

P H A R M A C Y

management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΙΟΥΛΙΟΣ-ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2011 • ΤΕΥΧΟΣ 11 • **Θ. ΧΑΡΑΜΗ ΕΠΕ** ΝΙΚΗΣ 57, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ **ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ**

Η ΑΓΟΡΑ

Η Δερματολογία Συμβουλής

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κερδίστε
τους Ηλικιωμένους
Πελάτες σας

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ

Φαρμακευτική
Φροντίδα



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

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ και **ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ**

ISSN 1791-860X



11

9 771791 860005

Το πρώτο και μοναδικό δισκίο για τη θεραπεία Στυτικής
Δυσλειτουργίας που διαλύεται στη γλώσσα χωρίς νερό!

LCF14MC06 2011 0010



Bayer

Κάτοχος της άδειας κυκλοφορίας:
Bayer Schering Pharma AG
13342 Berlin, Γερμανία
Τοπικός αντιπρόσωπος του κατόχου της άδειας
κυκλοφορίας στην Ελλάδα:
Bayer Ελλάς ABEE
Σωραύ 18-20, 15125 Μαρούσι
Τηλ: +30 210 6167500
Τοπικός αντιπρόσωπος του κατόχου της άδειας
κυκλοφορίας στην Κύπρο:
Novagem Ltd
Τηλ: +357 22 747 747

Βασισμένο σε γενικά φάρμακα ασφαλείας.
Συμπληρωματικό φάρμακο.
Παράγει:
Ομάδα ανάπτυξης προϊόντων για τη Βαυαρία
© 2011 Bayer AG. Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται. Bayer και Schering είναι εμπορικά σήματα.



LEVITRA® 10 mg

δισκία διασπειρόμενα στο στόμα  vardenafil

■ Επικαιρότητα

- 03 **EDITORIAL**
- 04 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**
- 14 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**
- 20 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**
- 32 **ΤΑ ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ**

■ Αφιέρωμα

- 36 **Εξειδίκευση και Διαφοροποίηση**



■ Αναλύσεις

- 46 **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**
ΜΕ ΤΗΝ κ. ΚΑΙΤΗ ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ,
Οι φαρμακευτικές εταιρείες
πρέπει να παίξουν ένα πιο
διευρυμένο παιδαγωγικό ρόλο
- 50 **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ**
ΓΙΑΝΝΗ ΘΕΟΧΑΡΗ
Αυθεντικότητα και Παράδοση



- 54 **ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**
Στάση και Αγοραστική Συμπεριφορά
των Ελλήνων προς τα
ΦΥΤΙΚΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
- 58 **Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ**
ΠΑΝΕΣ ΑΚΡΑΤΕΙΑΣ
για αγορά με προοπτικές



- 62 **ΑΓΟΡΑ**
Η Δερματολογία
Συμβουλής



■ Επικοινωνία

- 74 **ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΥΓΕΙΑΣ**
Η Οστεοπόρωση
- 80 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Κερδίστε τους ηλικιωμένους
πελάτες σας
- 88 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Καλωσόρισμα Μωράκι!
Οδηγίες και συμβουλές προς νέους
γονείς για συχνά προβλήματα...
- 98 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**
Όλα όσα πρέπει να γνωρίζουμε
για την υπογονιμότητα



■ Επιχειρηματικότητα

- 104 **MANAGEMENT**
Πελατομανία
Ξεπεράστε τις προσδοκίες
των πελατών σας



- 108 **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ**
Φαρμακευτική Φροντίδα:
Ανάγκη και Πρόκληση
για το μέλλον του
φαρμακευτικού επαγγέλματος
- 114 **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ**
Φαρμακείο, Πρόληψη,
Εμβολιασμός
- 124 **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ**
Η ΥΓΕΙΑ, πηγή εξέλιξης
του φαρμακείου
Το φαρμακείο, τόπος
προορισμού... για όλους!



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

Δείχνετε ευαισθησία, στην ευαίσθητη περιοχή σας;

Είναι γεγονός ότι όλες οι γυναίκες έχουν παρουσιάσει έστω και μια φορά στη ζωή τους ενοχλήσεις στην ευαίσθητη περιοχή. Η κολπίτιδα αποτελεί το συχνότερο πρόβλημα και είναι η συνηθέστερη αιτία επίσκεψης στον γυναικολόγο. Γι' αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιούμε προϊόντα, τα οποία διατηρούν φυσιολογική τη χλωρίδα της ευαίσθητης περιοχής. Η χρήση κοινών σαπουνιών διαταράσσει το pH της περιοχής και την καθιστά περισσότερο ευάλωτη, σε επιθέσεις παθογόνων μικροοργανισμών.

Η φυσική απάντηση της APIVITA

Η APIVITA δημιουργεί τη νέα, γυναικολογικά ελεγμένη, σειρά φροντίδας της ευαίσθητης περιοχής intimate. Η σειρά αποτελείται από 3 προϊόντα απαλού καθαρισμού, ειδικά σχεδιασμένα να **καθαρίζουν** αποτελεσματικά την ευαίσθητη περιοχή, ενώ παράλληλα **καταπραΰνουν** τους ερεθισμούς και **προστατεύουν** τη φυσιολογική χλωρίδα της περιοχής. Τα προϊόντα APIVITA intimate μπορούν να χρησιμοποιηθούν καθημερινά.

GEL ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ DAILY

με χαμομήλι & πρόπολη 91% ΦΥΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ

Με χαμομήλι που καταπραΰνει τους ερεθισμούς και πρόπολη που αποτρέπει την ανάπτυξη ανεπιθύμητων μικροοργανισμών. Εμπλουτισμένο με αιθέριο έλαιο λεβάντας, από τις βιολογικές καλλιέργειες της APIVITA Farm, για να χαρίζει μοναδική αίσθηση φρεσκάδας.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ APIVITA INTIMATE ΕΙΝΑΙ ΓΥΝΑΙΚΟΛΟΓΙΚΑ
ΕΛΕΓΜΕΝΑ, ΧΩΡΙΣ PARABENS, ΣΑΠΟΥΝΙ, ΣΙΛΙΚΟΝΕΣ,
ΠΡΟΠΥΛΕΝΟΓΛΥΚΟΛΗ, ΑΙΘΑΝΟΛΑΜΙΝΗ

www.apivita.com



GEL ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ PLUS - ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ με tea tree & πρόπολη 91% ΦΥΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ

Ιδανικό για γυναίκες που ταλαιπωρούνται συχνά από ενοχλήσεις. Η πρόπολη προσφέρει αντιμυκητιασική, αντιφλεγμονώδη και αντιβακτηριδιακή δράση. Το tea tree αποτρέπει την ανάπτυξη παθογόνων μικροοργανισμών, ενώ το φυσικό λιπασμινοξύ που περιέχει, βοηθά στην ρύθμιση του pH της περιοχής και συμβάλλει στην πρόληψη των μικροενοχλήσεων.

GEL ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ LADY - ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΞΗΡΟΤΗΤΑ με αλόη & πρόπολη 92% ΦΥΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ

Περιέχει βιοδραστική αλόη η οποία ενυδατώνει, ανακουφίζει από τον κνησμό και περιποιείται την ευαίσθητη περιοχή και πρόπολη, η οποία αποτρέπει την ανάπτυξη ανεπιθύμητων μικροοργανισμών. Ενδείκνυται σε περιπτώσεις κολπικής ξηρότητας.

Μικρές συμβουλές για τη σωστή υγιεινή της περιοχής.

- Φροντίστε την υγιεινή σας κάνοντας καθημερινά ντους. Κατά τη διάρκεια της περιόδου να αλλάζετε πολύ συχνά σερβιέτα.
- Προτιμήστε τα βαμβακερά εσώρουχα και τα άνετα ρούχα που επιτρέπουν στην ευαίσθητη περιοχή να αναπνεύσει.

Ιδιαίτερα κατά την καλοκαιρινή περίοδο:

- Μην παραμένετε πολύ ώρα με βρεγμένο μαγιό.
- Στην παραλία ή/στην πισίνα, να ξαπλώνετε πάντα πάνω σε πετσέτα (ή ψάθα). Αποφεύγετε την άμεση επαφή με την άμμο ή τα πλακάκια.

32 ΧΡΟΝΙΑ

ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ

ΤΕΥΧΟΣ 11

ΙΟΥΛΙΟΣ-ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2011

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**

Καίτη Αντωνοπούλου

Γιάννης Θεοχάρης

Γεώργιος Αυλωνίτης

Εριφίλη Πάπισσα

Παναγιώτης Κομματάς

Ράνια Λέχου

Ασπασία Σκουφίδη

Ανδρέας Καλλιβκάς

Σταυρούλα Πιπεράκη

Αλέξανδρος Τσιτομνέας

Μάτα Χαροκόπου

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.

Copyright© 2009-2011 Π. Χαραμή



«Άς καλλιεργήσουμε τον κήπο μας»

Εχουμε πάντα την εντύπωση ότι οι καλές μέρες περάσανε και ότι "ήταν καλύτερα πριν". Αλλά η ιστορία δείχνει ότι τα περασμένα χρόνια δεν είναι πάντα καλύτερα από αυτά που μέλλονται. Απλά είναι άλλα χρόνια, με άλλα δεδομένα και πρακτικές... με άλλη κουλτούρα. Το ίδιο συμβαίνει και στο φαρμακείο.

Θα ήταν κανείς αφελής να θεωρεί ότι μπορούμε να αγνοήσουμε την πραγματικότητα που ζούμε. Το οικονομικό περιβάλλον δεν είναι ρόδινο και το επάγγελμα γνωρίζει έναν πρωτοφανή κυκλώνα και δεν είναι το μόνο! Οι συχνές εξαγγελίες για σκληρά μέτρα των επιτηρητών και των κυβερνόντων μας, που προσπαθούν να εξισορροπηθούν από τους συνδικαλιστικούς φορείς όσο γίνεται πιο αναίμακτα, δεν αφήνουν περιθώρια για αγρανάπαυση. Χρειάζεται επαναξιολόγηση και στρατηγική σκέψη της μέχρι τώρα καθημερινότητάς μας. Βέβαια, μέσα σε αυτό το ασταθές περιβάλλον μπορεί κανείς να επιλέξει να βάλει το κεφάλι του σε προστατευτικό κράνος, να σταυρώσει τα χέρια και να περιμένει να απομακρυνθεί ο "δυνατός άνεμος". Μόνο που αυτή η στρατηγική με τη σημερινή κατάσταση δε θα πετύχει.

Αν πάλι κάποιος δεν έχει επίγνωση ότι πρέπει να αλλάξει, δε θέλει να δει πού πρέπει να πάει και τι πρέπει να κάνει, ας αναλογιστεί ότι το παλιό ρητό λέει ότι "η μη εξέλιξη οδηγεί στην εξαφάνιση".

Το καμπανάκι της αλλαγής κτύπησε και όσοι το άκουσαν... το άκουσαν!

Άς είμαστε αισιόδοξοι όμως, γιατί υπάρχουν "κίποι ακαλλιέργητοι" για το επάγγελμά μας. Υπάρχουν ευκαιρίες για "νέες καλλιέργειες" με το απαραίτητο "λίπασμα", που δεν είναι άλλο από τη γνώση και την εκπαίδευση.

Την εκπαίδευση με όλους τους τρόπους: σεμινάρια, βιβλία, ειδικό τύπο, internet, e-learning. Την εκπαίδευση που ανοίγει νέους ορίζοντες. Την εκπαίδευση που συνοδευόμενη από την πρακτική, είναι το κλειδί για την ποιοτική διανομή του φαρμάκου, επικεντρωμένη στον ασθενή. Αυτή είναι η εγγύηση για τη σωστή επιχειρηματικότητα ενός επαγγελματία υγείας και για το δεοντολογικό ανταγωνισμό μέσα από τη διαφοροποίηση.

Σε σας απομένει η απόφαση να **"καλλιεργήσετε τον κήπο σας τώρα"**!

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ

Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

p.harami@PharmaManage.gr

1^ο Forum Συμπληρωμάτων Διατροφής από τη Pharma PLUS



Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε το 1^ο Forum Συμπληρωμάτων Διατροφής για τα μέλη του δικτύου **Pharma PLUS** στο Πόρτο Χέλι για τη Νότια Ελλάδα, και στη Χαλκίδα για τη Βόρεια Ελλάδα, με τη συμμετοχή 115 συνέδρων – μελών του δικτύου. Αυτή τη

φορά, τα συνέδρια Βορείου και Νοτίου Ελλάδας απόκτησαν τελείως διαφορετικό ύφος, αφού φιλοξένησαν εκθεσιακά περίπτερα για την προβολή των χορηγών, όπως οι: Exelixis Diagnostics, In Touch Health, Iso Plus, Pharma Center και Sarantis. Στόχος του 1^{ου} Forum Συμπληρωμάτων Διατροφής της Pharma PLUS ήταν να ενημερώσει έγκυρα και αποτελεσματικά τα μέλη του δικτύου, με προσανατολισμό την ανάπτυξη, την ευημερία και τη διαμόρφωση ενός ισχυρού δικτύου φαρμακείων. Παράλληλα, κατά τη διάρκεια του Forum παρουσιάστηκαν οι νέες ενέργειες μάρκετινγκ της Pharma PLUS για το 2011, καθώς και οι εξελίξεις αναφορικά με την ηλεκτρονική συνταγογράφηση. Η Pharma PLUS, με σεβασμό στο λειτουργήμα του φαρμακοποιού, συνδράμει στη διαμόρφωση της εικόνας των μελών της, ώστε να αποτελούν την πρώτη επιλογή των καταναλωτών για τις αγορές τους σε προϊόντα υγείας και ομορφιάς.

Συναντήσεις

Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε.

με μέλη – μετόχους του

Συνεχίζονται με μεγάλη επιτυχία οι συναντήσεις - συγκεντρώσεις που διοργανώνει ο ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. ανά τακτά χρονικά διαστήματα μέσα στο έτος, με τα μέλη – μετόχους του, στα πλαίσια της διαρκούς ενημέρωσής τους.

Για την επίτευξη μεγαλύτερης συμμετοχής και αποτελεσματικότητας του στόχου

των συγκεντρώσεων αυτών, οι φαρμακοποιοί – μέλη ομαδοποιούνται και προσκαλούνται βάσει γεωγραφικής περιοχής που ανήκει το φαρμακείο τους. Στις εκδηλώσεις αυτές συζητούνται θέματα επικαιρότητας, όπως οι εξελίξεις στη φαρμακευτική αγορά, η διαχείριση της οικονομικής κρίσης, το δίκτυο Green Pharmacy. Γίνεται απολογισμός για την πορεία του Ομίλου, καθώς και άλλα ζητήματα που αφορούν τον επαγγελματία φαρμακοποιό και την καθημερινότητά του.

Η Διοίκηση και τα Διευθυντικά Στελέχη του Ομίλου που παρευρίσκονται, είναι πάντα πρόθυμα να ακούσουν τις παρατηρήσεις – προτάσεις των μετόχων του και να παραθέσουν προτάσεις σε θέματα που τους απασχολούν.



