφορα τμήματα της αγοράς;
- Σε ποιες λειτουργίες εντοπίζονται τα ισχυρά και τα αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών;

2. Benchmarking κύριων λειτουργιών

Αφορά τις κύριες λειτουργίες μιας επιχείρησης, όπως το μάρκετινγκ, η παραγωγή, η σχεδίαση προϊόντων ή υπηρεσιών, οι τεχνικές πωλήσεων.

3. Benchmarking υποστηρικτικών λειτουργιών

Αναφέρεται συνήθως σε λειτουργίες όπως η διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, επιχειρησιακός προγραμματισμός, πληροφοριακά συστήματα διοίκησης, κ.λπ.

ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ BENCHMARKING

Η διαδικασία υλοποίησης μιας προσπάθειας benchmarking έχει τα κάτωθι πέντε στάδια:

1. Στοχοποίηση και ανάλυση του τομέα που θα αναλυθεί

Αυτό αφορά κάθε τομέα που επιθυμεί η επιχείρηση να βελτιώσει.

2. Επιλογή στόχων επιχείρησης

Αυτό έχει άμεση σχέση με το είδος benchmarking που θέλει η επιχείρηση να επιλέξει και δεν αφορά μόνο όμορες επιχειρήσεις, αλλά μπορεί να αφορά διαφορετικού χώρου και σε διαφορετική γεωγραφική θέση, αρκεί να γίνει αποτελεσματική ταυτοποίηση των σημείων ενδιαφέροντος που θα χρειαστεί για Συγκριτική Προτυποποίηση.

Π.χ. ένα φαρμακείο με μια τράπεζα. Το κοινό σημείο που θέλουμε στη συγκεκριμένη περίπτωση να συγκρίνουμε είναι το επίπεδο και ο τρόπος "εξυπηρέτησης του πελάτη". Τα αποτελέσματα της έρευνάς μας θα μεταφερθούν αναλογικά στην πρώτη επιχείρηση.

3. Συλλογή και ανάλυση των στοιχείων

Αφορά τη συλλογή πληροφοριών από το υπαλληλικό προσωπικό, το πελατειακό δυναμικό, δημοσιεύματα σε περιοδικά, προμηθευτές, επαγγελματικές συναντήσεις, συνέδρια κ.λπ. Η ανάλυση και τακτοποίηση των στοιχείων και η συμπερασματική διαδικασία δείχνει τη διαφορά με την / τις συγκρινόμενες επιχειρήσεις και αυτά τα αποτελέσματα πρέπει να είναι σε διάθεση σχολίων και κριτικής σε όλους τους εργαζόμενους της επιχείρησης.

4. Θέσπιση στόχων απόδοσης

Αφορά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων και βάση αυτών τη νέα πορεία και τους στόχους προς επίτευξη.

Έχει ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι ο σκοπός της συγκριτικής αυτής ανάλυσης δεν αποτελεί στοιχείο για αντιγραφή του ανταγωνισμού, αλλά εφαλτήριο ανάπτυξης.

5. Εφαρμογή των πλάνων και έλεγχος αποτελεσμάτων

Είναι αναμφισβήτητο το πλέον δύσκολο βήμα από την όλη διαδικασία, εάν και φαίνεται σχετικά απλό. Η όλη διαδικασία πρέπει να είναι διαδικασία μάθησης και να είναι ανοικτή σε αναπροσαρμογή των πλάνων της, με αποφάσεις που μπορεί να είναι επώδυνες για το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Θα πρέπει δίχως άλλο να αναφερθεί ότι η διαδικασία του benchmarking δεν είναι πανάκεια. Πρέπει να έχει το χαρακτήρα του εφαλτηρίου ανάπτυξης και όχι μόνο αντίδρασης σε επιτυχημένες πρακτικές ανταγωνισμού. Αποτελεί το βιβλίο διαρκούς ανάπτυξης.

Θα πρέπει τελειώνοντας να σημειωθεί ότι η διαδικασία του benchmarking δεν αποτελεί τεχνική κατασκοπείας, όσο γίνεται στα πλαίσια του ηθικού και του νόμιμου.

Θα πρέπει η χρήση του να μην αποτελεί σημείο απογοήτευσης για τα άτομα που είναι ικανά και θέλουν να καινοτομούν εντός των ορίων της επιχείρησης που κινεί τη διαδικασία του benchmarking. Τέλος, η διαδικασία αυτή πρέπει να αποτελεί στοιχείο διαρκούς ανάπτυξης και όχι απλής αντιγραφής. Με άλλα λόγια, να μην ακολουθείται η διαδικασία του "copy - paste" ως εϊθισία στο χώρο των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά η αρχή για νέες καινοτόμες διαδικασίες. Η μέθοδος έχει σαφή πλεονεκτήματα όταν της δοθεί ο σωστός προσανατολισμός, όπως η καταγραφή των ατελειών και αδυναμιών της επιχείρησης και η αποκόμιση συμπερασμάτων που ανοίγουν το δρόμο προς διαρκή ανάπτυξη της επιχείρησης.

Αν λοιπόν είσατε από αυτούς που δεν κάθονται με σταυρωμένα χέρια και απλά "μοιρολογούν" για το κακό που βρήκε τις επιχειρήσεις μας με την κρίση και τις δυσάρεστες αλλαγές που έχουν συμβεί και θα συμβούν, αναζητήστε τη διαδικασία της "Συγκριτικής Προτυποποίησης" της επιχείρησής σας, εφαρμόζοντας τα βήματα του benchmarking.

Φιλοσοφίες ή απαραίτητες ενέργειες επιβίωσης; ■

Βιβλιογραφία

Practical Benchmarking Cook S

The six benchmarking steps you need. Berk J.A

Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Ελληνική και Διεθνή Εμπειρία. Βασίλης Παπαδάκης.

Όλη η ενημέρωσή σας... για το Management, το Marketing και την Επικοινωνία πελάτη στο Φαρμακείο



Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.
ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού, δεν εξαρτάται από τον αριθμό των εργαζομένων

Όποιο και αν είναι το μέγεθος του φαρμακείου, ο φαρμακοποιός θα πρέπει να διαχειρίζεται τους ανθρώπινους πόρους με σκοπό την παροχή κινήτρων στο προσωπικό, να "σπάει" τη ρουτίνα, να επικοινωνεί περισσότερο και να δίνει μια ποιοτική εικόνα κοινωνικού νεωτερισμού και πρωτοβουλίας, για να κινητοποιεί τους εργαζόμενους.



Η διανομή των ρόλων

Ο ιδιοκτήτης ενός μικρού φαρμακείου δεν μπορεί να διανείμει αρμοδιότητες με τον ίδιο τρόπο που συμβαίνει σε ένα μεγάλο φαρμακείο με πολλά άτομα προσωπικό. Το μεγάλο φαρμακείο με πάνω από 7-8 εργαζόμενους, θα χρησιμοποιήσει επικερδώς την πυραμιδική δομή, με την ευθύνη για τη διαχείριση των διάφορων τμημάτων σε ένα ή δύο άτομα. Εδώ φυσικά οι αρμοδιότητες και υπευθυνότητες πρέπει να δοθούν μετά την επιβεβαίωση των διαχειριστικών ικανοτήτων τους.

Όσο περισσότερο όμως η δομή του φαρμακείου είναι μικρή, το προσωπικό πρέπει να είναι πιο ευέλικτο, ώστε να μπορούν να αναλάβουν ταυτόχρονα πολλούς ρόλους και αρμοδιότητες. Παρ' όλα αυτά, εξακολουθεί να είναι απαραίτητο, ακόμη και σε μικρό βαθμό, να αναθέσουμε τα καθήκοντα με βάση τις δεξιότητες, τις γνώσεις και τις ιδιαιτερότητες του κάθε υπαλλήλου.

Ας κρατήσουμε στο μυαλό μας ότι η ικανότητα των ατόμων έχει 3 διαστάσεις: γνωρίζω καλά κάτι, κάνω καλά κάτι και είμαι υπεύθυνος για κάτι.

Ακόμη λοιπόν και αν το φαρμακείο είναι μικρό, ο φαρμακοποιός θα πρέπει να λάβει υπόψη του την προσωπικότητα του κάθε ατόμου και το είδος εργασίας ή της αποστολής που θα του δώσει, δεδομένου μάλιστα ότι τα μικρά φαρμακεία βιώνουν συχνά την καθημερινή ρουτίνα χωρίς την προοπτική της αναβάθμισης και της ανώτερης σταδιοδρομίας του υπαλλήλου. Εδώ ο υπάλληλος αρκείται στην ατομική υπευθυνότητα, στην ενεργό συμμετοχή και στις προκλήσεις μιας ομαδικής εργασίας.

Είναι επομένως σημαντικό ο φαρμακοποιός να αναγνωρίσει τις δεξιότητες του κάθε ενός υπαλλήλου και να δώσει αρμοδιότητες χωρίς να προκαλέσει υπερβολικό φόρτο εργασίας, που θα μπορούσε να προκαλέσει άγχος στον εργαζόμενο. Τέλος, είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί αποτελεσματικός σχεδιασμός και οργάνωση της δουλειάς και το τι κάνει ποιος, διότι συχνά σε μικρά φαρμακεία η ισορροπία είναι εύθραυστη. Μόλις ένα άτομο λείψει, υπάρχει υπερβολικός φόρτος εργασίας.