Outsourcing Υπηρεσίες Υγείας από την εταιρεία “Sales Pharma”



Από τις αρχές του έτους, η εταιρεία “**Sales Pharma**” έχει δραστηριοποιηθεί στο χώρο της υγείας, προσφέροντας outsourcing υπηρεσίες σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό.

Πρόκειται ουσιαστικά για ένα πρωτοποριακό δίκτυο συνεργασιών στο χώρο της υγείας, που καλύπτει γεωγραφικά όλη την επικράτεια. Δημιουργήθηκε από τη συνεργασία 6 ανεξάρτητων ομάδων πωλήσεων με εμπειρία στην ιατρική ενημέρωση και στις πωλήσεις στα φαρμακεία..

Η “Sales Pharma” στοχεύει στην προσφορά ενός ευρέως και οικονομικά αποδοτικού φάσματος υπηρεσιών, στηριζόμενη στην ποιότητα και την αξιοπιστία.

Αναλυτικά οι υπηρεσίες αυτές είναι:

Πωλήσεις σε φαρμακεία – φαρμακαποθήκες

Μετά από πολυετή παρουσία στο χώρο του φαρμακείου, οι άριστες σχέσεις μας με έναν πολύ μεγάλο αριθμό φαρμακοποιών, μπορούν να εγγυηθούν την επιτυχημένη επικοινωνία, καθώς και την τοποθέτηση και προώθηση προϊόντων στα φαρμακεία.

Ιατρική ενημέρωση

Προσφέρουμε μια έμπειρη και άρτια εκπαιδευμένη ομάδα ιατρικών επισκεπτών και συνδυάζοντας σκευάσματα διαφόρων εταιρειών που απευθύνονται στις ίδιες ειδικότητες, πετυχαίνουμε την καλύτερη δυνατή απόδοση με το μικρότερο δυνατό κόστος.

Υποστήριξη των προϊόντων

Ο ρόλος της “Sales Pharma” είναι σε αυτό το σημείο ιδιαίτερα σημαντικός, καθώς αναλαμβάνει να κτίσει την εικόνα των προϊόντων μέσα στα φαρμακεία, αλλά και σε κάποιο βαθμό στα ιατρεία, προσφέροντας μια σειρά από ενέργειες, όπως: στήσιμο προβολών – προσφορών, διαμόρφωση βιτρίνας, προβολή έντυπου υλικού, έλεγχο ημερομηνιών λήξης προϊόντων και σωστή διαχείρισή τους, προώθηση προϊόντων μέσω έμπειρων promoters ή και εξειδικευμένων αισθητικών και πολλές άλλες πρωτοπόρες υπηρεσίες.

Δυνατότητα υποστήριξης άλλων υπηρεσιών

Στηριζόμενοι στους περισσότερους από 20 μόνιμους και πάνω από 100 part – timers συνεργάτες μας, είμαστε σε θέση να ακούσουμε, να σχεδιάσουμε και να υλοποιήσουμε οποιαδήποτε άλλη παροχή υπηρεσίας μας ζητηθεί, σχετικά πάντα με το χώρο της υγείας.

Θα θέλαμε επίσης να σας καλωσορίσουμε στον ιστότοπό μας www.salespharma.gr

ΕΠΕΝΔΥΣΤΕ

ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΑΣ

ΚΥΚΛΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ



4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΕΣ:

Κυριακή, 25 Σεπτεμβρίου 2011 • Κυριακή, 23 Οκτωβρίου 2011 • Κυριακή, 20 Νοεμβρίου 2011 • Κυριακή, 11 Δεκεμβρίου 2011

Ένα πλήρες πρόγραμμα εκπαίδευσης **4 εκπαιδευτικών ημερών** αρχίζει από το Σεπτέμβριο. Με μια θεματολογία επικεντρωμένη στην **Επικοινωνία** και τις **Υπηρεσίες προς τον Πελάτη**, αλλά και σε θέματα **Διοίκησης, Διαχείρισης, Μάρκετινγκ και Merchandizing** του σύγχρονου φαρμακείου, το **Πρόγραμμα Pharmacy Manager** σας προσφέρει μια εκπαίδευση διαδραστική με πρακτικές εφαρμογές και ασκήσεις στην καθημερινή πρακτική.

Οι εισηγητές είναι καταξιωμένοι καθηγητές Πανεπιστημίων αλλά και φαρμακοποιοί με εμπειρία στην εκπαίδευση, καθώς και επαγγελματίες του κλάδου.

Εάν επιθυμείτε λοιπόν:

- Να αναβαθμίσετε τις υπηρεσίες προς τους πελάτες σας,
- Να βελτιώσετε την πρακτική σας στη συμβουλή υγείας και τη σωστή συμπληρωματική πρόταση,
- Να διαμορφώσετε αποτελεσματικά το χώρο σας ώστε να είναι πιο ελκυστικός για τον πελάτη σας,
- Να διοικείτε με επιτυχία την ομάδα των συνεργατών σας και
- Να διαχειριστείτε πιο αποδοτικά την επιχείρησή σας...

ΕΠΕΝΔΥΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΑΣ για να ανταπεξέλθετε καλύτερα στα νέα δεδομένα και να κτίσετε ένα βιώσιμο μέλλον για το φαρμακείο σας!

Μια διοργάνωση του περιοδικού

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

Περισσότερες πληροφορίες και το πλήρες πρόγραμμα
στο www.PharmaManage.gr/pharmacy_manager.asp και στο Τ.: 210 984 3274



ΚΥΚΛΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΕΣ:

Κυριακή, 25 Σεπτεμβρίου 2011 - Κυριακή, 23 Οκτωβρίου 2011

Κυριακή, 20 Νοεμβρίου 2011 - Κυριακή, 11 Δεκεμβρίου 2011

Παρέχονται Δωρεάν: Καφές, τσάι, χυμοί, αναψυκτικά, γεύμα, έντυπο και CD με τις παρουσιάσεις των σεμιναρίων καθώς και πιστοποιητικό παρακολούθησης.

Το Κόστος Εκπίπτει από την Εφορία

Χώρος Διεξαγωγής: Ξενοδοχείο AMALIA - Αμαλίας 10 και Ξενοφώντος, Σύνταγμα, 105 57 Αθήνα - Για όσους εκτός Αθηνών συμμετέχουν στα Σεμινάρια, το Ξενοδοχείο παρέχει ειδικές τιμές στις κρατήσεις. Παρακαλούμε, να κάνετε έγκαιρη κράτηση στο Τ.: 210 323 7300 αναφέροντας το: «PHARMACY manager». Parking υπάρχει στην οδό Ξενοφώντος 4, Τ.: 210 323 2558 με ειδική τιμή 10 € για όλη τη διάρκεια του ημερήσιου Σεμιναρίου.

Πληροφορίες για το Πρόγραμμα και τους Εισηγητές:



Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.

Νίκης 57 - 174 55 Άλιμος, Αθήνα, Τ.: 210 984 3274 - 211 013 3381, F.: 211 800 5575
Κ.: 697 798 3094 - 693 253 7355 - Haramis@PharmaManage.gr

www.PharmaManage.gr/pharmacy_manager.asp

Δήλωση Συμμετοχής - Ημερομηνία: / / 2011

Στοιχεία Φαρμακείου για Τιμολόγηση:

Οδός - Αριθμός:

Πόλη:

Ταχυδρ. Κώδικας:

ΑΦΜ:

ΔΟΥ:

Τηλ.:

Κιν.:

Fax:

e-mail:

Για την εγγραφή σας θα πρέπει να συμπληρώσετε το παρόν έντυπο, να το στείλετε στο **F: 211 800 5575** ή στο **info@pharmamanager.gr** και να κάνετε κατάθεση στο λογαριασμό της **Θ. Χαραμή ΕΠΕ** στην **ALPHA BANK: 192 00 2320 003288 - IBAN: GR46 0140 1920 1920 0232 0003 288** ή στη **MARFIN EGNATIA BANK: 033 1380 423 - IBAN: GR27 0280 2790 0000 0033 1380 423**

ΠΡΟΣΟΧΗ: Στην κατάθεση να αναφέρετε το ονοματεπώνυμό σας!

Η συμμετοχή οριστικοποιείται μόνο με την καταβολή του αντίστοιχου ποσού.

Επιλέξτε Ημερομηνίες:

- Κυριακή, 25 Σεπτεμβρίου 2011
- Κυριακή, 23 Οκτωβρίου 2011
- Κυριακή, 20 Νοεμβρίου 2011
- Κυριακή, 11 Δεκεμβρίου 2011

Επιλέξτε Προγράμματα και Κόστος:

- Πλήρες Πρόγραμμα 4 Ημερών 800 € + 23% ΦΠΑ = 984.00 €
- Πρόγραμμα 3 Ημερών 690 € + 23% ΦΠΑ = 848.70 €
- Πρόγραμμα 2 Ημερών 520 € + 23% ΦΠΑ = 639.60 €
- Πρόγραμμα 1 Ημέρας 290 € + 23% ΦΠΑ = 356.70 €

Εκπτώσεις: 2 άτομα 10% - 3 άτομα 15% - 4 άτομα 20% - Φοιτητές 20%

Σε περίπτωση, που δηλώσατε συμμετοχή και δεν μπορείτε να παρευρεθείτε, θα χαρούμε να δεχθούμε άλλο άτομο στη θέση σας ή μπορείτε να παρακολουθήσετε άλλο πρόγραμμα χωρίς επιπλέον χρέωση. Το τιμολόγιο θα σας παραδοθεί κατά την προσέλευσή σας στο χώρο του σεμιναρίου.

Ολοκληρώθηκε με επιτυχία ο 2ος κύκλος σεμιναρίων PHARMA ACADEMY της Johnson & Johnson Hellas



Η Johnson & Johnson Hellas πραγματοποίησε, στο πλαίσιο του εξειδικευμένου προγράμματος για τους φαρμακοποιούς που διοργανώνει, τον 2ο κύκλο Σεμι-

ναρίων Pharma Academy. Τα σεμινάρια εστίασαν στην εξής θεματολογία:

• **ΜΗΣΥΦΑ: Η πρόκληση για την ανάπτυξη του φαρμακείου.**

Παρουσιάστηκαν 2 κατηγορίες ΜΗΣΥΦΑ, στις οποίες ο φαρμακοποιός είναι ο κύριος σύμβουλος για τον ασθενή:

- A) Αντιμετώπιση της διάρροιας. Συνοπτική παρουσίαση παθολογίας της διάρροιας, διαφορική διάγνωση και πρόταση θεραπείας στο φαρμακείο.
- B) Αντιμυκητιασική θεραπεία & περιποίηση ποδιών. Ολοκληρωμένη προσέγγιση του ασθενή στη θεραπεία των μυκητιάσεων, καθημερινή φροντίδα και διατήρηση της υγείας των ποδιών.

Οι παρουσιάσεις συνοδεύτηκαν από διανομή εξειδικευμένου υλικού για χειρισμό περιστατικών μέσα στο Φαρμακείο.

• **Στρατηγικές & εργαλεία ανάπτυξης των καλλυντικών σε περίοδο κρίσης.**

Σε ένα απαιτητικό περιβάλλον για την αγορά της Προσωπικής Περιποίησης, παρουσιάστηκαν σύγχρονες στρατηγικές & εργαλεία που μπορούν να βοηθήσουν τον φαρμακοποιό να διαχειρισθεί κερδοφόρα τις κατηγορίες του Καλλυντικού.

Παρουσιάστηκαν οι βασικοί δείκτες διαχείρισης των κατηγοριών, μέσα από case studies με πραγματικά στοιχεία φαρμακείων.



Η εταιρεία Leriva στην αγορά της υγείας



Με μια εντυπωσιακή σειρά επιχειρηματικών συνεργασιών και συμμαχιών με κα-

θιερωμένες όσο και αναδυόμενες εταιρείες οι οποίες είναι στην πρώτη γραμμή της καινοτομίας, η Leriva δραστηριοποιείται σε πολλά τμήματα και κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών της αγοράς της υγείας.

Στο κανάλι φαρμακείου, η Leriva διαθέτει τα προϊόντα:

- **Mendor Discreet:** Πρωτοποριακός μετρητής σακχάρου στο αίμα
- **Immuvit:** Πολυβιταμινούχο συμπλήρωμα διατροφής
- **Oncomar:** Συμπλήρωμα διατροφής για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς για ασθενείς με νεοπλασματικές ασθένειες

Με εφόδια την εκτεταμένη εμπειρία στον τομέα της υγείας στην Ελλάδα και διεθνώς, και το οξύ επιχειρηματικό πνεύμα, η ομάδα διοίκησης της Leriva προσανατολίζεται στην ανάπτυξη δημιουργικών λύσεων και την αξιοποίηση των ευκαιριών της αγοράς, με τρόπο που λίγοι άλλοι μπορούν. Με τις αδιαπραγμάτευτες αρχές και αξίες τις οποίες έχει αποδεδειγμένα ενστερνιστεί όλα αυτά τα χρόνια, η ομάδα διοίκησης, σε συνδυασμό με τις κορυφαίες δυνατότητες, τη βαθιά γνώση της αγοράς, τις θεσμοθετημένες επιχειρηματικές διαδικασίες και τις άριστες σχέσεις με τους πελάτες, η Leriva αναμένεται να αποτελέσει ένα σημαντικό παίκτη στην αγορά της υγείας γενικά και στο κανάλι του φαρμακείου ειδικότερα. Παρά τη σύντομη ιστορία της, η Leriva έχει αναπτύξει ένα σημαντικό χαρτοφυλάκιο συνεργασιών, το οποίο συνεχώς εμπλουτίζεται.

ADVANCE Pharmacies 140 Φαρμακεία – μέλη με κοινό όραμα!

Ραγδαία η ανάπτυξη του Πανελλαδικού Δικτύου Φαρμακοποιών ADVANCE Pharmacies, με 10 νέα μέλη να έχουν ενταχθεί το τελευταίο διάστημα. Ήδη 140 φαρμακοποιοί - μέλη μοιράζονται το ίδιο όραμα: «Το Φαρμακείο του Μέλλοντος».

Τα κύρια οφέλη που αποκομίζει κάθε φαρμακείο - μέλος, είναι:

- **προηγμένες υπηρεσίες**, που διαφοροποιούν το φαρμακείο, αυξάνουν την είσοδο πελατών και ενισχύουν σημαντικά την πιστότητά τους,
- **συγκεκριμένες λύσεις και προϊόντα**, που σχετίζονται με τη ρευστότητα και την κερδοφορία της επιχείρησής τους,
- **ομάδα εξειδικευμένων συνεργατών**, που παρέχει στήριξη στην εφαρμογή των εργαλείων ADVANCE, έγκυρη και έγκαιρη συμβουλή και καθοδήγηση.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η στρατηγική του Δικτύου σχεδιάζεται αποκλειστικά από έμπειρους φαρμακοποιούς και αναγνωρισμένα στελέχη της αγοράς, οι οποίοι μελετάνε διαρκώς το δυναμικό περιβάλλον και αντλούν εξειδικευμένες επιχειρηματικές γνώσεις από αναγνωρισμένους φορείς.



1 Χρόνος Λειτουργίας για την **MSD** στην Ελλάδα

Μια πετυχημένη χρονιά για μια εταιρία με **δυναμική ανάπτυξη** και μια **νέα επιχειρηματική συμφωνία για το 2011**

Η **MSD** ανήκει στην ευρύτερη οικογένεια της **Merck & Co** με έδρα το New Jersey και παρουσία σε **140 χώρες σε όλο τον κόσμο**.

Η δεύτερη μεγαλύτερη φαρμακευτική εταιρία παγκοσμίως, η MSD ή Merck για τις χώρες της Αμερικής και του Καναδά, **συμπλήρωσε ένα χρόνο πετυχημένης λειτουργίας στην Ελλάδα**.

Η επίσημη λειτουργία της **MSD στην Ελλάδα** ξεκίνησε τον **Ιούνιο του 2010** μετά την ολοκλήρωση των διαδικασιών συγχώνευσης με την Schering-Plough. Η **Schering-Plough** διατηρούσε μια μακρόχρονη παρουσία στην Ελλάδα από το **1974**. Τον Νοέμβριο του **2009** η Merck συγχωνεύεται με την Schering-Plough παγκοσμίως για να δημιουργήσουν μια νέα εταιρία η οποία εργάζεται εντατικά για να είναι ο κόσμος καλά.

Σήμερα η **MSD καταλαμβάνει την 4η θέση** ως προς τον συνολικό όγκο πωλήσεων των θεραπευτικών προϊόντων της στην Ελλάδα.

Βασικό μέλημα της εταιρίας αποτελεί η **Έρευνα και Ανάπτυξη (Research & Development) νέων φαρμάκων** και για αυτό το λόγο αποτελεί μια από τις λίγες εταιρίες που συνεχίζουν να επενδύουν σημαντικά κεφάλαια για την ανάπτυξη αυτού του τομέα. Μόνο για το 2009 οι δαπάνες για R&D έφτασαν τα 5,8 δισεκατομμύρια δολάρια.

Νέα Επιχειρηματική Συμφωνία μεταξύ MSD & BIANEΞ, μια νέα εποχή και για τις 2 εταιρίες

Πρόσφατα οι **MSD & BIANEΞ** ανακοίνωσαν την αναδιάρθρωση και χρονική επέκταση της στρατηγικής συνεργασίας τους, δημιουργώντας μια νέα εποχή και για τις δύο εταιρίες.

Όσον αφορά το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της **MSD** και με βάση την πρόσφατη αναδιάρθρωση και επέκταση της **συνεργασίας της MSD με την BIANEΞ**, η εταιρία θα δραστηριοποιείται συνολικά στις εξής θεραπευτικές κατηγορίες :

	Νοσοκομειακά	HIV	Ανοσολογία	Γονιμότητα
---	---------------------	------------	-------------------	-------------------

Η **MSD** και η **BIANEΞ** θα προωθήσουν από κοινού θεραπευτικά προϊόντα στις παρακάτω κατηγορίες :

 	Αθηροσκλήρωση	Διαβήτη	Αναπνευστικά
--	----------------------	----------------	---------------------

Προς κ.κ. Φαρμακοποιούς

Η **MSD** σας ενημερώνει ότι από τον Οκτώβριο τα σκευάσματα **Cancidas, Crixivan, Ezetrol, Emend, Inegy, Isentress, Maxalt** και **Stocrin** θα διακινούνται μέσω του δικτύου της **MSD ΑΦΒΕΕ**

INEGY[®]
(ezetimibe/simvastatin)

EZETROL[®]
(ezetimibe)

Maxalt[®]
(rizatriptan benzoate)

CRIXIVAN[™]
(indinavir sulfate)

ISENTRESS[®]
raltegravir, MSD

One Tablet 600mg Once Daily
STOCRIN[™]
(efavirenz)

Cancidas[®] i.v.
caspofungin

EMEND[™]
aprepitant

Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD: 800 11 33 333

 **MSD**
Be well

ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Άλιμος, Τηλ.: 210 989 7300
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9^ο χλμ. Θεσ/νίκης-Θέρμης, 570 01 Πυλαία, Τηλ.: 2310 863 634
www.merck.com

Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Εμβολιασμών, 23-30 Απριλίου 2011

Ο εμβολιασμός σώζει ζωές

- Ο εμβολιασμός συνεχίζεται και στην ενήλικη ζωή.
- Ο εμβολιασμός των επαγγελματιών υγείας είναι εξαιρετικής σημασίας για την προστασία των ίδιων, των ασθενών τους και των οικογενειών τους.

Όλη η Οικογένεια Ενυμερώνεται - Εμβολιάζεται - Προστατεύεται



Τα εμβόλια είναι ο μεγάλος σύμμαχος της ανθρωπότητας στον αγώνα κατά των λοιμωδών νοσημάτων. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας

(ΠΟΥ), «τα εμβόλια σώζουν περισσότερα από 3 εκατομμύρια ζωές παγκοσμίως κάθε χρόνο και προφυλάσσουν ακόμα περισσότερα εκατομμύρια ατόμων από νόσο ή ισόβια αναπηρία». Οι επιτυχημένες στρατηγικές εμβολιασμού, οδηγούν σε σημαντική μείωση της εμφάνισης των νοσημάτων αυτών και των θανάτων που αυτά προκαλούν. Ο εμβολιασμός είναι αποδεδειγμένα ένα από τα περισσότερα οικονομικώς αποδοτικά επιστημονικά επιτεύγματα της σύγχρονης εποχής για τη δημόσια υγεία. Μπορεί να προστατέψει και αυτούς που δεν έχουν εμβολιαστεί, όταν έχει εμβολιαστεί επαρκής αριθμός ατόμων σε μια δεδομένη κοινότητα. Από την άλλη, η μείωση του ποσοστού της εμβολιαστικής κάλυψης ενός πληθυσμού μπορεί να οδηγήσει στην επανεμφάνιση και εξάπλωση μεταδοτικών νοσημάτων. Αρκετοί ενήλικες δε γνωρίζουν ότι ο εμβολιασμός συνεχίζεται και στην ενήλικη ζωή. Πολλά νοσήματα χρειάζεται να συνεχίσουν να προλαμβάνονται με εμβολιασμό και στους ενήλικες (π.χ. Γρίπη, Ηπατίτιδα, Τέτανος, Ερυθρά, Πνευμονιόκοκκος κ.ά.). Δεδομένης μάλιστα της συνεχούς αύξησης του μέσου όρου ηλικίας του γενικού πληθυσμού, ο κίνδυνος για πολλές ασθένειες από αυτές γίνεται ολοένα και μεγαλύτερος. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η εμβολιαστική κάλυψη των επαγγελματιών υγείας, με στόχο τόσο την ατομική προστασία αλλά και την πρόληψη διασποράς της νόσου στους ασθενείς τους. Ωστόσο, στη χώρα μας το ποσοστό εμβολιαστικής κάλυψης με το εποχικό εμβόλιο της γρίπης, αλλά και το πανδημικό, ήταν μόνο 18,6% και 13,81% αντίστοιχα! Επίσης, σήμερα κυκλοφορεί η φοβία ότι τα εμβόλια μπορεί να προκαλέσουν σοβαρές παρενέργειες. Η λανθασμένη και ελλιπής πληροφόρηση είναι δυστυχώς η αιτία για τη δημιουργία μιας επικίνδυνης αντι-εμβολιαστικής κουλτούρας. Με αφορμή λοιπόν την **Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Εμβολιασμού**, είναι εκ των ων ουκ άνευ να υπενθυμίσουμε ότι ο εμβολιασμός είναι από τις πιο αποτελεσματικές παρεμβάσεις δημόσιας υγείας. Τα εμβόλια είναι εξαιρετικά ασφαλή γιατί για να χρησιμοποιηθούν εξασφαλίζεται ότι πληρούν αυστηρές προϋποθέσεις, τις οποίες ορίζουν οι αρμόδιοι διεθνείς οργανισμοί (π.χ. ΕΟΦ, ΕΜΑ, FDA). Στην προσπάθεια για βελτίωση της εμβολιαστικής κάλυψης σε παιδιά και ενήλικες, ο ρόλος & η ευθύνη των αρχών των επιστημόνων υγείας είναι σημαντικοί παράγοντες, καθώς εκείνοι Καθοδηγούν, Εκπαιδεύουν & Επηρεάζουν τον πληθυσμό μιας χώρας, προς την αλλαγή της νοοτροπίας τους υπέρ της πρόληψης.

11ο PHARMA point «Φαρμακείο: βασικός πυλώνας του συστήματος υγείας»

Στο πλαίσιο ενός δυναμικού συστήματος υγείας, που εξελίσσεται, τροποποιείται και αναδιαμορφώνεται, το φαρμακείο καλείται να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο, διεκδικώντας τη θέση που του αρμόζει στον τομέα της πρωτοβάθμιας περίθαλψης και της αγωγής υγείας. Αυτό είναι και το κεντρικό μήνυμα του **11ου PHARMA point**, που αποκτά νέα μορφή, αποτελώντας το σημαντικότερο συνέδριο της Βόρειας Ελλάδας. Έτσι, ο **Φαρμακευτικός Σύλλογος Θεσσαλονίκης** διοργανώνει και φέτος το φαρμακευτικό συνέδριο - έκθεση PHARMA point, στις 15-16 Οκτωβρίου 2011, στο Συνεδριακό Κέντρο «Ι. Βελλίδης» στη Θεσσαλονίκη, υπό την αιγίδα του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου. Στο πλαίσιο του συνεδρίου θα πραγματοποιηθούν συζητήσεις για τις εξελίξεις που φέρουν στο χώρο του φαρμακείου και της φαρμακευτικής αγοράς γενικότερα, οι επικαιροποιήσεις του Μνημονίου για τη στάση που πρέπει να υιοθετήσει ο κλάδος ώστε να ανταποκριθεί σε αυτές, για τη στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν οι φαρμακοποιοί και για τον καθοριστικό ρόλο των φαρμακείων στον τομέα της πρωτοβάθμιας περίθαλψης. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια των εργασιών του συνεδρίου θα συζητηθούν θέματα που αφορούν στην επιστημονική έρευνα και τα νέα δεδομένα στην ανάπτυξη νέων φαρμάκων. Χορηγοί επικοινωνίας του συνεδρίου είναι η εφημερίδα ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ, το περιοδικό ΜΕ ΥΓΕΙΑ και το pharmacorner.gr.

Προϊόντα βρεφικής και παιδικής διατροφής NOVALAC από την ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.

Η εταιρεία **ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.** ιδρύθηκε το έτος 1986 και κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ελληνική



αγορά. Αντιπροσωπεύει φημισμένους ιατρικούς οίκους του εξωτερικού, και συγχρόνως παράγει ιατροτεχνολογικά προϊόντα στις εγκαταστάσεις της στη ΒΙ.ΠΕ. Λάρισας. Διαθέτει υποκαταστήματα στη Θεσσαλονίκη και στη Δυτική Ελλάδα. Η ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε. έχει αναπτύξει σύστημα διασφάλισης ποιότητας, σύμφωνα με τα πρότυπα EN ISO 9001/12.2000, EN ISO 13485/07.2003 και σύμφωνα με την Υπουργική Απόφαση 1348/04 του Ελληνικού Υπουργείου Υγείας & Πρόνοιας. Από το 1999 είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος του οίκου UNITED PHARMACEUTICALS S.A. και συγκεκριμένα των προϊόντων **NOVALAC** τα οποία διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία. Τα προϊόντα NOVALAC χαρακτηρίζονται από την υψηλή ποιότητα παρασκευής, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις διατροφικές ανάγκες των βρεφών και των παιδιών.

Novalac



Rueckert Pharmaceutical Company

1440 J.F. Kennedy Causeway Suite 400
North Bay Village
Florida 33141

Αύγουστος, 2011

Αγαπητέ Πελάτη,

Η **Rueckert Pharmaceutical Company**, με έδρα τη Φλόριντα των ΗΠΑ, είναι η ιδιοκτήτρια και παραγωγός του πολυβιταμινούχου σκευάσματος/συμπληρώματος διατροφής που περιέχει την Αυθεντική Ελβετική Φόρμουλα (Original Swiss Formula) και το οποίο κυκλοφορεί παγκοσμίως με την εμπορική ονομασία **IMMUVIT**.

Κατ' εξαίρεση, και μόνο για την Ελληνική αγορά, το προϊόν μας – στις τρεις μορφές του – κυκλοφορεί τα τελευταία είκοσι χρόνια με την εμπορική ονομασία **VITAL** αρχικά από την PNG Gerolymatos AE και κατά τη διάρκεια των τελευταίων 2 ετών, από την Alapis AE μετά την εξαγορά της πρώτης από την τελευταία.

Στα μέσα Φεβρουαρίου 2011, υποχρεώθηκαμε να τερματίσουμε τη συμφωνία με την Alapis. Όπως προεβλέπετο από τη συμφωνία, εστάλη η προειδοποιητική επιστολή και από την 16η Απριλίου 2011 η Alapis δεν είναι πλέον εξουσιοδοτημένη να πωλεί το προϊόν μας στην Ελληνική αγορά.

Παράλληλα, βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σας ενημερώσουμε ότι υπογράψαμε νέα συμφωνία με την εταιρεία **Leriva AE** η οποία στο εξής θα είναι η αποκλειστική αντιπρόσωπός μας για την Ελλάδα και διάφορες άλλες Ευρωπαϊκές αγορές. Επωφελούμενοι επίσης από την αλλαγή αυτή, αποφασίσαμε να υιοθετήσουμε και για την Ελληνική αγορά τη διεθνή ονομασία μας και στο εξής το προϊόν μας θα κυκλοφορεί με την ονομασία **IMMUVIT**. Εκπρόσωποι της Medihelm, της εταιρείας στην οποία έχει ανατεθεί η διανομή και παραγγελιοληψία, σύντομα θα επικοινωνήσουν μαζί σας για να σας παρουσιάσουν τη νέα συσκευασία και να απαντήσουν στις ενδεχόμενες ερωτήσεις σας.

Θέλουμε να σας ευχαριστήσουμε για την υποστήριξή σας όλα αυτά τα χρόνια η οποία κι ευελπιστούμε ότι θα συνεχιστεί, καθώς εγκαινιάζεται μια νέα εποχή με την υιοθέτηση της διεθνούς ονομασίας του προϊόντος μας: **IMMUVIT**. Το λογότυπό μας (όπως εμφανίζεται ανωτέρω) και η αναγραφή «Original Swiss Formula» θα συνεχίσουν να εμφανίζονται στις νέες μας συσκευασίες και αυτό θα είναι για σας η εξασφάλιση ότι το προϊόν περιέχει τη γνήσια σύνθεση της Rueckert Pharmaceutical Company – αυτή που κέρδισε την εμπιστοσύνη και υποστήριξή σας τα τελευταία είκοσι χρόνια.