Το πιο σημαντικό είναι να συνειδητοποιήσουμε ότι ο φαρμακοποιός - manager πρέπει να αφιερώσει χρόνο για τη διοίκηση των ανθρώπων. Πιστεύει συνήθως, επειδή βλέπει τους συνεργάτες του όλη την ημέρα και εργάζεται μαζί τους, ότι καταφέρνει και να τους διοικεί σωστά! Πιστεύει ότι διαισθάνεται τα πάντα και όλα έχουν ειπωθεί, ενώ υπάρχουν συνήθως πολλά συναισθήματα σιωπηλά και παρεξηγήσεις που μπορεί να αποβούν γρήγορα πολύ επιβλαβείς.

Η σωστή επικοινωνία

Οι ειδικοί λένε από την εμπειρία τους, ότι είναι συνήθως οι ιδιοκτήτες μικρών δομών, που έχουν τα περισσότερα προβλήματα διοίκησης των ατόμων, από εκείνους που διοικούν μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτή η μικρή διάθεση για διαχειριστικά ζητήματα των μικρών επιχειρήσεων, οδηγεί συχνά σε ένα ύφος του manager που συνδυάζει τον πατερναλισμό με το συναίσθημα. Άλλοι πάλι τοποθετούνται στο ρόλο του "αφεντικού" και όχι του προϊστάμενου της ομάδας. Δημιουργούν έτσι μια δυσχέρεια στην επικοινωνία με τους υπαλλήλους τους, κάτω από την οποία συνήθως υπάρχει έλλειψη ανταλλαγής απόψεων. Και όμως ο πρώτος μοχλός για να ενεργοποιήσετε μια διαδικασία διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού είναι η επικοινωνία.

Σε μια μικρή δομή, που συνήθως η επικοινωνία γίνεται πολύ φυσικά, δεν πρέπει να συγχέουμε την επικοινωνία με την οικειότητα. Δε σημαίνει πάντα ότι επειδή ο φαρμακοποιός εργάζεται συνήθως στον πάγκο με τον / ή τους υπαλλήλους του και έχει αναπτύξει μια οικειότητα, ότι υπάρχει πάντα η σωστή επικοινωνία.

Η ζωή της ομάδας μοιάζει συχνά με τη ζωή μια οικογένειας. Εκτός από τις στιγμές του ενθουσιασμού και της ικανοποίησης, η έλλειψη κινήτρων και η δυσσέσκεια μπορεί να γίνουν αισθητά από τους υπαλλήλους. Για να τα αποφύγετε ή και να τα εξομαλύνετε βελτιώνοντας την ατμόσφαιρα του φαρμακείου σας, θυμηθείτε!

Κάντε διάλογο με την ομάδα σας.

Κάντε διάλογο με ημερία με τον υπάλληλό σας σε περίπτωση λάθους. Τα λάθη είναι ανθρώπινα όταν το άτομο κατανοεί και προσέχει ώστε να μην επαναληφθούν.

Είναι επιτακτική ανάγκη να διατηρηθεί ο αμοιβαίος σεβασμός μεταξύ των εργαζομένων και του ιδιοκτήτη μιας επιχείρησης.

Οι σημαντικές συναντήσεις

Η έννοια των συναντήσεων εργασίας δυστυχώς στα περισσότερα μικρά φαρμακεία δε φαίνεται σημαντική. Οικτρό λάθος!

Είναι πολύ δημιουργικό και αποτελεί τη βάση της επικοινωνίας στην ομάδα, να γίνονται συναντήσεις εργασίας 1-2 φορές το μήνα, που αποτελούν την ευκαιρία για όλους να προβούν σε απολογισμό των δραστηριοτήτων τους, των στόχων τους και να αναλύσουν τα θέματα προς βελτίωση. Να δουν τι λειτουργεί και τι όχι, και να προσπαθήσουν να βρουν λύσεις σε όλα τα προβλήματα. Στην ενημερωτική αυτή συνάντηση εργασίας θα αναλυθεί η πορεία της επιχείρησης και

θα δοθούν σημαντικές ενημερωτικές γραμμές για τη βελτίωση της εργασίας στην καθημερινότητα.

Επίσης απαραίτητες να γίνονται δύο φορές το χρόνο, είναι και οι ατομικές συνεντεύξεις μεταξύ επιχειρηματία και υπαλλήλου, γιατί όχι μόνο αναλύονται και επιβραβεύονται οι επιτυχείς επιδόσεις, αλλά επισημαίνονται και οι αδυναμίες για κάθε εργαζόμενο, ενώ παράλληλα συσφίγγονται και οι προσωπικές σχέσεις.

Ενίσχυση της συνοχής της ομάδας

Το πιο δύσκολο κομμάτι της πολιτικής της διαχείρισης των ανθρώπων είναι να δημιουργηθεί και να διατηρηθεί ένα επιχειρηματικό πνεύμα. Ο ιδιοκτήτης μιας μικρής επιχειρησιακής δομής πρέπει να ενώσει τους εργαζόμενους γύρω του και γύρω από το στόχο της επιχείρησης, να τους ακούει στα καθημερινά τους προβλήματα της δουλειάς και στις ανάγκες τους, και να εφαρμόζει μια επικοινωνία προσωποποιημένη, ενώ παράλληλα να έχει την ικανότητα να δημιουργεί ευχάριστες στιγμές χαλάρωσης σε συναντήσεις έξω από το φαρμακείο.

Για να δοθεί μια δυναμική στην ομάδα, θα πρέπει ο φαρμακοποιός να προωθήσει την ανταλλαγή ιδεών και την καινοτομία, διοργανώνοντας από καιρό σε καιρό, ένα γεύμα σε ένα μικρό εστιατόριο. Αυτό συμβάλλει στη δημιουργία καλής ατμόσφαιρας εργασίας.

Αλλά ο manager πρέπει παράλληλα και να επιβραβεύει! Από ένα απλό "μπράβο" και ένα απλό "ευχαριστώ", μέχρι ένα μπόνους από τα κέρδη βάσει στόχων. Όταν τα άτομα είναι χαρούμενα, τότε είναι και πιο αποτελεσματικά.

Αυτά όλα απαιτούν πολλή δουλειά!

Η δημιουργία υπευθυνότητας στη δουλειά από τον καθένα όμως, απαιτεί και ένα ξεκάθαρο συμβόλαιο εργασίας (διευθέτηση των θέσεων εργασίας), όπου να προσδιορίζονται όλες οι αποστολές, με αναλυτική περιγραφή του βασικού ορισμού της θέσης (ποιος κάνει τι, πώς και πότε).

Σε μια μικρή δομή, κάθε πρόσληψη πρέπει να γίνεται με αυστηρά κριτήρια, προσδιορίζοντας εκτενώς τις αρμοδιότητες και τις υπευθυνότητες στον υποψήφιο. Δε συγχωρούνται λάθη και κακές επιλογές προσωπικού, ιδιαίτερα όταν ο αριθμός των υπαλλήλων είναι μικρός.

Μεταξύ εξειδίκευσης και επιμόρφωσης

Είναι συχνά δεδομένη η ανισότητα της εξειδίκευσης και επιμόρφωσης του προσωπικού μεταξύ ενός μεγάλου και ενός μικρού φαρμακείου.

Σε μια μικρή δομή θα είναι πιο δύσκολο τα λίγα άτομα να οργανωθούν και να διαχειρίζονται τη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων τους και έτσι συνήθως όλοι κάνουν τα πάντα χωρίς να έχουν τις ευκαιρίες για να εμβαθύνουν στη γνώση και να εξειδικευθούν σε έναν τομέα. Αυτή όμως η ευελιξία, αντί να κινητοποιεί, δημιουργεί συχνά δυσλειτουργίες.

Γι' αυτό και ο ιδιοκτήτης του μικρού φαρμακείου θα πρέπει να αναπτύξει εργαλεία για τη διατήρηση και παροχή κινήτρων (συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής της χρηματικής επιβράβευσης με μια μεταβλητή συνιστώσα που σχετίζεται με ποιοτικούς ή ποσοτικούς στόχους), πολύ περισσότερο από το μεγάλο φαρμακείο.

Είναι θέμα επιβίωσης. Εάν ένας σωστός και αποδοτικός εργαζόμενος φύγει από μια ομάδα 3 ατόμων, είναι το 33% του ενεργού δυναμικού που χάνει η επιχείρηση!

Τόσοι πολλοί είναι οι λόγοι για να φροντίσει ο φαρμακοποιός την πρόσβαση στην εκπαίδευση των μελών της ομάδας του, οι οποίοι σιγά-σιγά θα αποκτήσουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, παρά την ποικιλία των εργασιών τους, και θα αυξηθεί η αυτονομία και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών τους προς τους πελάτες. ■

Τα απαραίτητα του καλού manager σε μια μικρή δομή φαρμακείου

- Συμμετοχική διαχείριση της δουλειάς
- Ομαδικό πνεύμα
- Καθορισμός των στόχων
- Δημιουργία κλίματος ενθουσιασμού

Τα βασικά που πρέπει να γίνονται

- Ατομικές συζητήσεις για την απόδοση στη δουλειά
- Εορταστικές έξοδοι
- Κίνητρα
- Προκλήσεις



10

χρόνια

- ψηλά,
- μπροστά,
- δυνατά
- και κοντά σας!