Με εκτίμηση,



Dr. Karl-Heinz Rueckert
Πρόεδρος ΔΣ

Tel: 305.865.2919 Fax: 305.865.1538
www.rueckertpharmaceutical.com

PHARMA CENTER, 8 χρόνια στην αγορά του φαρμακείου

Η PHARMA CENTER ιδρύθηκε το 2003, με στόχο να συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη του σύγχρονου φαρμακείου, καλύπτοντας τα κενά για πρωτοποριακά προϊόντα υγείας, φροντίδας και ομορφιάς.

Αντιπροσωπεύει την **Health Aid - Vitamin Supplements**, μία από τις πρώτες εταιρείες παραγωγής Συμπληρωμάτων Διατροφής στην Αγγλία, που με έδρα το Λονδίνο, διαθέτει τα προϊόντα της σε 50 χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής. Με 30 χρόνια εμπειρίας, η σειρά Health Aid προσφέρει λύσεις που ταιριάζουν απόλυτα στο σύγχρονο τρόπο ζωής και περιλαμβάνει περισσότερα από 150 προϊόντα: βιταμίνες, μέταλλα, αντιοξειδωτικά, συνδυασμούς συμπληρωμάτων, τιτλοδοτημένα βότανα & φυσικά καλλυντικά.

Τα Health Aid καθιερώθηκαν γιατί ξεχωρίζουν για την ποιότητα, τη μοναδικότητα και τις πρωτοποριακές συνθέσεις, που είναι αποτέλεσμα εκτεταμένης επιστημονικής έρευνας επιστημόνων φυτοφαρμακολογίας & διατροφής. Η PHARMA CENTER στεγάζεται σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στη Γλυφάδα και αποτελεί πρότυπο κέντρο εμπορίας Συμπληρωμάτων Διατροφής. Συνεργάζεται απευθείας με 5.000 Φαρμακεία και με όλες τις Φαρμακαποθήκες. Καλύπτει πανελλαδικά το 90% των Φαρμακείων, με προϊόντα ασφαλή στη χρήση τους και με εγγυημένη αποτελεσματικότητα, στηρίζοντας με την εμπορική πολιτική της τη μελλοντική ανάπτυξη του ελληνικού φαρμακείου.



Η ISO – PLUS χορηγός στην πρώτη σειρά σεμιναρίων Συνεχιζόμενης Εκπαίδευσης και Ενημέρωσης Φαρμακοποιών



Η ISO – PLUS, πιστή στο όραμά της για επιστημονική και έγκυρη ενημέρωση, ήταν μέγας χορηγός στην πρώτη σειρά σεμιναρίων με σκοπό την Εκπαίδευση και Ενημέρωση των Φαρμακοποιών, που έγινε το Σάββατο 7 Μαΐου, στην Πάτρα. Τα

σεμινάρια είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας του Τμήματος Φαρμακευτικής του Πανεπιστημίου Πατρών και της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ Επαγγελματιών Υγείας, και σκοπό έχουν την επιστημονική αλλά και πρακτική κατάρτιση των φαρμακοποιών σε θέματα που άπτονται καθημερινά προβλήματα, αλλά και θέματα στρατηγικής διαχείρισης του σύγχρονου ελληνικού φαρμακείου.

Το πρώτο σεμινάριο επικεντρώθηκε στις προδιαγραφές και τις δυνατότητες των συμπληρωμάτων διατροφής, ένα θέμα που ανέπτυξε εκτενέστατα η επίκουρος καθηγήτρια Φ. Λάμαρη. Στη συνέχεια, ο Π. Κασαρτζιάν, φαρμακοποιός και Χημικός φαρμάκων, ανέλυσε καίρια θέματα όπως η συμβουλευτική υγείας και η συνδυαστική πώληση, τα θεραπευτικά πρωτόκολλα και συνεργικοί μηχανισμοί, ενώ παρουσίασε στους παρευρισκομένους φαρμακοποιούς και μια ολοκληρωμένη θεραπευτική προσέγγιση. Με την παρουσία του τίμησε την εκδήλωση ο καθηγητής κ. Π. Κορδοπάτης, ο οποίος προλόγισε το σεμινάριο, ενώ στο τέλος απάντησε και σε ερωτήσεις των φαρμακοποιών.

Η επιτυχημένη σειρά σεμιναρίων συνεχίστηκε και στις 4 Ιουλίου, με θέματα όπως: Υπηρεσίες και Φαρμακείο, Διεπιστημονικές Συνεργασίες και Πρωτόκολλα επικοινωνίας Φαρμακοποιού – Ασθενή.

Πρόγραμμα διαδικτυακής επικοινωνίας φαρμακοποιών από τον Πανελλήνιο Φαρμακευτικό Σύλλογο



Με γνώμονα την περιφερειακή ανάπτυξη σε θέματα εκπαίδευσης και ενημέρωσης, ξεκίνησε το μεγαλεπήβολο πρόγραμμα του Πανελλήνιου Φαρμακευτικού Συλλόγου για τη δημιουργία ιστοσελίδων σε 31 περιφερειακούς φαρμακευτικούς συλλόγους, ενισχύοντας τους πιο απομακρυσμένους γεωγραφικά. Στόχοι του προγράμματος είναι:

- Η επιστημονική ενημέρωση και συνεχής εκπαίδευση των φαρμακοποιών ως επαγγελματιών υγείας,
- Η ενίσχυση του κοινωνικού και συμβουλευτικού ρόλου των φαρμακοποιών.
- Η πληρέστερη και αρτιότερη δυνατή ενημέρωση του ευρύτερου κοινού για την πρόληψη και την αντιμετώπιση θεμάτων υγείας και φροντίδας.

Μέσα από αυτές τις ιστοσελίδες θα επικοινωνούνται και προγράμματα του Πανελλήνιου Φαρμακευτικού Συλλόγου, αλλά και των τοπικών φαρμακευτικών συλλόγων, που αφορούν στη «Φροντίδα Υγείας από τα Φαρμακεία».

Με αυτό τον τρόπο μπορεί να επιτευχθεί:

- Η δημιουργία πρωτοκόλλων παροχής υπηρεσιών πρόληψης από το φαρμακείο.
- Η δημιουργία στα φαρμακεία, συστήματος για την παρακολούθηση προγράμματος εξετάσεων - εμβολιασμών ανά πολιτη.

Το πρόγραμμα e-**rmis** υλοποιείται με την ευγενική χορηγία της εταιρείας **PFIZER HELLAS**.

Πρόγραμμα επιστημονικής και επιχειρηματικής κατάρτισης

Το Pharma Academy της *Johnson & Johnson Hellas* είναι ένα εξειδικευμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για την κατάρτιση του φαρμακοποιού που συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιστημονικής και επιχειρηματικής του γνώσης.



Το φαρμακείο βρίσκεται σήμερα σε μία δίνη αλλαγών. Σε ένα περιβάλλον ασάφειας ο Φαρμακοποιός αισθάνεται τις προκλήσεις και τις απαιτήσεις για αλλαγή του ρόλου του. Όπως σε κάθε κρίση, εκτός από προβλήματα, είναι σημαντικό να εντοπίζουμε και να αξιοποιούμε τις ευκαιρίες, με αιχμή τον χώρο της «αυτοθεραπείας» και των ΜΗΣΥΦΑ, αλλά και της Προσωπικής Περιποίησης.

Η **Johnson & Johnson** βρίσκεται στο πλευρό του Φαρμακοποιού και διοργανώνει το Pharma Academy, ένα πρακτικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα με σεμινάρια επιστημονικής και επιχειρηματικής θεματολογίας.

Μετά την επιτυχημένη ολοκλήρωση 2 κύκλων σεμιναρίων, ο **3ος κύκλος** θα πραγματοποιηθεί το **Φθινόπωρο του 2011**. Η θεματολογία περιλαμβάνει:

- α. Διακοπή Καπνίσματος; Η συμβουλή του φαρμακοποιού μπορεί να κόψει τη συνήθεια
- β. Τριχόπτωση: οι θεραπείες που ανεβάζουν την αυτοπεποίθηση των πελατών σας
- γ. Το ανθρώπινο δυναμικό ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο Φαρμακείο.

Το αναλυτικό πρόγραμμα των σεμιναρίων θα αναρτηθεί στην ιστοσελίδα www.pharma-academy.gr

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με τον συνεργάτη της **Johnson & Johnson** της περιοχής σας ή να καλέσετε στο 210-6875623 (Κα. Μαρκάκη).

Η γνώση οδηγεί την ανάπτυξη.

Σειρά Aveeno® Baby για την ευαίσθητη βρεφική επιδερμίδα

Η βρεφική επιδερμίδα είναι λόγω φυσιολογίας λεπτότερη από αυτή ενός ενήλικα και κατά συνέπεια πολύ πιο ευαίσθητη και εύθραυστη.

Για το λόγο αυτό τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται για την περιποίησή της επιβάλλεται να είναι ήπια και απαλά.

Η Aveeno, πρωτοπόρος στην επιστήμη των φυσικών ενεργών συστατικών, ενσωμάτωσε τις ευεργετικές ιδιότητες της βρώμης σε μία σειρά για την περιποίηση της ευαίσθητης βρεφικής επιδερμίδας. Η βρώμη είναι γνωστή για τις καθαριστικές, καταπραυντικές αλλά και ενυδατικές της ιδιότητες, ακόμα και στην επιδερμίδα με τάση για ατοπική δερματίτιδα.

Το 2011, η σειρά **Aveeno® Baby** επαναλανσάρεται ακόμα πιο κατάλληλη για την ευαίσθητη βρεφική επιδερμίδα. Χωρίς Parabens και περιττά αρώματα, προσφέρει μία ολοκληρωμένη σειρά βρεφικής περιποίησης, κατάλληλη ακόμα και για νεογέννητα.

Η σειρά διαθέτει προϊόντα για τον καθαρισμό και την ενυδάτωση της βρεφικής επιδερμίδας, καθώς και την κρέμα συγκάμματος που προστατεύει από τους ερεθισμούς της πάνας και φροντίζει τα μωρά με τη δύναμη της βρώμης!

Από την Johnson & Johnson



ΝΕΑ σειρά ECO-BIO BABY & KIDS από την ΑΡΙΒΙΤΑ



Η νέα σειρά πιστοποιημένων βιολογικών - οικολογικών προϊόντων **ECO-BIO BABY & KIDS**, δημιουργήθηκε με απόλυτο σεβασμό στην ευαίσθητη βρεφική και παιδική επιδερμίδα, στη φύση και το περιβάλλον και φέρει την Πιστοποίηση ICEA (παγκόσμια αναγνωρισμένος φορέας πιστοποίησης bio-eco προϊόντων, αριθμός πιστοποίησης 107 BC 039 - 107 BC 044).

Τα προϊόντα περιέχουν ήπιους καθαριστικούς παράγοντες φυτικής προέλευσης, βιολογικά εκχυλίσματα φυτών και αιθέρια έλαια, βιολογικό εκχύλισμα μελιού, πρωτεΐνες σιταριού και αντί νερού βιολογικό έγχυμα καλέντουλας ή χαμομηλιού. Χωρίς sles, σαπούνι, parabens, συνθετικά χρώματα, αιθανολαμίνη, φθαλικά, πολυκυκλικά, νιτρομάσκες, γλουτένη, προπυλενογλυκόλη και σιλικόνες.

Πρόκειται για μια σειρά 5 προϊόντων

- ΚΡΕΜΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ, ΜΕ ΚΑΛΕΝΤΟΥΛΑ & ΘΞΙΔΙΟ ΤΟΥ ΨΕΥΔΑΡΓΥΡΟΥ, για ερεθισμούς και κοκκινίλες, κατάλληλη μετά από αλλαγή κάθε πάνας.
- ΛΑΔΙ ΦΥΣΙΚΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΜΕ ΛΕΒΑΝΤΑ & ΚΑΛΕΝΤΟΥΛΑ, Λάδι περιποίησης που ενυδατώνει σε βάθος την επιδερμίδα.
- ΣΑΜΠΟΥΑΝ & ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ ΜΕ ΚΑΛΕΝΤΟΥΛΑ & ΜΕΛΙ
- ΣΑΜΠΟΥΑΝ ΜΕ ΧΑΜΟΜΗΛΙ & ΜΕΛΙ.
- ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ ΜΕ ΛΕΒΑΝΤΑ & ΜΕΛΙ.

HYBRALBA

Ενυδάτωση με Νεαρούς Βλαστούς Βρώμης Rhealba®

Τα Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA, εμπνευσμένα από τη φυσιολογία των Νεαρών Βλαστών της Βρώμης Rhealba® σχεδίασαν μια νέα γενιά ενυδατικών προϊόντων με στόχο να προσφέρουν στο δέρμα σας μια νέα κίνηση ενυδάτωσης και προστασίας: **HYBRALBA** με Νεαρούς Βλαστούς Βρώμης Rhealba®.

Βασισμένη σε ένα αποκλειστικό και καινοτόμο φυτικό σύμπλοκο, 100% φυσικό, τη Rhealbose, η ενυδατική σειρά HYBRALBA χαρίζει στο δέρμα τη μοναδική ικανότητα να αποκαθιστά την ισορροπία του σε νερό και να προστατεύεται από το καθημερινό κλιματικό στρες.

Σχεδιασμένα αποκλειστικά για τα εύθραυστα και ευαίσθητα αφυδατωμένα δέρματα, τα προϊόντα της σειράς HYBRALBA διατίθενται σε δύο ευχάριστες υφές, με δροσερό και

φινό άρωμα. Η HYBRALBA Crème Hydratante Riche με κρεμώδη υφή που χαρίζει εξαιρετική άνεση στο ξηρό δέρμα και η HYBRALBA Crème Hydratante Légère με ελαφριά υφή, δροσερή και μη λιπαρή για το κανονικό προς μικτό δέρμα. Τα προϊόντα της σειράς HYBRALBA χαρίζουν ενυδάτωση που διαρκεί και προστατεύουν το δέρμα από το καθημερινό κλιματικό στρες (κρύο, αέρας, ήλιος, ρύπανση).

Από την Pierre Fabre Hellas



Ταχύτητα, Ενημέρωση, Ανάπτυξη, Χαμηλό κόστος.



Sales
Pharma

Όποιος και αν είναι ο στόχος σας, ένα πρωτοποριακό δίκτυο συνεργασιών υποστηρίζει κάθε σας προσπάθεια.

Ιατρική ενημέρωση

Πωλήσεις
σε φαρμακεία

Πωλήσεις μέσω
τηλεφωνικής επικοινωνίας

Προώθηση πωλήσεων
σε φαρμακεία

Πρόγραμμα
γρήγορης κάλυψης

Merchandising
σε φαρμακεία

Επικοινωνήστε μαζί μας στο **801117600**
και ενημερωθείτε αναλυτικά για τις μοναδικές
υπηρεσίες μας ή στο site μας

www.salespharma.gr



PHYSIOGEL® A.I. Protect SPF 27 Ενυδάτωση, αντιερεθιστική δράση και αντηλιακή προστασία

Επειδή η ξηρή, ευαίσθητη ή ερεθισμένη επιδερμίδα έχει μεγαλύτερη ανάγκη από εντατική φροντίδα και προστασία από τον ήλιο και τις καθημερινές επιθέσεις του περιβάλλοντος...

Όπως και τα υπόλοιπα προϊόντα της σειράς PHYSIOGEL®, η **PHYSIOGEL® A.I. Protect SPF 27**, δημιουργήθηκε με βάση την τεχνολογία δερμοανάλωγων DMS® και περιέχει PEA με δράση κατά των ελευθέρων ριζών και των ερεθισμών. Η προστατευτική της δράση όμως ενισχύεται ακόμα περισσότερο, χάρη στο συνδυασμό δύο ευρέως φάσματος φωτο-προστατευτικών φίλτρων, Tinosorb S και Διοξειδίου του Τιτανίου, που προσφέρουν προστασία κατά της UV ακτινοβολίας.

Μη φαγεσωρογόνος, ανθεκτική στο νερό και τον ιδρώτα, χωρίς άρωμα, χρωστικές, συντηρητικά, κατάλληλη και σαν βάση μακιγιάζ, η PHYSIOGEL® A.I. Protect SPF 27 προστατεύει από τη διαδικασία πρόωρης γήρανσης, το κοκκίνισμα της επιδερμίδας και την τάση για κνησμό.

Από την Stiefel a GSK company

NEO DERCOS AMINEXIL PRO Εντατική αγωγή 3πλής δράσης ενάντια στην τριχόπτωση -72%* ΣΤΗΝ ΤΡΙΧΟΠΤΩΣΗ



* Κλινική μελέτη 118 άτομα

1. ΝΕΑ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕ ΑΡΓΙΝΙΝΗ + ΝΕΟ ΑΠΛΙΚΑΤΕΡ, ενεργοποιεί τη μικροκυκλοφορία.
2. AMINEXIL® κατά της τριχόπτωσης, διεγείρει και σταθεροποιεί τη ρίζα.
3. SP94, ενισχύει την τρίχα. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΟΔΕΙΓΜΕΝΗ ΥΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟΥ

3 Νοσοκομεία: Ρώμη, Γένοβα, Μπολόνια, 3 Μήνες διάρκεια.

ΑΥΣΤΗΡΕΣ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΕΣ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ: ΟΡΓΑΝΟΜΕΤΡΙΚΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΙΣ

1. TrichoScan, για την πυκνότητα και τη διάμετρο της τρίχας.
2. Pull Test, για τη μέτρηση της τριχόπτωσης.

Η ΝΕΑ σύνθεση του **DERCOS AMINEXIL PRO** είναι αποτέλεσμα 25 χρόνων έρευνας και αποτελεί πραγματική επανάσταση στην καταπολέμηση της τριχόπτωσης.

Διπλή δράση ενεργοποίησης της μικροκυκλοφορίας:

1. ΑΡΓΙΝΙΝΗ για τη διέγερση της μικροκυκλοφορίας στη ρίζα της τρίχας, ενώ παράλληλα ευνοεί τη μεταφορά απαραίτητων θρεπτικών συστατικών για την ανάπτυξη του βολβού.
2. ΝΕΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΑΠΛΙΚΑΤΕΡ, εργονομικό από λευκό χαλκό, ειδικά σχεδιασμένο για στοχευόμενη εφαρμογή και μεγαλύτερο αποτέλεσμα μασάζ.

Διατίθεται σε ειδική σύνθεση για Άνδρες και Γυναίκες, σε συσκευασία με 12 αμπούλες και σε συσκευασία προσφοράς 12 +18 αμπούλες δώρο.

NOVALOU BABY CARE & NOVALOU SUN CARE



Η παιδική δερμοκαλλυντική σειρά NOVALOU, προτείνει προϊόντα καθημερινής περιποίησης και φροντίδας, ειδικά σχεδιασμένα και μελετημένα για τις ποικίλες ανάγκες του δέρματος του βρέφους και του παιδιού. Τα προϊόντα NOVALOU καθαρίζουν χωρίς να ερεθίζουν και να ξεραίνουν την επιδερμίδα,

δεν επηρεάζουν τη φυσιολογική χλωρίδα του δέρματος και με τους φυσικούς αντιμικροβιακούς παράγοντες που περιέχουν, συντελούν στην αποφυγή μικροβιακών και μυκητιασικών μολύνσεων.

Τα προϊόντα της σειράς **NOVALOU BABY CARE & NOVALOU SUN CARE** είναι:

- NOVALOU BABY BATH, απαλό αφρόλουτρο.
- NOVALOU BABY SHAMPOO, απαλό σαμπουάν.
- NOVALOU BABY PROTECTIVE CREAM, προστατευτική και αδιάβροχη κρέμα, για την καθημερινή περιποίηση της μηρογεννητικής περιοχής, με κάθε αλλαγή πάνας.
- NOVALOU BABY BODY MILK, ενυδατικό υδρογαλάκτωμα καθημερινής φροντίδας.
- NOVALOU BABY SUN CARE CREAM SPF30, αντηλιακή κρέμα προσώπου και σώματος υψηλής προστασίας για βρέφος και παιδιά, με φυσικά αντηλιακά φίλτρα.
- NOVALOU FAMILY SUN CARE MILK SPF50+ αντηλιακό γαλάκτωμα προσώπου και σώματος πολύ υψηλής προστασίας για όλη την οικογένεια, με φωτοσταθερά φίλτρα νέας τεχνολογίας.

Όλα τα προϊόντα της σειράς είναι υποαλλεργικά, δερματολογικά ελεγμένα, χωρίς χρώμα και parabens.

Από την Medispes



Brainvit[®] της HealthAid Δυνατή μνήμη & υψηλές πνευματικές επιδόσεις!

Σύμπλεγμα βιταμινών Β, μέταλλα, αμινοξέα, συνένζυμο Q10, φωσφατιδυλική σερίνη & βότανα

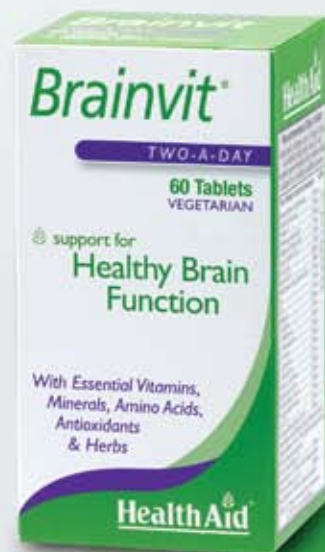
Πλήρης συνδυασμός με επιλεκτικά συστατικά για την διατήρηση της υγιούς λειτουργίας του εγκεφάλου, επιδρούν ευνοϊκά στην μνήμη & την συγκέντρωση, αυξάνουν την πνευματική ενέργεια, την ταχύτητα σκέψης & την διαύγεια πνεύματος.

✿ Απαραίτητο σε μεσήλικες & ηλικιωμένους, προλαμβάνει την εξασθένηση της μνήμης από ασθένειες όπως η γεροντική άνοια & το Αλτσχάιμερ.

✿ Για αυτούς που ο τρόπος ζωής απαιτεί το μέγιστο της πνευματικής απόδοσης, του σφρίγγους & της ευεξίας του εγκεφάλου για άριστα αποτελέσματα.

✿ Κατάλληλο για μαθητές & φοιτητές στη περίοδο των εξετάσεων, βελτιώνει την ικανότητα για απομνημόνευση & ενισχύει την διαύγεια της σκέψης, ενώ το σύμπλεγμα των βιταμινών Β μειώνει το στρες και τονώνει την καλή διάθεση.

HEALTH AID LTD – Harrow, London, England / ΕΟΦ: 22129/09



PHARMA CENTER
Υγεία·Φροντίδα·Ομορφία

Τηλ.: 210 9604511
www.pharmacenter.gr

HealthAid[®]
VITAMIN SUPPLEMENTS

HYALURONIC-C καινοτομία στην αντιγήρανση από τη FROÏKA



Η εταιρεία FROÏKA κυκλοφορεί τη νέα σειρά αντιγηραντικών κρεμών **HYALURONIC-C**. Η δράση τους οφείλεται στον τριπλό συνδυασμό των μορίων υαλουρονικού οξέος, βιταμίνης C και βιοενεργών πεπτιδίων, η συνεργιστική δράση των οποίων έχει σαν αποτέλεσμα:

- Μείωση στις ρυτίδες και στις ρυτίδες έκφρασης
- Ανάπλαση και σύσφιξη του δέρματος
- Λάμψη και χρωματική ομοιομορφία στο δέρμα

Η HYALURONIC-C micro, κρέμα αντιγήρανσης κατάλληλη για κανονικά και λιπαρά δέρματα. Παρέχει παράλληλα αντιηλιακή προστασία, μέγιστη στην UVA που είναι υπεύθυνη για τη γήρανση του δέρματος.

Η HYALURONIC-C EYES έχει δράση ενάντια στις ρυτίδες, στους μαύρους κύκλους, στις σακούλες κάτω από τα μάτια και στις ρυτίδες έκφρασης.

Η HYALURONIC-C MATURE έχει ενισχυμένη λιπαρή φάση, εμπλουτισμένη με ισοφλαβόνες και είναι κατάλληλη σε ώριμα δέρματα ή δέρματα με πολύ έντονη ξηρότητα, ατροφία ή απώλεια κολλαγόνου.

Οι αντιγηραντικές κρέμες HYALURONIC-C παρέχουν αντιοξειδωτική προστασία, προστασία κατά της γλυκοζυλίωσης, ισχυρή ενυδάτωση και αντιερεθιστική δράση. Έχουν άριστη μη λιπαρή υφή, κατάλληλη σαν βάση μακιγιάζ και καθόλη τη διάρκεια εφαρμογής τους προσφέρουν ένα ευχάριστο αίσθημα φρεσκάδας και άνεσης.

Η Αναγεννημένη PHYTO

Ο γαλλικός όμιλος **ALES GROUPE** με τη μάρκα **PHYTO**, πρωτεργάτη στη φυτική κοσμητολογία και διεθνή πρωταγωνίστρια στη φροντίδα μαλλιών, αποφάσισε να επενδύσει δυναμικά για να ενισχύσει τον τομέα της Τεχνικής Ομορφιάς Μαλλιών στο Φαρμακείο.

Η επένδυση στην αναγεννημένη PHYTO περιλαμβάνει μια εκτεταμένη αλλαγή σε 6 βασικούς άξονες:

- Νέα συσκευασία
- Νέο merchandising
- Νέα επικοινωνία & λογότυπο
- Νέα καινοτόμα προϊόντα
- Προώθηση & Διαφήμιση
- Υπηρεσίες εκπαίδευσης



Η νέα, αναδιοργανωμένη και καινοτόμος τμηματοποίηση της PHYTO βασίστηκε στις ανάγκες και τις συνήθειες των καταναλωτών και σκοπό έχει να ευνοήσει την αυθόρμητη πώληση και το self-service, να προσελκύσει στο φαρμακείο τον καταναλωτή άλλων καναλιών και να αυξήσει τις πωλήσεις του φαρμακείου.

Η νέα PHYTO σηματοδοτεί την κερδοφόρο προοπτική του Τομέα Φροντίδας Μαλλιών στο Φαρμακείο, προσφέροντας την ευκαιρία στον Φαρμακοποιό για περαιτέρω ανάπτυξη της επιχειρησής του.

Green Nature από την Escarelle Cosmetics

Η Escarelle Cosmetics, για άλλη μια φορά έχει τη χαρά να εισάγει ένα νέο εμπορικό σήμα στα φαρμακεία. Πρόκειται για μια σειρά από έξι κρέμες, με πατέντα Aloe Vera ή Coconut με Q10.

Η σειρά περιλαμβάνει:

- Κρέμα χεριών ή ποδιών (125ml)
- Κρέμα σώματος (250ml)
- Αφρόλουτρο (250ml)
- Απολέπιση σώματος (200ml)
- Γαλάκτωμα σώματος (250ml)



Τα προϊόντα της σειράς διατίθενται μεμονωμένα ή σαν σετ. Το σετ περιλαμβάνει συσκευασία δώρου, τσάντα με επιπλέον σαπούνι και lirozon.

Η Escarelle Cosmetics βασίζει τις συνεργασίες της με τα φαρμακεία στην εμπιστοσύνη και την ακεραιότητα.

Baby Cream της Frezyderm, Μεγαλύτερη ποσότητα, ίδια τιμή!

Η δημοφιλής **Baby Cream της Frezyderm...** μεγάλωσε!!!

Η αγαπημένη κρέμα περιποίησης της σειράς Baby Line της Frezyderm, τώρα κυκλοφορεί σε μεγαλύτερο μέγεθος, σε συσκευασία των 175 ml, διατηρώντας όμως την ίδια τιμή με αυτή στα 125 ml. Η Baby Cream είναι μια απαλή, προστατευτική και αδιάβροχη κρέμα καθημερινής περιποίησης της μηρυγεννητικής περιοχής μετά την αλλαγή της πάνας, που περιέχει χαμομηλέλαιο με αντιφλογιστική και καταπραυντική δράση, πανθενόλη για ανάπλαση της επιδερμίδας και επούλωση και οξείδιο του ψευδαργύρου με αντισηπτική και αδιαβροχοποιητική δράση.





«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

PRO-ACTIVE LIQUID COLLAGEN

Τώρα το κολλαγόνο... πίνεται!

Υδρολυμένο
κολλαγόνο σε υγρή,
πόσιμη μορφή

Το **Pro-Active Liquid Collagen** είναι ότι πιο καινοτόμο στην τεχνολογία του κολλαγόνου.

Ανασυνθέτει τους χόνδρους των αρθρώσεων, τονώνει και αναζωογονεί το δέρμα, δυναμώνει μαλλιά και νύχια και βελτιώνει τη διαχείριση σωματικού λίπους / βάρους.

Συνίσταται:

α) στον τομέα της υγείας: σε ανθρώπους με αρθρικά προβλήματα, υπέρβαρους, αθλητές.

β) στον τομέα της κοσμετολογίας: σε όσους επιθυμούν να ανανεώσουν την επιδερμίδα τους, να δυναμώσουν τα μαλλιά και τα νύχια τους, δηλαδή στον κάθε σύγχρονο άνθρωπο που προσέχει τόσο την εξωτερική του εμφάνιση, όσο και την εσωτερική του ευεξία.

Είναι εύληπτο, αποτελεσματικό και χωρίς παρενέργειες.



Εισάγεται συσκευασμένο από την Αγγλία από την Human Potential

RE-CODE[®], για αποτελεσματικό αδυνάτισμα

Με μεγάλη επιτυχία παρουσιάζεται στην Ελλάδα η παγκόσμια πατέντα του συμπληρώματος διατροφής **re-code[®]**, που αντιμετωπίζει το αδυνάτισμα και την ορμονική ισορροπία σε γυναίκες άνω των 30 ετών, δρώντας στη ρίζα του προβλήματος, δηλαδή τη μείωση των οιστρογόνων μετά τα 30 και όχι στα συμπτώματά του.