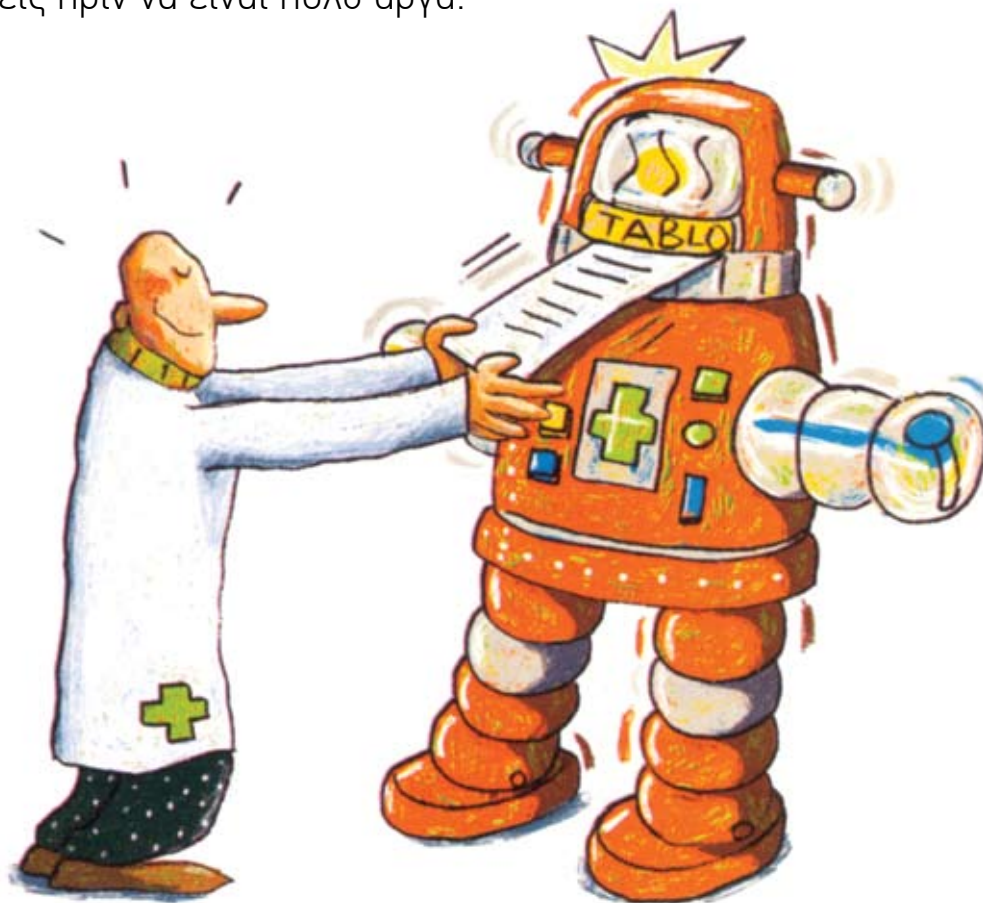


*Ένα περιοδικό . . .
για τους πελάτες του φαρμακείου!*

Ο ΜΗΝΙΑΙΟΣ οικονομικός έλεγχος του φαρμακείου

♦ Από τον **ΣΤΕΛΙΟ ΜΟΥΣΑΜΑ**, Γενικό Διευθυντή του δικτύου φαρμακείων Pharma PLUS

Μπορεί να απεχθάνεστε τους λογαριασμούς και οι οικονομικές αναλύσεις να σας προκαλούν πονοκέφαλο... αλλά παράλληλα θα θέλατε να παρακολουθείτε κάπου - κάπου με απλό τρόπο ορισμένα νούμερα, πριν ανάψει το κόκκινο στην επιχείρησή σας στο τέλος του χρόνου. Για να το πετύχετε δε χρειάζεται να έχετε γνώσεις λογιστικής και οικονομικών! Μπορείτε απλά να δημιουργήσετε έναν πίνακα ελέγχου, για να μελετάτε ορισμένα σημαντικά νούμερα και να κάνετε τις απαραίτητες κινήσεις πριν να είναι πολύ αργά.



Μέσα σε ένα δυσμενές εξωτερικό περιβάλλον με τεράστια ζητήματα, όπως η συρρίκνωση του ΑΕΠ, η αύξηση της ανεργίας, η μείωση μισθών -άρα και μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών- και ο φόβος για το αύριο, ο φαρμακοποιός καλείται να κάνει τις σωστές κινήσεις για την αποτελεσματικότερη διαχείριση του φαρμακείου του. Προϋπόθεση για να επιτευχθεί αυτό, είναι η σωστή και συστηματική πληροφόρησή του. Πρόκειται ουσιαστικά για μία ακτινογραφία της πορείας του φαρμακείου, που θα βοηθήσει στη λήψη των σωστών αποφάσεων.

Αυτό συνεπάγεται την ανάπτυξη εργαλείων διαχείρισης, μέσα από ένα ολοκληρωμένο μηχανογραφικό σύστημα, που θα παρέχουν γρήγορα σημαντικά και συναφή δεδομένα σχετικά με το φαρμακείο.

Τα κύρια χαρακτηριστικά για τη δημιουργία εργαλείων διαχείρισης είναι η αξιοπιστία και η απλότητα. Κάθε πίνακας πρέπει, όχι μόνο να είναι απλός στη σχεδίαση, αλλά και να επιτρέπει με μια ματιά, εύκολη όσο και πρακτική, να έχει κάποιος μία σφαιρική εικόνα του φαρμακείου.

Ποιες είναι όμως οι «θεμελιώδεις αρχές» που μπορούν να απεικονίσουν προηγούμενες ενέργειες και παράλληλα, να υποδείξουν τις μελλοντικές κατευθύνσεις;

1. Μορφοποίηση

Πρώτη κίνηση πρέπει να είναι η μορφοποίηση ενός πίνακα - εργαλείου, όπου οι πληροφορίες που θα περιλαμβάνει, θα απεικονίζονται με σαφήνεια και ευκολία στη χρήση. Καλό είναι όλοι οι δείκτες που θα περιλαμβάνονται (για παράδειγμα: ανάπτυξη των καθαρών πωλήσεων), να μην ξεπερνούν τη μία σελίδα και να έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Να δίνουν στοιχεία σε μηνιαία ή τριμηνιαία βάση. Επαφίεται στο φαρμακοποιό να κρίνει το ρυθμό ενημέρωσης που επιθυμεί, γνωρίζοντας ότι η μηνιαία παρακολούθηση είναι προτιμότερη.
- Στον πίνακα, οι βασικοί δείκτες που περιλαμβάνονται πρέπει να συγκρίνουν όμοιες περιόδους διαφορετικών ετών. Φυσικά, θα πρέπει να ελέγχεται ο αριθμός των ημερών κατά τη σύγκριση.
- Σημαντικό επίσης είναι να παρακολουθούνται οι μεταβολές που προκύπτουν μεταξύ δύο περιόδων. Η διαφορά αυτή μπορεί να είναι σε απόλυτο αριθμό ή σε ποσοστό.
- Ένα ακόμα καθοριστικό σημείο είναι η πρόβλεψη. Πολλές φορές οι φαρμακοποιοί παρακάμπτον αυτοί τους δείκτες, καθώς μια πρόβλεψη μπορεί να τους φαίνεται παρακινδυνευμένη. Ωστόσο, είναι γενικά πολύ σημαντικό να οριστούν στόχοι που θα συγκρίνονται με τα

τελικά αποτελέσματα. Έτσι, εάν η ανάπτυξη του κύκλου εργασιών (τζίρου) στο φαρμακείο είναι 2% σταθερή για τα τελευταία χρόνια και ο κύκλος εργασιών ήταν για παράδειγμα 800 χιλ. ευρώ, φαίνεται λογική μία πρόβλεψη για το επόμενο έτος περίπου 816 χιλ. ευρώ (+2%).

2. Οι δείκτες και η παρακολούθησή τους

Στις μέρες μας, η διατήρηση ή και η μικρή αύξηση του κύκλου εργασιών είναι το ιδανικό. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται όχι απλά γνώση του τζίρου, αλλά βαθιά ανάλυσή του.

Σε αυτό το σημείο, ένα ολοκληρωμένο σύστημα μηχανογράφησης είναι απαραίτητο. Όχι απλώς ένα πρόγραμμα διεκπεραίωσης συνταγών, αλλά ένα πρόγραμμα με:

- α.** πλήρες αρχείο ειδών φαρμάκου και παραφαρμάκου,
- β.** κατηγοριοποίηση των ειδών με βάση τις κατηγορίες προϊόντων που θέλουμε να παρακολουθούμε (π.χ. καλλυντικά, συμπληρώματα διατροφής κ.λπ.),
- γ.** δυνατότητα σύγκρισης ίδιων περιόδων μεταξύ διαφορετικών ετών.

Μέσος όρος “καλαθιού αγορών”

Ο δείκτης αυτός είναι γνωστός και ως τζίρος ανά πελάτη. Όπως οι περισσότεροι δείκτες, απαιτεί επίσης ένα μηχανογραφικό σύστημα διαχείρισης φαρμακείου, που μπορεί να παρέχει αυτό το στοιχείο. Συνιστάται να φαίνεται το μέσο καλάθι ανά κατηγορία.

Άλλοι δείκτες που σχετίζονται με τον κύκλο εργασιών και μπορούν να αποτυπώσουν την πτυχή της αποδοτικότητας, είναι ο τζίρος ανά τετραγωνικό μέτρο χώρου πώλησης ή ο τζίρος ανά μέτρο ραφίου.

Παρακολούθηση αποθεμάτων

Η τήρηση αποθήκης και η μηνιαία παρακολούθηση των αποθεμάτων αποτελούν επίσης πολύ σημαντικά εργαλεία διαχείρισης. Η έλλειψη ρευστότητας που αντιμετωπίζει σήμερα το φαρμακείο, δημιουργεί την επιτακτική ανάγκη να γνωρίζει ο φαρμακοποιός τις μηνιαίες αγορές που πραγματοποιούνται μέσα από το λογισμικό. Επιπλέον, πρέπει να γίνεται απογραφή κάθε έτος και μόνιμη παρακολούθηση των αποθεμάτων.

Οι δείκτες που συνιστώνται για την παρακολούθηση των αποθεμάτων είναι:

A. Ημέρες αποθεμάτων ανά κατηγορία, ανά υποκατηγορία και -εάν υπάρξει ανάγκη- και ανά προϊόν. Ο δείκτης αυτός προκύπτει από το ρυθμό εξόδου (πωλήσεις) ανά κωδικό και από τα τεμάχια των αποθεμάτων.

B. Μεταβολή των αποθεμάτων σε σχέση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους.

Απλοποιημένη κατάσταση αποτελεσμάτων

Δείκτης **κατάστασης κέρδους - ζημίας.** Μέσα από αυτό το δείκτη, έχουμε κατά προσέγγιση ένα ετήσιο ή και μηνιαίο αποτέλεσμα. Το ιδανικό είναι να καταγραφούν τα έξοδα λειτουργίας κάθε έτους (μισθοί, κοινωνικά επιδόματα, φόροι, τέλη κ.λπ.). Για λόγους ευκολίας, τα έξοδα λειτουργίας μπορούν να περαστούν κάθε χρόνο ως ένα σταθερό ποσοστό (π.χ. 15%) επί του τζίρου.

Με όλες τις παραμέτρους που επιτρέπουν τον υπολογισμό της απλουστευμένης κατάστασης κέρδους - ζημίας, ο φαρμακοποιός θα έχει μηνιαία μία προσέγγιση που θα του επιτρέπει να παίρνει αποφάσεις και να κάνει τις απαραίτητες κινήσεις για την κερδοφορία του φαρμακείου του.

Οι δείκτες διαχείρισης ανά κατηγορία προϊόντων χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στην πράξη, ειδικά όταν έχουμε διαχωρισμό ρόλων των υπαλλήλων. Ο φαρμακοποιός μπορεί να έχει συμφέρον να αναπτύξει ένα ειδικό τμήμα (ορ-

θοπεδικών, διατροφής κ.λπ.) και κατόπιν να παρακολουθηθεί την εξέλιξη του τμήματος αυτού.

3. Έλεγχος του περιθωρίου κέρδους

Ο φαρμακοποιός που επιθυμεί να παρακολουθεί κάθε μήνα το περιθώριο κέρδους, πρέπει να έχει μηχανογραφημένη διαχείριση αποθεμάτων. Η μηνιαία ανάλυση του περιθωρίου ανά κατηγορία προϊόντων θα του δώσει πληροφορίες που θα του επιτρέψουν να αντιδράσει γρήγορα σε επίπεδο πωλήσεων (εμπορική πολιτική), αγορών και εκπτώσεων των προμηθευτών (πολιτική αγορών). Η μηνιαία γνώση των αποθεμάτων στην πραγματικότητα θα χρησιμοποιηθεί για τον καθορισμό του περιθωρίου κέρδους, ενώ εξυπακούεται ότι η διαχείριση των αποθεμάτων προκύπτει άμεσα από την εμπορική πολιτική και την πολιτική αγορών του φαρμακείου.

Η μηχανογράφηση πρέπει να δίνει μηνιαία στοιχεία όσον αφορά στις πωλήσεις (τζίρος) και τις αγορές ανά κατηγορία. Κατά περίπτωση, τα δεδομένα των αγορών θα κοινοποιηθούν από το λογιστή, που καταγράφει κάθε μήνα λογιστικά τα τιμολόγια αγορών.

Η επιτυχία της διαχείρισης αυτής της μηχανογραφημένης πληροφορίας πρέπει να μοιράζεται μεταξύ της ομάδας του φαρμακείου, εξ ου και η ανάγκη για τη σωστή κατάρτιση των υπαλλήλων στο λογισμικό.

Επίσης, καλό είναι η ομάδα του φαρμακείου να εμπλέκεται σε ένα επίπεδο ελέγχου και να έχει την αρμοδιότητα να προτείνει αλλαγές στην παραμετροποίηση των προϊόντων ή διορθώσεις σε τυχόν σφάλματα κατά την είσοδο και την έξοδο προϊόντων, κ.λπ.

Όταν τα δεδομένα είναι σωστά, θα σας επιτρέψουν την εφαρμογή του πίνακα ελέγχου του περιθωρίου κέρδους και των δεικτών διαχείρισης για την κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων.

Άλλα μηνιαία στοιχεία ελέγχου

Δεν είναι μόνο οι δείκτες διαχείρισης που μπορεί να υπόκεινται σε μια μηνιαία παρακολούθηση. Προτείνεται να πραγματοποιούνται μηνιαίοι έλεγχοι ορισμένων σημείων κλειδιών της διαχείρισης του φαρμακείου, όπως: έλεγχος των απαιτήσεων προς είσπραξη από πελάτες, συσχέτιση των δελτίων αποστολών με τιμολόγια αγορών, έλεγχος της τήρησης των εμπορικών όρων που συμφωνήθηκαν, συμπεριλαμβανομένων εκπτώσεων (ένας πίνακας παρακολούθησης είναι απαραίτητος), κ.λπ. ■

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΚΑΛΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

- Συντομία
- Αξιοπιστία
- Συνάφεια
- Ρεαλισμός

ΚΟΥΙΖ

«0 μηνιαίος οικονομικός έλεγχος της επιχείρησής μας»

Ανακαλύψτε πόσο γνωρίζετε και ελέγχετε την επιχείρησή σας. Απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα με Ναι ή Όχι. Για κάθε **Ναι**, κερδίζετε **2 πόντους** και για κάθε **Όχι**, **0 πόντους**. Στο τέλος αθροίστε τους πόντους σας και δείτε σε ποιο επίπεδο ελέγχου της επιχείρησής σας είστε.

Ερ.1: Έχετε δημιουργήσει τουλάχιστον έναν πίνακα που παρακολουθείτε κάποιους δείκτες που έχετε επιλέξει κάθε μήνα; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.2: Ο πίνακας περιλαμβάνει σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.3: Παρακολουθείτε στοιχεία τζίρου ανά κατηγορία προϊόντων; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.4: Έχετε ορίσει στόχο κύκλου εργασιών για το 2012; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.5: Έχετε κάνει απογραφή στο φαρμακείο σας; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.6: Τηρείτε κλειστή αποθήκη; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.7: Παρακολουθείτε μηνιαίως τα αποθέματά σας μέσα από κάποιους δείκτες; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.8: Παρακολουθείτε το μέσο όρο καλαθιού αγορών (τζίρο ανά πελάτη) μηνιαίως; ΝΑΙ ΟΧΙ

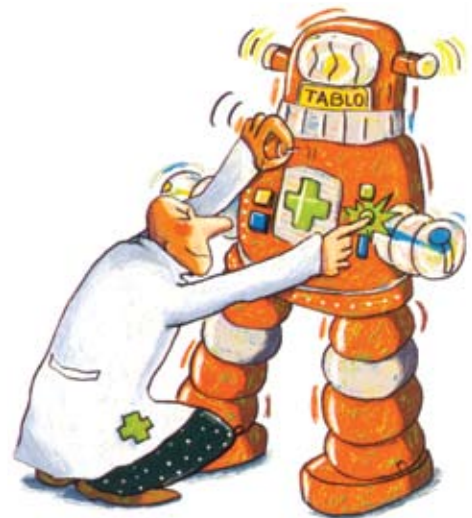
Ερ.9: Παρακολουθείτε τον αριθμό πελατών μηνιαίως; ΝΑΙ ΟΧΙ

Ερ.10: Έχετε ετοιμάσει μία ετήσια απλοποιημένη κατάσταση κέρδους - ζημίας για το φαρμακείο σας; ΝΑΙ ΟΧΙ

Σύνολο πόντων 0-6: Η παρακολούθηση του φαρμακείου σας βρίσκεται σε μηδενικό ή πολύ αρχικό στάδιο. Η δημιουργία εργαλείων είτε δε σας απασχολούσε μέχρι σήμερα, είτε σας φαίνεται «βουνό». Σας προτείνουμε να ζητήσετε βοήθεια από εξειδικευμένους ανθρώπους.