Η σημαντική του αξία έγκειται στην εξισορρόπηση των απορυθμισμένων ορμονών και των χαμένων οιστρογόνων στις γυναίκες μετά την ηλικία των 30 ετών, με την προσθήκη μη μεταλλαγμένων φυτοοιστρογόνων στον οργανισμό και άλλων φυτικών συστατικών που συμβάλλουν στην αποτοξίνωση, βελτίωση του γαστρεντερολογικού συστήματος, την αντιγήρανση και βέβαια την απώλεια βάρους.

Άξιο να σημειωθεί είναι πως η κα. Ελένη Πετρούλακη, μοναδική και καταξιωμένη στο χώρο της γυμναστικής και σωστής διατροφής, προβάλλει με πλήθος ενεργειών τις αποτελεσματικές ιδιότητες του re-code[®] για την αποκατάσταση και εξισορρόπηση των χαμένων οιστρογόνων στο γυναικείο οργανισμό.



*Σε επιλεγμένα φαρμακεία σε όλη την Ελλάδα
από την Corcom-Innovenne*

Η Pfizer Nutrition

φροντίζει τα πρόωρα βρέφη, με τη φόρμουλα S26 PDF

Η Pfizer Nutrition, αναγνωρίζοντας τις ειδικές ανάγκες των πρόωρων βρεφών, τόσο στο νοσοκομείο όσο και μετά την έξοδό τους από αυτό, σχεδίασε τη διατροφικά πλήρη φόρμουλα S26 PDF. **Η φόρμουλα S26 PDF**, η οποία έχει διαμορφωθεί επιστημονικά σύμφωνα με τις τελευταίες συστάσεις από τους ειδικούς, παρέχει 72 kcal/100 ml. Είναι ειδικά σχεδιασμένη για να καλύπτει τις αυξημένες διατροφικές ανάγκες του νεογνού και να βοηθά στην ανάπτυξή του και στην ομαλή αύξηση του βάρους του. Έτσι παρέχει περισσότερη ενέργεια, σε σχέση με μία φόρμουλα για τελειόμνηνα, περιέχει υψηλότερα επίπεδα πρωτεΐνης και είναι εμπλουτισμένη με ενισχυμένα επίπεδα βασικών βιταμινών και ιχνοστοιχείων, όπως ασβέστιο, φώσφορος, ψευδάργυρος, σίδηρος, βιταμίνη E και μαγνήσιο.



Μέχρι ο γιατρός που παρακολουθεί το βρέφος, να καθορίσει πότε είναι έτοιμο να μεταβεί σε μία φόρμουλα για τελειόμνηνα, το S26 PDF συμβάλλει σύμφωνα με επίσημα βιβλιογραφικά δεδομένα, στη βελτίωση της γαστρεντερικής λειτουργίας, της νεφρικής λειτουργίας, της επιμετάλλωσης των οστών και της νοπτικής ανάπτυξης του βρέφους.

Με σχεδόν 100 χρόνια εμπειρίας στη βρεφική διατροφή, στην Pfizer Nutrition η βασική μας οδηγία είναι να παρέχουμε την υψηλότερης ποιότητας βρεφική διατροφή με τα υψηλότερα standards και είμαστε αφοσιωμένοι στην υγεία των ευαίσθητων πρόωρων νεογνών. Παραμένοντας πιστοί στην κλινική δέσμευσή μας για την ανάπτυξη της βέλτιστης διατροφής για τα πρόωρα νεογνά, κάθε συστατικό των προϊόντων μας - από τα στοιχεία της φόρμουλας έως τη συσκευασία - είναι ελεγμένα εκτεταμένως πριν, κατά και μετά την παραγωγή.

Απολύτως Ωφέλιμα για την υγεία όλων μας

369

Γι' αυτό η Power Health... συγκέντρωσε και τα τρία πολύτιμα Ωμέγα σε ένα προϊόν.

Το Omega Plus περιέχει τα Ωμέγα 3, 6 και 9 πολυακόρεστα λιπαρά οξέα, από τις καλύτερες φυσικές πηγές τους. Ο ειδικός αυτός συνδυασμός αποδεικνύεται εξαιρετικά ευεργετικός για την υγεία μας και την καλή λειτουργία του οργανισμού μας, αφού:

- Συμβάλλει στην καλή λειτουργία της καρδιάς
- Βοηθάει στη ρύθμιση της χοληστερίνης
- Υποστηρίζει την πνευματική δραστηριότητα
- Ενισχύει τη μνήμη



Omega Plus

Συμπλήρωμα διατροφής.
Αρ. Γνωστ. ΕΟΦ: 80862-20/12/06
Δεν υποκαθιστά μια ισορροπημένη διατροφή.

Power
HEALTH





1991 - 2011

20 χρόνια δίπλα σας

Φροντίζοντας πάντα να είμαστε στην κορυφή,
έτοιμοι να σας εξυπηρετήσουμε κάθε στιγμή

- με κορυφαία προϊόντα για κάθε τραύμα
- στις καλύτερες τιμές της αγοράς

20
ΧΡΟΝΙΑ
ΜΑΖΙ



ΚΟΡΡΕΣ

Συμπληρώματα διατροφής με βιταμίνες & ελληνικά βότανα

Νέα σειρά αποτελεσματικών και ασφαλών Συμπληρωμάτων Διατροφής της ΚΟΡΡΕΣ με ελληνικά βιολογικά βότανα, θεραπευτικά βότανα, φυσικές πρώτες ύλες και βιταμίνες – χωρίς συνθετικά συντηρητικά, συνθετικές χρωστικές και βελτιωτικά γεύσης, βασισμένη στην εμπειρία από τη θεραπευτική χρήση των βοτάνων στο φαρμακείο και στην επιστημονική έρευνα.

Η σειρά περιλαμβάνει εννέα [9] Συμπληρώματα Διατροφής:

Καρδιαγγειακό / Κυκλοφορικό

- THE OMEGA FORMULA / Συμπλήρωμα Διατροφής με Ω3, Ω6 & Ω9 Λιπαρά Οξέα

Γυναίκα / Ισορροπία

- THE WOMEN'S WELLBEING FORMULA / Συμπλήρωμα Διατροφής με Ισοφλαβόνες Σόγιας, Α-Λινολενικό Οξύ, Ασβέστιο & Βιταμίνες

Τριχόπτωση

- THE WOMEN'S HAIR FORMULA / Συμπλήρωμα Διατροφής με Σιτέλαιο, L-Κυστίνη, L-Μεθειονίνη & Βιταμίνες
- THE MEN'S HAIR FORMULA / Συμπλήρωμα Διατροφής με Equisetum, L-Κυστίνη, L-Μεθειονίνη & Βιταμίνες



Διατροφή / Μεταβολισμός

- THE WEIGHT BALANCE FORMULA 100 / Συμπλήρωμα Διατροφής με Garcinia, Λουίζα, CLA & L-Carnitine



Άμυνα / Προστασία οργανισμού

- ACEROLA & VITAMIN C

Βιταμίνες / Τόνωση οργανισμού

- SPIRULINA, VITAMINS & MINERALS
- GINSENG, VITAMINS & MINERALS
- ROYAL JELLY, VITAMINS & MINERALS



Το Συμπλήρωμα Διατροφής The Weight Balance Formula 100 διατίθεται συνδυαστικά με το Spirulina, Vitamins & Minerals [ΔΩΡΟ], καθώς και το διαδραστικό Πρόγραμμα Διατροφής Weight Balance, στο πλαίσιο του Weight Balance Set – ένας «οδηγός 360°» για ισορροπημένη απώλεια βάρους.

CoQ10 120 της Health Aid, για Φυσική ενέργεια

Το **Συνένζυμο Q 10** έχει ισχυρές αντιοξειδωτικές ιδιότητες και είναι απαραίτητο για τη μετατροπή της ενέργειας των τροφών σε κυτταρική ενέργεια. Καταπολεμά τις ελεύθερες ρίζες, προστατεύει τα κύτταρα από την οξειδωση και είναι ευεργετικό για υγιή καρδιά και ανοσοποιητικό σύστημα. Ιδανικό για αυτούς που αισθάνονται συχνά αδύναμοι και κουρασμένοι, γιατί απελευθερώνει τη φυσική ενέργεια που χρειάζεται για να τονωθεί ο οργανισμός και συνιστάται να συμπληρώνει κάθε αγωγή με στατίνες, για να μη δημιουργείται έλλειψη στον οργανισμό. Διατίθεται επίσης σε συσκευασίες των 30mg & 200mg.



Από την Pharma Center A.E.

ILLA TEST, 4 ημέρες πριν

Το **ILLA TEST** είναι ένα τεστ πρώιμης διάγνωσης της εγκυμοσύνης για χρήση στο σπίτι. Είναι ένα γρήγορο τεστ βασισμένο στην ανίχνευση της ανθρώπινης χοριακής



γοναδοτροπίνης (hCG) στα ούρα,

τέσσερις ημέρες πριν την ημέρα έναρξης της περιόδου. Προκειμένου να αποδειχθεί το αυξημένο ή όχι ποσοστό της ουσίας hCG, χρησιμοποιείται συνδυασμός αντισωμάτων που περιλαμβάνει μονοκλωνικά αντισώματα κατά της hCG. Έχει πιστοποιηθεί ότι ανιχνεύει την hCG στα ούρα σε συγκέντρωση 10mIU/ml και πάνω, σύμφωνα με το 3ο διεθνές στάνταρ τυποποίησης του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας.

Χρειάζονται μόνο 3 λεπτά για να έχουμε ένα κατά 99% ασφαλές αποτέλεσμα. Κλινικές μελέτες σε 70 γυναίκες απέδειξαν την αξιοπιστία του ILLA TEST στην πρώιμη διάγνωση, σε ποσοστό πάνω από το 99% των περιπτώσεων.

Διατίθεται σε συσκευασία μονό και διπλό, αλλά και σε συσκευασία MINI (μονό), ιδιαίτερα διακριτική.

Από την Health Plus

mendor

DISCREET

Ο μετρητής σακχάρου που αλλάζει τα καθιερωμένα!



Ταιριάζει στον τρόπο ζωής μας!

Ο νέος υπερασύγχρονος, «όλα σε ένα», μετρητής των επιπέδων της γλυκόζης στο αίμα, Mendor Discreet προσφέρει έλεγχο του σακχάρου μακριά από τα αδιάκριτα βλέμματα ακόμα και σε συνθήκες ...συνωστισμού.

Εύκολα, γρήγορα, διακριτικά!

- Ενσωματωμένη φύσιγγα 25 ταινιών μέτρησης και βελόνη.
- Χωράει εύκολα στην τσέπη σας.
- Μέτρηση σε λιγότερο από 20"

mendor
DISCREET

Blood glucose meter

Leriva
Health Care

Λ. ΠΗΓΗΣ 33 & ΑΝΑΠΗΡΩΝ ΠΟΛΕΜΟΥ 6, ΜΕΛΙΣΣΙΑ
ΤΗΛ.: 210 6199886
Email: mendor@leriva.com
www.leriva.com

Νέος μετρητής σακχάρου **Mendor Discreet**



Έλεγχο μακριά από τα αδιάκριτα βλέμματα ακόμα και σε συνθήκες συνωστισμού, προσφέρει ο νέος υπερσύγχρονος, «όλα σε ένα», μετρητής σακχάρου στο αίμα.

Mendor Discreet

Δημιούργημα της φινλανδικής εταιρίας Mendor, αποτελεί την τελευταία λέξη της τεχνολογίας σε ακρίβεια, χρηστικότητα και κυρίως διακριτικότητα.

Πολύτιμη λύση για όσους αγαπούν τη δράση, ακολουθούν τους ρυθμούς της σύγχρονης ζωής, μένουν πολλές ώρες μακριά από το σπίτι και αισθάνονται ότι η ανάγκη για συχνές μετρήσεις τους απομακρύνει από τις αγαπημένες τους ασχολίες.

H εταιρεία Leriva (www.leriva.com) παρουσιάζει στην Ελλάδα τη συσκευή που κάνει τη μέτρηση... άορατη. Πρόκειται για μία και μόνη συσκευή, που περιλαμβάνει ενσωματωμένες ταινίες ελέγχου και βελόνη, και δίνει το ακριβές αποτέλεσμα με ελάχιστες κινήσεις και σε ελάχιστα δευτερόλεπτα από τη στιγμή που θα βγει από την τσέπη ή την τσάντα μέχρι τη στιγμή που θα επιστρέψει στη θέση του.

Ο Mendor Discreet ήλθε για να αλλάξει τα καθιερωμένα.



Νέα σειρά προϊόντων ακράτειας **Pharma care**

H εταιρεία Lifecare παρουσιάζει τη νέα ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων ακράτειας **Pharma care**. Η νέα μικρή τους συσκευασία δίνει τη δυνατότητα στο φαρμακείο να διαθέτει και να προβάλλει στο χώρο του προϊόντα ακράτειας με υψηλή ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.



Σήμερα που η οικονομική συγκυρία είναι δύσκολη, σας δίνουμε τη δυνατότητα να εξυπηρετήσετε στο φαρμακείο σας τους ήδη πελάτες σας που μέχρι σήμερα αγόραζαν τα προϊόντα αυτά από άλλα σημεία πώλησης και φυσικά να αυξήσετε τον τζίρο σας.

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι ότι τα προϊόντα Pharma care είναι ΕΛΛΗΝΙΚΑ.

Η σειρά αποτελείται από:

- Εσώρουχο ακράτειας με αυτοκόλλητο-Συσκευασία 10 τεμ. No 2-No 3-No 4-No 5
- Εσώρουχο ακράτειας βρακάκι-Συσκευασία 10 τεμ. Medium-Large-Xlarge
- Υποσέντονα μιας χρήσης-Συσκευασία 10 τεμ. 60 X 90-90 X 180
- Σερβιέτες ελαφρά ακράτειας-Συσκευασία 10 τεμ. Maxi

SunScape, για τη χαρά του ήλιου χωρίς κινδύνους



Η υπερβολική έκθεση στις ηλιακές ακτίνες προκαλεί γήρανση του δέρματος και εξασθένηση του ανοσοποιητικού μας συστήματος, σε ακραίες δε – όχι όμως πλέον τόσο σπάνιες – περιπτώσεις, καρκίνο του δέρματος. Ένα καλό τοπικό αντηλιακό με σωστή χρήση, μπορεί να προσφέρει πολύ ικανοποιητική προστασία από την υπεριώδη ακτινοβολία (UV-A, UV-B). Όμως, παρόλο που αυτό σπάνια ακούγεται, οι υπεριώδεις ακτίνες δεν αποτελούν παρά το μισό μόνο της επιβλαβούς ηλιακής ακτινοβολίας, ενώ το άλλο μισό αποτελείται από την ορατή μπλε ακτινοβολία.