Σύνολο πόντων 8-12: Η παρακολούθηση του φαρμακείου σας μπορεί να μην είναι το δυνατό σας σημείο, αλλά έχετε καταλάβει την ανάγκη και προσπαθείτε πολύ. Σας προτείνουμε να παρακολουθήσετε εξειδικευμένα σεμινάρια ή να απευθυνθείτε σε ένα οικονομικό σύμβουλο, πάνω στα σημεία που βρίσκετε δυσκολίες.

Σύνολο πόντων πάνω από 12: ΜΠΡΑΒΟ! Η παρακολούθηση του φαρμακείου σας είναι σε πολύ καλό επίπεδο. Αυτό σημαίνει ότι μπορείτε να ανακαλύψετε πού «πονάει» η επιχείρησή σας και να πάρετε τις σωστές αποφάσεις.





«Ξεπαγώστε»... τη δυναμική σας.

Είμαστε δίπλα σας.

Προμηθευτικό κέντρο παραφαρμάκου | Διαχείριση προμηθευτών | Πλήρης
Μηχανοργάνωση | Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού | Αρχιτεκτονική
πρόταση - Κοινή εικόνα φαρμακείων | Διαχείριση χώρου και κατηγοριών
προϊόντων | Επιχειρηματικό πλάνο | Ενέργειες Marketing | Pharma PLUS Link
- Περιοδικό Υγείας και Ομορφιάς | PLUS Card - Ηλεκτρονική κάρτα πελάτη

ΤΟ ΠΙΟ ΑΞΙΟΠΙΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

www.PharmaManage.gr

Η ιστοσελίδα του Περιοδικού

PHARMACY management

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



Εγγραφείτε
στο
Newsletter
για να
λαμβάνετε
τακτικά
ενημερωτικά
e-mails
με νέα και
εξελίξεις

Επισκεφθείτε την και ενημερωθείτε για θέματα που αφορούν το Φαρμακείο σας, επικεντρωμένα στο Marketing, τη Διοίκηση και την Επικοινωνία πελάτη.

Ελάτε μαζί μας στο group "PharmaManage"

στο

facebook

Η επισκεψιμότητα

Φεβρουάριος 2012

34.317 επισκέπτες
131.038 προβολές σελίδων
4 newsletters κάθε μήνα
5.619 εγγεγραμμένοι χρήστες

Αποδεδειγμένα προσφέρει...

Το Μάρκετινγκ, τη Διοίκηση
και την Επικοινωνία Υγείας στο Φαρμακείο

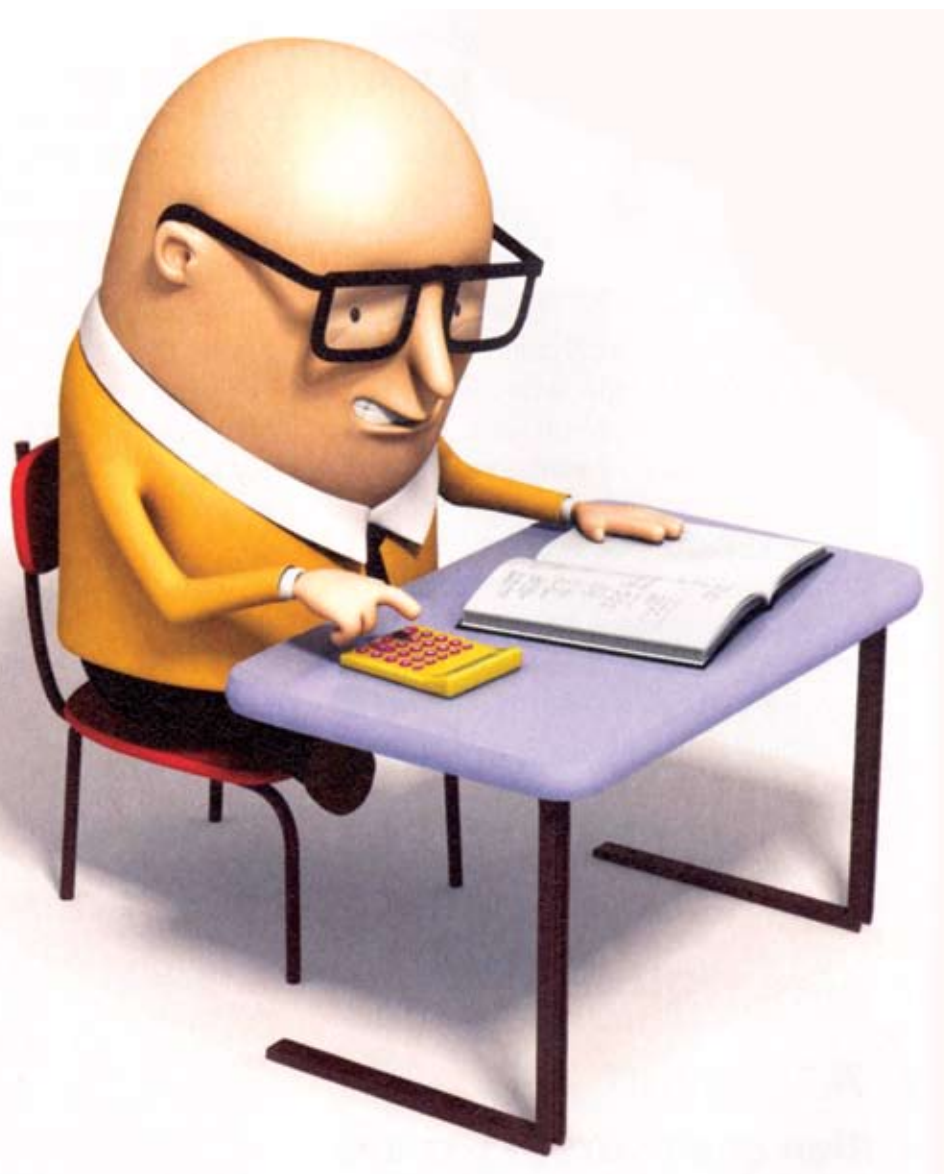
με ένα κλικ

Προγραμματίστε την προβολή σας τώρα και
αξιοποιήστε την άμεση δυνατότητα επικοινωνίας σας
με τους Φαρμακοποιούς συνεργάτες σας!

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

και οδηγός επιβίωσης του σύγχρονου φαρμακοποιού

◆ Από τον κ. **ΑΘΑΝΑΣΙΟ ΒΟΖΙΚΗ**, Λέκτορα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Πειραιώς



Στόχος του παρόντος άρθρου δεν είναι να αναπαράγει την καταστροφολογία, την απογοήτευση, αλλά και το «κυνήγι των υπευθύνων» που καθημερινά ζούμε μέσα από τα δελτία ειδήσεων των οκτώ, αλλά μάλλον να βοηθήσει το σύγχρονο φαρμακοποιό να βάλει σε τάξη μερικά θέματα της καθημερινής λειτουργίας της επιχείρησής του, να τον κάνει να αισθάνεται πιο ασφαλής με τις επιλογές του και να βλέπει με αισιοδοξία το μέλλον.

Τα Χρηματοοικονομικά Προβλήματα των Φαρμακείων

Το καλοκαίρι του 2008, όλος ο κόσμος με απορία και έκπληξη πληροφορούσαν τις κατακρημνίσεις κολοσσιαίων τραπεζών και στο επόμενο χρονικό διάστημα την πτώχευση μιας σειράς άλλων πιστωτικών ιδρυμάτων στα προπύργια του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού κατεστημένου.

Εμείς στην Ελλάδα αργήσαμε να κατανοήσουμε το μέγεθος και την ένταση της επερχόμενης κρίσης, επαναπαυόμενοι σε μια επίπλαστη ευδαιμονία που εντάθηκε και από την άγνοια και την αδυναμία να διαχειριστούμε τα οικονομικά μας (πρώτα σε επίπεδο χώρας, μετά σε επίπεδο επιχειρήσεων και τέλος σε προσωπικό - οικογενειακό επίπεδο).

Ας ξεκινήσουμε πρώτα λοιπόν από μια αδρή χαρτογράφηση του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος, μέσα στο οποίο καλείται να λειτουργήσει σήμερα μια επιχείρηση, αλλά και το φαρμακείο:

- **Περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση**

Η αγορά ρευστότητας όσον αφορά τα βραχυπρόθεσμα δάνεια έχει συρρικνωθεί τα δύο τελευταία χρόνια, που σημαίνει ότι οι κεφαλαιαγορές παραμένουν τυπικά κλειστές στους περισσότερους δανειζόμενους. Η κατάσταση αναμένεται να βελτιωθεί μόνο πρόσκαιρα, λόγω των κρατικών «ενέσεων».