Οι ορατές μπλε ακτίνες, όχι μόνο παράγουν ελεύθερες ρίζες εντός του δέρματος, όπως και οι υπεριώδεις, αλλά διεισδύουν βαθύτερα, δημιουργώντας κινδύνους και για τις βαθύτερες στιβάδες του δέρματος. Ευρισκόμενη συνεχώς στην πρωτοπορία της έρευνας, η Αμερικάνικη εταιρεία Συμπληρωμάτων διατροφής Nature's Plus, παρασκεύασε πρόσφατα το **SunScape**, ένα μοναδικό προϊόν σε ταμπλέτες, που αυξάνει από μέσα μας, το φυσικό δείκτη προστασίας δέρματος και ματιών και προσφέρει αυξημένη προστασία έναντι της υπεριώδους και της ορατής μπλε ακτινοβολίας. Περιέχει μόνο φυσικά συστατικά, όπως λουτεΐνη, ζεαξανθίνη, GlisODin, βρομελίνη, βήτα καροτίνη, ψευδάργυρο, βιτ. Ε, βιοτίνη κ.ά. Το SunScape δεν αντικαθιστά, αλλά συμπληρώνει το τοπικό αντηλιακό.

Από την Natural Plus A.E.



feldene® Gel

**Αντιφλεγμονώδης
& αναλγητική
δράση τοπικά
με δροσερή αίσθηση**

**ΔΕΝ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ
Ιατρική Συνταγή**

ΣΥΝΤΕΤΜΗΜΕΝΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ FELDENE® Gel 0,5% (Πιροξικάμη): ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Το FELDENE® Gel δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε ασθενείς που έχουν παρουσιάσει προηγουμένως υπερευαίσθησία προς το gel ή οποιαδήποτε δοσολογική μορφή του ροικοισαμ. Υπάρχει πιθανότητα διασταυρούμενης υπερευαίσθησίας με την ασπιρίνη και άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα. Το FELDENE® Gel δεν πρέπει να χορηγείται σε ασθενείς στους οποίους η ασπιρίνη ή άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα προκαλούν συμπτώματα άσθματος, ρινίτιδας, αγγειονευρωτικού οιδήματος ή κνιδώσεως. **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Εάν προκληθεί τοπικός ερεθισμός πρέπει να διακοπεί η χρήση του FELDENE® Gel και να εφαρμοστεί η κατάλληλη θεραπεία σύμφωνα με τις ανάγκες του ασθενούς. Το φάρμακο δεν πρέπει να εφαρμόζεται στους οφθαλμούς, στους βλεννογόνους ή σε ανοιχτές βλάβες του δέρματος ή σε οποιαδήποτε πάθηση του δέρματος που περιλαμβάνει τα σημεία εφαρμογής του gel. Εάν το φάρμακο εφαρμόζεται σε εκτεταμένες περιοχές για παρατεταμένα χρονικά διαστήματα ή αν η δοσολογία υπερβεί κατά πολύ το καθορισμένο όριο, υπάρχει η πιθανότητα εμφάνισης συστηματικών ενεργειών. Η χορήγηση πρέπει να γίνεται με προσοχή σε ασθενείς με ηπατική και νεφρική ανεπάρκεια. **Χρήση σε παιδιά:** Δεν έχουν καθορισθεί οι θεραπευτικές ενδείξεις και η δοσολογία σε παιδιά. **ΚΥΗΣΗ ΚΑΙ ΓΑΛΟΥΧΙΑ:** Παρ' όλων ότι δεν παρατηρήθηκαν τερατογόνες επιδράσεις σε πειραματόζωα, η χρήση του FELDENE® κατά τη διάρκεια της κύησης και της γαλουχίας δεν συνιστάται. Το FELDENE® αναστέλλει τη σύνθεση και απελευθέρωση προσταγλανδινών μετά από αναστρέψιμη αναστολή του ενζύμου κυκλοοξυγενάση. Το αποτέλεσμα αυτό, όπως και με τα άλλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα, έχει συνδεθεί με αυξημένη συχνότητα δυστοκίας και επιβράδυνσης του τοκετού σε πειραματόζωα στα οποία συνεχίστηκε η χορήγηση του φαρμάκου κατά το τελευταίο στάδιο της κύησης. Τα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη φάρμακα είναι γνωστό ότι διευκολύνουν την πρόωγη σύγκλιση του βοταλλείου πόρου στα έμβρυα. Δεν συνιστάται η χρήση του κατά τη διάρκεια της γαλουχίας καθώς η ασφάλειά του δεν έχει τεκμηριωθεί. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Ανεπιθύμητες ενέργειες πιθανόν σχετιζόμενες με τη θεραπεία, έχουν αναφερθεί σπανίως. Σε κλινικές μελέτες οι περισσότερες ανεπιθύμητες ενέργειες αφορούσαν ελαφρό ή μέτριο τοπικό ερεθισμό, ερύθημα, εξάνθημα, πιτυροειδή απολέπιση, κνησμό και αντιδράσεις στο σημείο εφαρμογής του FELDENE® Gel. Ελαφρός και παροδικός αποχρωματισμός του δέρματος και χρώση των εσσωρούχων έχει παρατηρηθεί σε περίπτωση που το gel επιτριβεται πλήρως στο δέρμα. Έχει αναφερθεί τοπική ξηρότητα του δέρματος και αίσθημα καύσου. Εάν το φάρμακο εφαρμόζεται σε εκτεταμένες περιοχές για παρατεταμένα χρονικά διαστήματα ή αν η δοσολογία υπερβεί κατά πολύ το καθορισμένο όριο υπάρχει δυνατότητα εμφάνισης συστηματικών ενεργειών όπως: κεφαλαγία, ζάλη, εμβόες, γαστρεντερικές διαταραχές (ναυτία, έμετοι, επιγαστρικοί και κοιλιακοί πόνοι, διάρροια) αιμορραγίες και εξελκώσεις από το πεπτικό. Αντιδράσεις υπερευαίσθησίας, υπνηλία, διανοητική σύγχυση, μελαγχολία, παραισθήσεις. Σπανίως λευκοπενία, θρομβοπενία αιματουρία, υπέρταση, υπεργλυκαιμία. Σπανιώτατα βαριά ηπατίτιδα με ίκτερο, διαταραχές όρασης και ακοής. Με βάση την εμπειρία μετά την κυκλοφορία του φαρμάκου στην αγορά έχουν αναφερθεί οι ακόλουθες δερματολογικές ανεπιθύμητες ενέργειες: δερματίτιδα εξ επαφής, έκζεμα και αντίδραση φωτοευαίσθησίας του δέρματος. **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** PFIZER HELLAS Α.Ε., Λ. Μεσογείων 243, 154 51, Ν. Ψυχικό, Τηλέφωνο: 210 6785800. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 30.06.2008. **ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** 37067/23-11-94. **ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΧΟΡΗΓΕΙΤΑΙ ΚΑΙ ΧΩΡΙΣ ΙΑΤΡΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΓΙΑ ΠΛΗΡΕΙΣ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, ΠΟΥ ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ. ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΙΜΗ (50G): 2,98€**

FELD-ADV-1-MAR2010

>update



Μαζί για έναν υγιέστερο κόσμο™

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

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

.... Ψείρες; Μην πειραματίζεστε.



Απαλλάξτε τα παιδιά από τις ψείρες που αντέχουν αλλά και τις κόνιδες, εύκολα, γρήγορα, και αποτελεσματικά...

φυσικά με Para Plus!

Το **Para plus** είναι το μοναδικό φθειροκτόνο που εξοντώνει, όχι μόνο τις ψείρες που αντέχουν, αλλά και τις κόνιδες, γιατί περιέχει τρία ενεργά συστατικά που δρουν ταυτόχρονα με διαφορετικό μηχανισμό δράσης. Έτσι οι ψείρες δεν μπορούν να αντισταθούν, αφού ένας τέτοιος συνδυασμός είναι γενετικά απρόσβλητος.

- Το Para Plus δρα γρήγορα και αποτελεσματικά. Αρκεί μόνο μια εφαρμογή, για 10 λεπτά, για να εξοντώσει τις ψείρες αλλά και τις κόνιδες, καθώς εισχωρεί και στο κέλυφος του αυγού της ψείρας.
- Το Para Plus είναι εξαιρετικά εύχρηστο. Κυκλοφορεί σε μορφή αερολύματος και διαθέτει ειδικό ρύγχος εφαρμογής, για να εξασφαλίζει τη συνεργασία του παιδιού. Δεν μυρίζει, δεν λασδώνει, και αφαιρείται εύκολα με οποιοδήποτε σαμπουάν.

Para Plus, το προϊόν που εμπιστεύονται οι περισσότερες Ελληνίδες μητέρες.

Από την Olvos Science

menolife, Ψυχική και σωματική ισορροπία στην εμμηνόπαυση



Το **menolife**, μία ακόμα μοναδική σύνθεση της Power Health, είναι ένας πολύτιμος σύμμαχος για κάθε γυναίκα που θέλει να έχει μια ισορροπημένη ζωή, γεμάτη ενέργεια και αισιοδοξία στη φάση της εμμηνόπαυσης.

Το menolife είναι ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής με ισοφλαβόνες από τριφύλλι, ασβέστιο και βιταμίνες, που προσφέρει σωματική και ψυχική ισορροπία. Απαλλάσσει

από τα δυσάρεστα συμπτώματα, καθυστερεί τη φθορά του χρόνου στο σώμα και το πρόσωπο και προσφέρει ενέργεια και ζωντάνια.

Από την Power Health

2 νέα προβιοτικά της Quest

TumBiotix, Προβιοτικά για το σύνδρομο του ευερέθιστου εντέρου (IBS).

Το προβιοτικό συμπλήρωμα TumBiotix της Quest περιέχει ένα μοναδικό συνδυασμό *L.plantarum* και *L.acidophilus*, που είναι «φιλικά» προβιοτικά γαλακτικά βακτήρια που υπάρχουν φυσιολογικά στο ανθρώπινο έντερο. Ο συνδυασμός αυτός έχει αποδειχθεί από επιστημονικές μελέτες ότι μπορεί να μειώσει τα συμπτώματα του συνδρόμου του ευερέθιστου εντέρου (IBS) και συνεπώς να προσφέρει σημαντική υποστήριξη στους πάσχοντες. Το TumBiotix βοηθά στη διατήρηση μιας ιδανικής αναλογίας προβιοτικών βακτηρίων στο έντερο, προκειμένου να συμβάλει στην υγεία και την ομαλή λειτουργία του, καθώς και στην άμυνα του οργανισμού, προστατεύοντας από την ανάπτυξη παθογόνων μικροοργανισμών στο έντερο.

Αποδίδει 2 δισεκατομμύρια *L.plantarum* & *L.acidophilus* ανά κάψουλα.



ProBiotix, Προβιοτικά για την αντιμετώπιση των συμπτωμάτων της αντιβίωσης.

Το προβιοτικό συμπλήρωμα ProBiotix της Quest περιέχει ένα μοναδικό συνδυασμό *L.bulgaricus* και *L.acidophilus*, που είναι «φιλικά» προβιοτικά γαλακτικά βακτήρια που υπάρχουν φυσιολογικά στο ανθρώπινο έντερο. Ο συνδυασμός αυτός, μπορεί σύμφωνα με μελέτες να βοηθήσει στην αποκατάσταση της χλωρίδας του εντέρου κατά τη λήψη αντιβίωσης και να μειώσει τα συμπτώματα που σχετίζονται με την αντιβίωση, όπως τη διάρροια. Τα προβιοτικά στο ProBiotix βοηθούν στη διατήρηση μιας ιδανικής αναλογίας προβιοτικών βακτηρίων στο έντερο, συμβάλλουν στην υγεία και την ομαλή λειτουργία του και στην άμυνα του οργανισμού, προστατεύοντας από την ανάπτυξη παθογόνων μικροοργανισμών στο έντερο. Αποδίδει 5 δισεκατομμύρια *L.plantarum* & *L.acidophilus* ανά κάψουλα στην παραγωγή της.

Τα Χαρακτηριστικά Σύνθεσης των 2 ανωτέρω προβιοτικών

- Στοχευμένα και επιστημονικά αποδεδειγμένα προβιοτικά συμπληρώματα
- Προσεκτικά επιλεγμένα προβιοτικά στελέχη
- Υψηλή περιεκτικότητα σε σταθερά ζωντανά βακτήρια μέσα στην κάψουλα
- Κατάλληλα για χορτοφάγους και vegans
- Αναπτύσσονται σε μη γαλακτοκομικό μέσο

Από την Douni Health Products

Όταν οι καιροί αλλάζουν και οι εξελίξεις στον κλάδο είναι ραγδαίες δεν αρκούν μεμονωμένες λύσεις...

Αύξηση Κερδοφορίας

Private Label

Ετήσιο Marketing Plan Φαρμακείου

Αναβαθμισμένο Business Plan

Αγορές σε συμφέρουσες τιμές

Στην ADVANCE η στρατηγική σχεδιάζεται αποκλειστικά από... “Advanced” **φαρμακοποιούς**, με βάση την εμπειρία μας και τη μελέτη του δυναμικού περιβάλλοντος και αντλώντας εξειδικευμένες επιχειρηματικές γνώσεις από αναγνωρισμένους φορείς. Σκοπός είναι η κάλυψη των αναγκών σας, τις οποίες γνωρίζουμε και κατανοούμε σε βάθος, διότι ...ταυτίζονται με τις δικές μας ανάγκες!

Διαφοροποίηση

Εταιρική Ταυτότητα

Card' Advantage

Ειδικές Έντυπες Εκδόσεις

Portal

Οργάνωση

Λογισμικό Διαχείρισης Φαρμακείου

Νέα αναλυτικά reports παρακολούθησης φαρμακείου

Κατηγοριοποίηση / merchandising

Στοχευμένο In – store promotion

Εκπαίδευση-eLearning

Έρευνα και ανάλυση τοπικής αγοράς



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

Νέα μορφή LEVITRA® δισκία διασπειρόμενα LEVITRA 10MG/TAB OR.DISP.TA BTX4



Η BAYER βρίσκεται στην ευχάριστη θέση να ανακοινώσει την κυκλοφορία και στην Ελλάδα του Levitra® 10mg δισκία διασπειρόμενα στο στόμα (vardenafil HCL).

Το **LEVITRA 10MG/TAB OR.DISP** είναι το πρώτο και μοναδικό δισκίο για τη θεραπεία στυτικής δυσλειτουργίας σε ενήλικες άνδρες που διαλύεται επάνω στη γλώσσα 10''-15''sec από τη λήψη του χωρίς νερό, αφήνοντας ευχάριστη γεύση (περιέχει άρωμα μέντας)!

Επιπλέον, το Levitra® 10mg δισκία διασπειρόμενα στο στόμα, έχει μία ιδιαίτερη θήκη δισκίων (blister) για περισσότερη διακριτικότητα.