- **Σημαντικά μεγαλύτερο κόστος κεφαλαίου**

Τα Credit Spreads παραμένουν ιδιαίτερα υψηλά και αναμένεται να παραμείνουν σε υψηλά επίπεδα για το επόμενο διάστημα. Ακόμα και για επιχειρήσεις με καλή πιστοληπτική ικανότητα (όπως τα φαρμακεία), αυτό σημαίνει υψηλότερο κόστος δανεισμού. Ανάλογη είναι η κατάσταση και στο μακροπρόθεσμο δανεισμό.

- **Μειωμένες κεφαλαιακές ροές**

Όλες οι εταιρείες και όλοι οι κλάδοι θα επηρεαστούν από την παγκόσμια επιβράδυνση, με αποτέλεσμα οι όγκοι παραγωγής και οι τιμές να συμπειστούν. Οι περισσότερες επιχειρήσεις πρέπει να περιμένουν μείωση του όγκου των πωλήσεων, αλλά και των τιμών τους. Ιδιαίτερα στον κλάδο των φαρμακείων, τα τελευταία δύο χρόνια, τα έσοδα έχουν μειωθεί σημαντικά και αναμένεται περαιτέρω συμπίεση μέσα από τις προβλέψεις του Μεσοπρόθεσμου Προγράμματος και των νέων πρόσφατων πρόσθετων μέτρων.

- **Κύμα συγκέντρωσης βιομηχανιών**

Ήδη βιώνουμε μια σειρά από χρεοκοπίες σε όλους σχεδόν τους κλάδους και σημαντική αύξηση των

«συγχωνεύσεων αναδόμησης». Το φαινόμενο άρχισε ήδη από τις τράπεζες και θα συνεχιστεί και στον φαρμακευτικό κλάδο στο εξωτερικό, αλλά και στην Ελληνική φαρμακοβιομηχανία.

- **Αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά**

Η κύρια διαφοροποίηση είναι ότι στο εξής οι καταναλωτές θα είναι ιδιαίτερα φειδωλοί και προσεκτικοί στις καταναλωτικές τους επιλογές, ενώ σε περίπτωση ύπαρξης διαθέσιμου εισοδήματος, η αποταμίευση θα είναι προτιμότερη της κατανάλωσης, λόγω της μεγάλης ανασφάλειας για το μέλλον. Ειδικότερα, κλάδοι όπως αυτός των πολυτελών αγαθών αναμένεται να πληγούν. Ήδη οι δείκτες καταναλωτικής εμπιστοσύνης έχουν μειωθεί αισθητά παγκοσμίως - περισσότερο από 30% στις ΗΠΑ.

- **Θα επηρεαστούν όλοι οι κλάδοι (και τα φαρμακεία!!!)**

Μπορεί αρχικά τα εμφανή θύματα να ήταν οι τράπεζες, οι ασφαλιστικές και οι κατασκευαστικές - κτηματομεσιτικές εταιρείες, ωστόσο ήδη βιώνουμε μια δραστη μείωση της ζήτησης σε όλο το φάσμα των λιανικών πωλήσεων. Εταιρείες που παράγουν διαρκή καταναλωτικά αγαθά θα πληγούν δραματικά και θα ακολουθήσουν οι εταιρείες βαριάς βιομηχανίας και εξοπλισμού. Τα φαρμακεία έχουν ήδη πληγεί σημαντικά από την περιοριστική πολιτική στο χώρο της υγείας και ιδιαίτερα του φαρμάκου. Αν προσθέσουμε και την αδυναμία των ταμείων για πληρωμές προς αυτά, το θέμα παίρνει δραματικές διαστάσεις για τη ρευστότητά τους.

Οδηγός επιβίωσης

Οι περίοδοι κρίσης προσφέρονται για να γίνουν ξεκαθαρίσματα και αναδιοργανώσεις στον επιχειρησιακό χώρο και ο κλάδος των φαρμακείων δεν μπορεί να ξεφύγει από αυτή την αναγκαιότητα. Συνήθως, όταν οι δουλειές «είναι κάτω», κοιτάζουμε να αναδιοργανωθούμε, να βελτιώσουμε τις εσωτερικές διαδικασίες, να λύσουμε τα προβλήματα που χρόνιζαν, να εκσυγχρονίσουμε τον τρόπο λειτουργίας του φαρμακείου μας. Να μαζέψουμε τις εκκρεμότητες, να φροντίσουμε να εισπράξουμε τις απαιτήσεις μας (δεν αναφέρομαι στα ασφαλιστικά ταμεία!!!), να εξομαλύνουμε περίπλοκες διαδικασίες, να ξεκαθαρίσουμε την αποθήκη μας και τέλος να σχεδιάσουμε και να υλοποιήσουμε ριζικές αλλαγές με συνεργασίες και με τη βοήθεια της τεχνολογίας. Και όλα αυτά, και όσα παρακάτω επισημαίνονται, όχι γιατί μας επιβάλλονται από την κρίση ή από το νόμο, αλλά γιατί αποτελούν επιτακτική ανάγκη σε ένα σύγχρονο φαρμακείο και τα είχαμε παραμελήσει όταν επανα-

παυθήκαμε στα ικανοποιητικά έσοδα και κέρδη κατά την περίοδο των «παχιών αγελάδων».

Ας δούμε λοιπόν μερικές χρήσιμες οδηγίες που θα μας βοηθήσουν να επιβιώσουμε και να αναπτυχθούμε με ασφάλεια στο νέο περιβάλλον:

- **Προσέξτε τη ρευστότητά σας**

Εφαρμόστε ένα «σφικτό» σύστημα ελέγχου του ρευστού σας, αναβάλλετε τις δαπάνες σας και επικεντρωθείτε στην εισροή κεφαλαίων. Να έχετε ένα δεκαπενθήμερο ή τουλάχιστον μηνιαίο report για τη θέση της ρευστότητάς σας.

- **Μειώστε την εμπορική πίστωση**

Οι πελάτες σας θα προσπαθήσουν να επαναπαυθούν στην εμπορική πίστωση, ωστόσο κάτι τέτοιο σημαίνει πολύ υψηλό ρίσκο. Για το λόγο αυτό, διαχωρίστε ρητά τους πελάτες σας και προσέξτε σε ποιους επενδύετε.

- **Αρχίστε να εργάζεστε στο κεφάλαιο κίνησής σας**

Οι περισσότερες εταιρείες έχουν πρωτόγονους μηχανισμούς για να ελέγχουν το κεφάλαιο κίνησής τους.

- **Αναδομήστε το χρέος σας**

Εξασφαλίστε χρηματοδότηση εφόσον έχετε πρόσβαση. Επαναδιαπραγματευθείτε υπάρχουσες δανειακές υποχρεώσεις σας. Οι τράπεζες είναι διατεθειμένες να το συζητήσουν μαζί σας, εφόσον διαπιστώσουν ότι προτείνετε ένα βιώσιμο πρόγραμμα. Αναζητήστε επιπρόσθετα κεφάλαια από πρόθυμους επενδυτές.

- **Αναπτύξτε ένα σενάριο αυξημένου κινδύνου**

Πώς επηρεάζει η ύφεση την επιχείρησή σας; Πάρτε το χειρότερο δυνατό σενάριο και ορίστε μέτρα αντιστάθμισης. Ορίστε σημάδια έγκαιρης προειδοποίησης κινδύνου, σε περίπτωση που η κατάσταση εκτροχιάζεται. Οι προσομοιώσεις έχουν αποδείξει πως ακόμα και πολύ οικονομικά υγιή φαρμακεία μπορεί να οδηγηθούν σε κρίση, αν οι πωλήσεις τους μειωθούν σε ποσοστό μεγαλύτερο από 20%.

- **Δράστε τώρα στο κόστος και τη λειτουργική αποδοτικότητα**

Εφαρμόστε σήμερα όλα τα μέτρα που μπορούν να εκτελεστούν χωρίς να θέσουν σε κίνδυνο τις μελλοντικές σας ευκαιρίες - σε περίπτωση που η ύφεση εξελιχθεί χειρότερα από όσο περιμένουμε. Χρησιμοποιήστε την αναταραχή στις αγορές για να δικαιολογήσετε σημαντικές κινήσεις αναδόμησης.

- **Επανεξετάστε το επενδυτικό σας πρόγραμμα**

Πολλές επιχειρήσεις «παγώνουν» τα επεκτατικά

και επενδυτικά τους προγράμματα. Στον κλάδο των φαρμακείων, η δυνατότητα επέκτασης στα επόμενα χρόνια ίσως σπανίζει. Αναζητήστε καλύτερα κάποια επενδυτική ευκαιρία.

- **Προσαρμόστε το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων σας**

Η αγοραστική συμπεριφορά θα μετασχηματιστεί κατά τη διάρκεια της ύφεσης. Τα πολυτελή προϊόντα σας θα βιώσουν λιγότερη ζήτηση, οι καταναλωτές θα στραφούν προς φθηνότερα εναλλακτικά προϊόντα. Το ίδιο θα επιβληθεί και από την πλευρά της πολιτείας, με χαρακτηριστικό να είναι το παράδειγμα των γενόσημων φαρμάκων, τα οποία θα καταλαμβάνουν συνεχώς μεγαλύτερο όγκο στο φαρμακείο σας.

- **Αναζητήστε ευκαιρίες**

Η ύφεση θα τροποποιήσει πολλούς από τους κλασικούς «όρους» του παιχνιδιού στον κλάδο του φαρμάκου. Αγωνιστείτε για τα συμφέροντα του κλάδου σας και διεκδικείστε τα δικαιώματά σας, αλλά συγχρόνως χρησιμοποιήστε τις αδυναμίες των ανταγωνιστών σας, για να αναδιαρθρώσετε την επιχείρησή σας σε νέους τομείς προϊόντων και υπηρεσιών.

- **Ζητήστε βοήθεια για την αξιολόγηση και την αντιμετώπιση της κρίσης**

Δημιουργήστε μια ομάδα συνεργατών - συμβούλων που θα αξιολογήει τις προειδοποιήσεις των διαφόρων παραγόντων, θα αναπτύσσει σενάρια και θα προτείνει δυνητικές λύσεις, θα αναλύει το ανταγωνιστικό σκηνικό, κ.ο.κ.

- **Ετοιμάστε πλάνο για την ανάκαμψη**

Επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, πληροφορική και νέες υποδομές θα αρχίσουν να αποδίδουν μόνο μετά το τέλος της ύφεσης. Το κόστος αυτών των επενδύσεων θα είναι αναλογικά μικρότερο σε περίοδο μειωμένου ανταγωνισμού.

- **Ενημερωθείτε - Εκπαιδευτείτε**

Είναι φανερό ότι απαιτείται μια συνεχής -δια βίου- επιμόρφωση, προκειμένου να εξασφαλίζονται εκείνες οι σύνθετες και συχνά μεταβαλλόμενες οικονομικές - χρηματοοικονομικές γνώσεις, που επιτρέπουν στους φαρμακοποιούς να αντιμετωπίζουν όλες τις νέες προκλήσεις.

Και μην ξεχνάτε:

«Τα ταμεία δεν κινδυνεύουν από το φάρμακο. Κινδυνεύουν από τη διαχειριστική αδυναμία».

Μήπως τον ίδιο κίνδυνο αντιμετωπίζει και το δικό σας φαρμακείο; ■

Μαθαίνοντας από τα Λάθη σας

«Ο χρόνος ωριμάζει όλα τα πράγματα.
Κανένας άνθρωπος δεν γεννιέται σοφός!»
Μιγκέλ ντε Θερβάντες (1547 - 1616)

◆ Από το www.GreekShares.com

Ο **Simon Gervais** (Duke University - Fuqua School of Business) και ο **Terrance Odean** (University of California, Berkeley - Haas School of Business) σε έρευνα που πραγματοποίησαν τον Ιούνιο του 1997 (Learning to Be Overconfident) αναφέρθηκαν στο γεγονός ότι οι νέοι επενδυτές δε γνωρίζουν που πραγματικά οφείλεται η επιτυχία τους μέχρι να περάσει αρκετός καιρός και μπορέσουν να εκτιμήσουν τη διαχρονική απόδοσή τους από τις αυξήσεις ή τις μειώσεις των χαρτοφυλακίων τους.

Οι επενδυτές πάντοτε αναλαμβάνουν την επιτυχία για τις θετικές αποδόσεις των επενδύσεών τους αλλά σίγουρα αποποιούνται την ευθύνη για τις όποιες ζημιές τους. Κατά συνέπεια, ένας υπερβολικά σίγουρος επενδυτής έχει την άμεση τάση να είναι περισσότερο ριψοκίνδυνος από ότι πραγματικά θα δικαιολογούσε η εμπειρία ή ικανότητά του.

Επιπλέον, ένα υπερβολικά σίγουρο άτομο διαπραγματεύεται πάρα πολύ επιθετικά, αυξάνοντας τον όγκο συναλλαγών και την αστάθεια της αγοράς. Η υπερβολική σιγουριά δεν πρόκειται ποτέ να κάνει τους επενδυτές πλουσιότερους, αλλά η διαδικασία του πλουτισμού μπορεί να τους κάνει υπερβολικά σίγουρους!

Η όποια επιτυχία όσων είναι υπερβολικά σίγουροι οφείλεται αναμφισβήτητα στην τύχη και όχι στην ικανότητα, ή τουλάχιστον σε περιορισμένη ικανότητα. Αν οι επενδυτές χρησιμοποιήσουν την υπερβολική σιγουριά τους και τις συνεχείς μεταβολές της αγοράς, μπορεί να βρεθούν σε μια οικονομική θέση, την οποία δεν μπορούν να στηρίξουν, εάν οι ριψοκίνδυνές τους επενδύσεις παρουσιάσουν πτώση και μεγάλες ζημιές.

Οι νέοι επενδυτές έχουν πάντοτε υπερβολική εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να επιτύχουν αποδόσεις καλύτερες από την αγορά, ωστόσο, οι περισσότεροι ποτέ δεν καταφέρνουν να τις επιτύχουν!

Οι άνθρωποι συνήθως συναλλάσσονται, τόσο για γνωστικούς, όσο και για συναισθηματικούς λόγους. Συναλλάσσονται γιατί πιστεύουν ότι έχουν τις πιο έγκυρες πληροφορίες, όταν το μόνο που πραγματικά έχουν είναι «θόρυβος» ή «κουτσομπολιά», και συναλλάσσονται μόνο και μόνο γιατί οι συναλλαγές μπορεί να τονώσουν τον εγωισμό τους.



Οι συναλλαγές τονώνουν τον εγωισμό, όταν οι αποφάσεις αποδειχθούν σωστές και κερδοφόρες, αλλά φέρνουν απογοήτευση, όταν οι αποφάσεις αποδειχθούν λανθασμένες και με ζημιές.

Συνήθως, μάλιστα οι περισσότεροι άνθρωποι αποδίδουν διαφορετική βαρύτητα στα κέρδη και τις ζημιές και σε μεγάλα και διαφορετικά εύρη πιθανοτήτων. Στατιστικά, η απογοήτευση των ανθρώπων αυτών από ενδεχόμενες ζημιές (μικρές ή μεγάλες δεν έχει σημασία) είναι πάντοτε πολύ μεγαλύτερη από την όποια χαρά τους για ισοδύναμα κέρδη.

Οι άνθρωποι είναι πολύ πιθανότερο να αισθανθούν μεγάλο πόνο από μία απώλεια παρά τη χαρά ενός κέρδους, και πάντοτε είναι πρόθυμοι να αναλάβουν κάποιο μεγαλύτερο ρίσκο, για να προσπαθήσουν να αποφύγουν τις ζημιές παρά, για να πραγματοποιήσουν κέρδη.

Όταν είναι αντιμέτωποι με «σίγουρο κέρδος», οι περισσότεροι επενδυτές είναι συντηρητικοί, ενώ, όταν είναι αντιμέτωποι με «σίγουρη ζημία», οι επενδυτές γίνονται ριψοκίνδυνοι.

Είναι εύκολο να εξετάσετε με αντικειμενικό τρόπο τις επιτυχημένες επενδυτικές αποφάσεις σας. Και όμως, οι περισσότεροι δεν επιδιώκουν να αναλύσουν τα λάθη τους. Η εκ των υστέρων ανάλυση είναι ένα από τα καλύτερα εργαλεία μάθησης που έχετε στη διάθεσή σας – αρκεί οι ζημιές να μην είναι ιδιαίτερα μεγάλες ή το ύψος των κερδών να είναι ικανοποιητικό.

Μη φοβάστε να αντιμετωπίσετε τα λάθη σας.

Το μόνο βέβαιο λάθος είναι να συνεχίσετε να είστε υπερβολικά σίγουροι και να κάνετε τα ίδια λάθη!

Πηγαίνετε πίσω και εξετάστε τις επιτυχημένες σας αποφάσεις και δείτε τι κάνατε σωστά. Αγοράσατε μετοχές τη σωστή στιγμή; Ήταν η αγορά σε μια ανοδική πορεία; Τι ήταν αυτό που σας έδωσε τη δυνατότητα να λάβετε τη σωστή απόφαση;

Έπειτα, πηγαίνετε πίσω και αναλυτικά εξετάστε όλες τις

άσχημες αποφάσεις που σας έφεραν ζημιές. Αγοράσατε μετοχές με χαμηλά κέρδη; Η τιμή διαπραγμάτευσης αυτών των μετοχών ήταν κοντά στο υψηλότερο σημείο όταν τις αγοράσατε ή τις αγοράσατε όταν σημειώνανε πτώση; Σας «συμβούλεψαν» λάθος; Αγοράσατε τις μετοχές τη σωστή στιγμή, αλλά τις πουλήσατε σε λάθος στιγμή; Βρισκόταν η αγορά σε μια φάση διόρθωσης;

Όταν ανασκοπήσετε τις ζημιογόνες αποφάσεις σας, αναζητήστε μοντέλα ή κάποια συνθιμισμένα λάθη που ίσως να μη γνωρίζατε ότι τα κάνετε. Σημειώστε τα καταγράφοντας ένα νέο κανόνα που πρέπει να ακολουθήσετε όπως:

«Δε θα κάνω το Χ στο μέλλον» ή «Θα κάνω το Υ στο μέλλον».

Η οργάνωση αυτών των κανόνων θα σας βοηθήσει να απαλλαγείτε από κάποιες κακές συνήθειες που μπορεί να έχετε αποκτήσει, και θα σας βοηθήσει να αναδειξετε ότι κάνετε σωστά.

Θυμηθείτε:

Ο καλύτερος τρόπος για να γίνετε ένας εξυπνότερος, καλύτερος και περισσότερο επιτυχημένος επενδυτής είναι να παραδεχθείτε τα λάθη σας και να μάθετε από αυτά!

(... και να γνωρίζετε ότι όλα τα πιο πάνω ισχύουν και στις εμπορικές σας διαπραγματεύσεις και στις προσωπικές σας σχέσεις ... !!!) ■



www.GreekShares.com

**ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
NOVAQUASOL A® Vitamin A, Dexpanthenol**

1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ: NOVAQUASOL A® 2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΕ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Κάθε γραμμάριο κρέμας περιέχει: Vitamin A 7.055 IU, Dexpanthenol 20 mg. 3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ: Κρέμα εξωτερικής χρήσης 4. ΚΛΙΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ: 4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις: Ελαφρές δερματοπάθειες. 4.2. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης: Τρόπος χορήγησης: Κρέμα για εξωτερική χρήση Δοσολογία: Μικρή ποσότητα κρέμας αλείφεται ελαφρά στην πάσχουσα περιοχή δύο φορές την ημέρα ή κατά τις οδηγίες του γιατρού (όχι στα μάτια). 4.3 Αντενδείξεις: Η NOVAQUASOL A® αντενδείκνυται σε άτομα με ιστορικό υπερευαισθησίας σε κάποιο από τα συστατικά της. 4.4 Ειδικές προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την χρήση: Εάν κατά τη θεραπεία εμφανιστεί ερεθισμός συνιστάται η διακοπή του φαρμάκου. Πρέπει να αποφεύγεται η εφαρμογή της κρέμας επάνω ή γύρω από τα μάτια. Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την χρησιμοποίηση του φαρμάκου από τα παιδιά. Στις σπάνιες περιπτώσεις εμφάνισης αλλεργίας στα έκδοχα η χρήση του φαρμάκου πρέπει να αποφεύγεται. Στα έκδοχα περιέχονται καμφορά και μενθόλη. 4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες: Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες. 4.6. Κύηση και γαλουχία: Χρήση κατά την κύηση: Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την χρησιμοποίηση του φαρμάκου κατά την εγκυμοσύνη. Χρήση κατά την γαλουχία: Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την χρησιμοποίηση του φαρμάκου κατά τον θηλασμό. 4.7. Επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων: Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για την επίδραση του φαρμάκου στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. 4.8. Ανεπιθύμητες ενέργειες: Δεν έχει αναφερθεί μέχρι σήμερα κανένα περιστατικό ερεθισμού ή αντίδρασης υπερευαισθησίας. 4.9 Υπερδοσολογία-Αντιμετώπιση: Εάν το φάρμακο ληφθεί κατά λάθος από το στόμα θα πρέπει να γίνει η κατάλληλη συμπτωματική αγωγή. Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά υπερδοσολογίας με το φάρμακο. 5. ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ: 5.1 Φαρμακοδυναμικές Ιδιότητες: Η κρέμα NOVAQUASOL A® συνδυάζει την αντιυπερκερατωϊκή και επιθηλιοπλαστική δράση της βιταμίνης Α με την αποδεδειγμένη αντικνημοζώδη, επιθηλιοπλαστική και επούλωτική δράση της πανθενόλης. Η βιταμίνη Α δρα ευνοϊκά στις υπερκερατωϊκές και δυσπλαστικές εκδηλώσεις του δέρματος και το επαναφέρει στη φυσιολογική του κατάσταση. Η dexpanthenol είναι η αντίστοιχη αλκοόλη του παντοθενικού οξέος, χρησιμοποιείται σε πολυάριθμες δερματικές παθήσεις διότι προάγει την επιθηλιοποίηση και έχει αξιολογημένη αντικνημοζώδη δράση. 5.2 Φαρμακοκινητικές Ιδιότητες: Η φαρμακοκινητική της NOVAQUASOL A® είναι παρόμοια με τη συνήθη των τοπικά εφαρμοζόμενων βιταμινικών κρεμών. Το ειδικό υδρόφιλο έκδοχο διεισδύει στο δέρμα, απορροφάται από την επιδερμίδα και τις υποκείμενες στοιβάδες και έτσι εξασφαλίζει ταχύ θεραπευτικό αποτέλεσμα. Η dexpanthenol κατά την τοπική χρήση, διεισδύει στο δέρμα όπου υφίσταται μεταβολισμό σε παντοθενικό οξύ που αντιστοιχεί στα προσθετικά του συνενζύμου Α, είναι απαραίτητο στον κύκλο του KREBS. Είναι απαραίτητο στην ανάπλαση και ανάπτυξη του επιθηλίου. Η χρήση της πανθενόλης τοπικά ενεργοποιεί τον πολλαπλασιασμό των ινωδοβλαστών και έτσι την παραγωγή κολλαγόνου και των ελαστικών που είναι ευεργετικά για την επούλωση του δέρματος. 5.3 Προκλινικά στοιχεία για την ασφάλεια: Δεν εφαρμόζεται. 6. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ: 6.1 Κατάλογος των εκδόχων: Cetyl alcohol, Cetyl palmitate, Propyl paraben, Methyl paraben, Sodium lauryl sulfate, Glycerin, Menthol, Camphor, Purified Water. 6.2 Ασυμβατότητες: Καμία γνωστή. 6.3 Διάρκεια ζωής: 12 μήνες. 6.4 Ιδιαίτερες συνθήκες κατά τη φύλαξη του προϊόντος: Φυλάσσεται σε θερμοκρασία δωματίου. 6.5 Φύση και συστατικά του περιεκτώ: Λευκή έως υποκίτρινη υδατοδιαλυτή κρέμα σε σωληνάριο ασφαλείας από αλουμίνιο. Κάθε σωληνάριο περιέχει (28,35 g) ή 50 g. 6.6 Οδηγίες χρήσης/χειρισμού: Δεν είναι απαραίτητες. 6.7 Κάτοχος αδείας κυκλοφορίας: Δικαιούχος: Μινέρβα φαρμακευτική α.ε. Υπεύθυνος κυκλοφορίας: Μινέρβα φαρμακευτική α.ε.. Κηφισού 132, 121 31 Αθήνα. Τηλ.: 5702199 FAX: 5728215 7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: 23274/9-10-2001 8. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: 12-08-81. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: 9-10-2001. Το φάρμακο αυτό χορηγείται μόνο με ιατρική συνταγή.

Pharmaton® Kiddi



Αρ. Γρ. ΕΟΦ: 4245/1-3-2006

και... δεν του λείπει τίποτα!

Η υγιής ανάπτυξη του παιδιού σας είναι πολύ σημαντική υπόθεση... γι' αυτό Pharmaton Kiddi! Το συμπλήρωμα διατροφής με 7 βιταμίνες, ασβέστιο και υδροχλωρική θυσίνη, που δημιουργήθηκε ειδικά για τα παιδιά που βρίσκονται στην περίοδο της έντονης ανάπτυξης (από το 1ο έως το 12ο έτος). Το Pharmaton Kiddi χάρη στην ειδική, ισορροπημένη σύνθεσή του, δρα σε αρμονία με τον οργανισμό του παιδιού, προσφέροντάς του πολλά οφέλη στη φάση της ζωής του, που το χρειάζεται περισσότερο. Έτσι, βοηθάει τα παιδιά να έχουν σωματική και πνευματική ευεξία, ενισχύει το σκελετικό του μυοσκελετικού συστήματος και το ανοσοποιητικό σύστημα. Ακόμα, μπορεί να βοηθήσει στην αποκατάσταση της όρεξής τους.

Το συμπλήρωμα διατροφής δεν υποκαθιστά την ισορροπημένη διατροφή. Για περισσότερες πληροφορίες ρωτήστε το γιατρό ή το φαρμακοποιό σας.

Pharmaton®

Καλύτερα να είσαι σίγουρος.



Boehringer
Ingelheim

www.pharmaton.gr

Ελληνικού 2, 167 77 Ελληνικό-Αθήνα, Τηλ.: 210 8906300.

NOVAQUASOL A[®]

Vitamin A - Dexpanthenol



Διαχρονική Αξία στη Δερματολογία

Αναπλαστική,
Αντικνησμώνδης
και Επουλωτική δράση



Λ. Κηφισού 132, 121 31 Αθήνα
Τηλ.: 210 5702199 • Fax: 210 5728215

Η Περίληψη Χαρακτηριστικών του Προϊόντος
δημοσιεύεται εντός του παρόντος εντύπου.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ, ΤΗΛ.: 210 5702199
ΤΜΗΜΑ ΦΑΡΜΑΚΟΕΠΑΓΡΥΠΝΗΣΗΣ, ΤΗΛ.: 6989443388