Hedrin, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος απαλλαγής από τις ψείρες, γρήγορα και με ασφάλεια

Τα περισσότερα προϊόντα για την αντιμετώπιση των ψειρών, είναι εντομοκτόνα με τοξικές ουσίες και παρενέργειες. Το **Hedrin**, όμως κάνει τη διαφορά. Χάρη στην επαναστατική του σύνθεση, με βάση τη Διμεθικόνη 4% και τη μηχανική του δράση, το Hedrin καταπολεμά ψείρες και κόνιδες, αποτελεσματικά και με ασφάλεια.

Δρώντας χωρίς τη χρήση χημικών φθειροκτόνων, το Hedrin μπορεί να χρησιμοποιηθεί ξανά και ξανά, αφού οι ψείρες δεν αναπτύσσουν ανθεκτικότητα σε αυτό. Είναι το μοναδικό προϊόν κατάλληλο από την ηλικία των 6 μηνών, σε άσθμα και έκζεμα.

Άχρωμο, άοσμο, αποτελεσματικό, απλώνεται εύκολα στα μαλλιά και δε χρειάζεται χτενάκι. Διαθέσιμο σε λουσιόν και τζελ.



Από την Arriani Pharmaceuticals

Cialis tadalafil Η νέα, πρακτική λύση για την αντιμετώπιση της στυτικής δυσλειτουργίας!

Η Εταιρεία ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ Α.Ε.Β.Ε. παρουσιάζει μία νέα, πρακτική δοσολογική μορφή στην ένδειξη της Στυτικής Δυσλειτουργίας, το Cialis στα 20mg σε συσκευασία των 2 δισκίων για κατ' επίκληση χορήγηση.

Το Cialis, που σήμερα κατέχει ηγετική θέση στην αγορά των φαρμάκων για την αντιμετώπιση της στυτικής δυσλειτουργίας, παρέχει μία σειρά αποτελεσματικών επιλογών για τους άντρες με Στυτική Δυσλειτουργία που θέλουν να απαλλαχθούν από το άγχος της χρόνιας πίεσης, προσφέροντας έτσι στο ζευγάρι την ενεργή και συστηματική σεξουαλική ζωή που επιθυμεί, με τα εναλλακτικά θεραπευτικά σχήματα της κατ' επίκληση χορήγησης στα 10 και 20mg και της καθημερινής χορήγησης στα 2,5 και 5mg.

Το **Cialis** (ταδαλαφίλη) είναι ένας από του στόματος αναστολέας της φωσφοδιεστεράσης τύπου 5 (PDE5), που τα τελευταία οκτώ χρόνια έχει αλλάξει την αντίληψη στην αντιμετώπιση της Στυτικής Δυσλειτουργίας με την απaráμιλλη αποτελεσματικότητά του και την 36ωρη διάρκεια δράσης του. Πρόσφατες μελέτες καταδεικνύουν ότι 8 στους 10 άνδρες με Στυτική Δυσλειτουργία έλυσαν το πρόβλημά τους μετά από εξάμηνη συστηματική χορήγηση ταδαλαφίλης¹. Με την αγωγή αυτή οι άνδρες είναι πάντα έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τόσο τις αναμενόμενες, όσο και τις... απρόβλεπτες περιστάσεις!



1. Martin-Morales A. et al, Eur Urol 2007;51:541-550

ΒΑΣΙΚΗ ΣΕΙΡΑ
ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗΣ

HYALURONIC



Εντατική ενυδάτωση με **Υαλουρονικό οξύ**

FROÏKA[®] A.B.E.E.

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

Ευρώπη



Οι αλυσίδες φαρμακείων κλυδωνίζονται

Η Ουγγαρία κατεβάζει τα ρολά! Από την 1η Ιανουαρίου '12 η δημιουργία αλυσίδων φαρμακείων από χονδρέμπορους, από φαρμακευτικές εταιρείες και άλλους επενδυτές απαγορεύεται. Οι ήδη υπάρχουσες αλυσίδες θα περιέλθουν σταδιακά μέχρι το 2017 στα χέρια ανεξάρτητων φαρμακοποιών. Η απόφαση της Βουδαπέστης να βάλει φρένο στις αλυσίδες που έχουν εξαπλωθεί στην ανατολική Ευρώπη, είναι μια ένδειξη μιας πιο γενικής τάσης που αρχίζει να διαφαίνεται στην Ευρώπη για την ανακατανομή δυνάμεων στο ιδιοκτησιακό καθεστώς του φαρμακείου. Άρχισε λοιπόν η αντίστροφη μέτρηση για τις αλυσίδες. Η απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου στις 19 Μαΐου 2009, που επικύρωσε τις νομοθεσίες της Ιταλίας και Γερμανίας, για να μην επιτραπεί η επιχειρηματική διαχείριση φαρμακείων σε μη φαρμακοποιούς, έκοψε τα φτερά σε αυτούς που υποστήριζαν την απελευθέρωση του επαγγέλματος με το άνοιγμα του κεφαλαίου σε μη φαρμακοποιούς. Έτσι οι κινήσεις των υπάρχόντων αλυσίδων γίνονται πολύ διακριτικές στη Δυτική Ευρώπη, αντίθετα με την Ανατολική Ευρώπη που αποτελεί ακόμη ελεύθερο πεδίο και οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται.

Γενικά, μέσα από την οικονομική κρίση πλήττονται και οι αλυσίδες, παρόλο τις χαμηλές τους τιμές λόγω οικονομίας κλίμακας αγορών. Η οικονομική πολιτική στην υγεία για μειώσεις δαπανών, με μειώσεις τιμών στα φάρμακα σε ορισμένες χώρες, αλλά και μείωση της καταναλωτικής δύναμης στα OTC και στα παραφάρμακα, κατηγορίες που αποτελούν τη βάση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, κλυδωνίζει τις αλυσίδες φαρμακείων. Παράλληλα, οι νέες πολιτικές υγείας στα περισσότερα κράτη της Δυτικής Ευρώπης που κατευθύνουν τον φαρμακοποιό στις υπηρεσίες υγείας και όχι μόνο στη διανομή του φαρμάκου, προβληματίζει τις αλυσίδες, αναγκάζοντάς τες να προσανατολίσουν την όλη επικοινωνία τους όχι πια στις χαμηλές τους τιμές, αλλά στις υπηρεσίες υγείας ποιότητας, όπως η θεραπευτική επιμόρφωση και παρακολούθηση του ασθενή. Η προστασία των μικρών ανεξάρτητων φαρμακείων από τις αλυσίδες και η ενδυνάμωση των ανταγωνιστικών τους πλεονεκτημάτων είναι και επιδίωξη του κ. Heinz - Gunther Wolf, προέδρου της GPEU (Ευρωπαϊκός Φαρμακευτικός Σύλλογος). «*Θέλουμε να ισχυροποιήσουμε το ρόλο του ανεξάρτητου φαρμακοποιού, μέσα από τα συστήματα υγείας της Ευρώπης*». Υποστηρίζει ένθερμα, λαμβάνοντας υπόψη και τις εθνικές νομοθεσίες, την ανάπτυξη εργαλείων επιμόρφωσης ποιότητας και φυσικά πιστοποίησης, για την εξέλιξη του ρόλου του φαρμακοποιού στην εξάσκηση των υπηρεσιών υγείας. Μια εξέλιξη που θα αποτρέψει την Ευρώπη να ακολουθήσει το παράδειγμα των ΗΠΑ, όπου πωλούνται στις αλυσίδες φαρμακείων Walgreens και CVS τα τελευταία album της Lady Gaga!

Στη Μεγάλη Βρετανία οι αλυσίδες καινοτομούν και πρωτοπορούν

Στη χώρα αυτή, που εδώ και χρόνια ακολουθεί το μοντέλο των αλυσίδων φαρμακείων, η συμβουλή υγείας γίνεται με την ευλογία του NHS (Εθνικού Συστήματος Υγείας) και χρεώνεται. Η Alliance Boots που αριθμεί 2.472 φαρμακεία, έχει καθιερώσει εδώ και 4 χρόνια στα φαρμακεία της με την επωνυμία Boots, να γίνονται επισκέψεις ασθενών για θέματα υγείας, όπως π.χ. η διακοπή του καπνίσματος, η επείγουσα αντισύλληψη, ο έλεγχος της χοληστερόλης, για τις οποίες η επίσκεψη και η παρακολούθηση στο φαρμακείο στοιχίζει λιγότερο στο κράτος από την ιατρική επίσκεψη! Επίσης οι πελάτες μπορούν να προσφύγουν στο φαρμακοποιό τους και για προβλήματα στυτικής δυσλειτουργίας, αλλά και για τον εμβολιασμό κατά του καρκίνου του τραχήλου της μήτρας. Για παράδειγμα, σε ένα φαρμακείο της Boots στο Λονδίνο, οι συμβουλευτικές επισκέψεις μόνο για τη φαλάκρα φθάνουν σε ετήσιο τζίρο τα 120.000 ευρώ.

Γενικά η επιχειρηματική στρατηγική της Alliance Boots κατόρθωσε να αντισταθμίσει την οικονομική κρίση, στηριζόμενη σε ένα ισορροπημένο μοντέλο. Αφενός στην ανάπτυξη του χονδρεμπορίου της, που είχε αύξηση 23,6% και στη σχετικά νέα δραστηριότητα των φαρμακείων της Health & Beauty (Υγεία και Ομορφιά), που δίνει βάση όχι μόνο στην προσφορά προϊόντων, αλλά και υπηρεσιών υγείας και ομορφιάς, και η οποία παρουσίασε μάλιστα και αύξηση 1,2% τον περασμένο χρόνο. Υπηρεσίες εμβολιασμού, check-up, χώροι θεραπευτικής φροντίδας και συμβουλών. Παράλληλα επενδύει δυναμικά σε δικές της μάρκες, όχι μόνο ομορφιάς αλλά και OTC, όπως η νέα σειρά Boots Pharmaceuticals, με συμπληρώματα διατροφής, εναλλακτικές θεραπείες και προϊόντα αυτοθεραπείας. Κυρίως η επιτυχία της αλυσίδας στηρίζεται στο πρόγραμμα πιστότητας Boots Advantage Card, που σήμερα αριθμεί σε 16,8 εκατομμύρια μέλη.

Καναδάς



Μια απογοήτευση για τη φαρμακευτική δαπάνη

Ο προϋπολογισμός 2011-2012 δεν προβλέπει καμία αλλαγή στον τομέα της τιμολόγησης φαρμάκων, όπως είχε ανακοινωθεί το προηγούμενο έτος. Οι δαπάνες υγείας που αυξάνονται συνεχώς, είναι ωστόσο αυτές που αγοράζουν υπηρεσίες και προϊόντα από ανάλογες ιδιωτικές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα οι τιμές των φαρμάκων συγκαταλέγονται ανάμεσα στις πιο ακριβές του κόσμου και είναι ο κύριος παράγοντας αύξησης της δαπάνης υγείας. Ο πρόεδρος της ένωσης γιατρών του Quebec, Dr Goulet, υποστηρίζει ότι η κυβέρνηση θα μπορούσε να ασκήσει πίεση για μείωση τιμών από τις φαρμακευτικές εταιρείες και να εξοικονομήσει με αυτό τον τρόπο εκατομμύρια δολάρια για να τα επανεπενδύσει σε άλλους τομείς υγείας.

Ιταλία



Οι Ιταλοί φαρμακοποιοί στα πρόθυρα νευρικής κρίσης

Πονοκέφαλος για τους Ιταλούς φαρμακοποιούς έχουν γίνει θέματα όπως η σύμβαση εργασίας, η μείωση της τιμής των αντιγράφων, το ανεπαρκές περιθώριο κέρδους, οι δύσκολες συνθήκες εργασίας. Ακόμη και κεντρικά φαρμακεία σε περιοχές με κατοίκους με εύρωστη οικονομική τάξη και με μεγάλη πελατεία, αντιμετωπίζουν προβλήματα. Οι τιμές των αντιγράφων μειώθηκαν από τη μια μέρα στην άλλη κατά 40%, γεγονός που προκάλεσε για τους φαρμακοποιούς απώλεια χρημάτων από το υπάρχον τους στοκ. Το ίδιο συνέβη και για τους χονδρέμπορους. Παράλληλα, η οικονομική κρίση αναγκάζει τους πολίτες να μειώσουν τις αγορές τους ακόμη και από το φαρμακείο. Παραδόξως, τα έξοδα των δαπανών υγείας και κυρίως της φαρμακευτικής δαπάνης στα νοσοκομεία αυξήθηκαν στις περισσότερες περιοχές της χώρας. Άλλο σημείο τριβής των Ιταλών φαρμακοποιών με το Υπουργείο Υγείας, είναι η πώληση των φαρμάκων υψηλού κόστους. Οι φαρμακοποιοί έχασαν αυτή την αγορά, διότι οι χονδρέμποροι κάνουν σημαντικές εκπτώσεις στους κρατικούς φορείς. Έτσι οι ασθενείς αγοράζουν αυτά τα φάρμακα ως επί το πλείστον από τα φαρμακεία των νοσοκομείων, τα οποία όμως εξυπηρετούν με δυσκολία τους ασθενείς, λόγω των μειωμένων ωραρίων τους. Οι ασθενείς ταλαιπωρούνται έτσι, διανύοντας αποστάσεις και περιμένοντας ώρες στην ουρά. Αυτό το σύστημα, αναρωτιούνται οι φαρμακοποιοί, αν είναι τελικά οικονομία για τους ασθενείς και για τα κρατικά ασφαλιστικά ταμεία.

Αλλά και οι συνθήκες εργασίας στο φαρμακείο είναι δύσκολες, με τα παρατεταμένα ωράρια και τους υπαλλήλους να παραπονούνται ότι δεν πληρώνονται ικανοποιητικά. Όλοι γενικά μουρμουρίζουν ότι δε βγαίνουν οικονομικά, με τα περιθώρια κέρδους να μειώνονται όλο και περισσότερο, καθότι το υπουργείο Οικονομικών και ειδικά το υπουργείο Υγείας επέβαλε μέτρα περιορισμού των δαπανών, για την έξοδο από την κρίση.

Άλλο επίμαχο σημείο είναι οι εξετάσεις που θα πρέπει να υποστούν οι φαρμακοποιοί που θέλουν να ανοίξουν ένα φαρμακείο. Ακόμη και αυτοί που περνούν τα τεστ, μπορεί να κάνουν και 2 χρόνια μέχρι να πάρουν την άδεια, αλλά και να βρουν ελεύθερο χώρο για να ανοίξουν φαρμακείο. Όσο για το ζήτημα της ανταμοιβής των επιπλέον υπηρεσιών που μπορούν να προσφέρουν οι φαρμακοποιοί στους ασθενείς, όπως οι αναλύσεις, ορισμένοι φαρμακοποιοί έχουν ακόμη και ενάμιση χρόνο που δεν έχουν αποζημιωθεί από τα ασφαλιστικά ταμεία. Τέλος, ακόμη και το κατ' αποκοπή ποσό των 600 ευρώ που όφειλε το κράτος να δώσει στους φαρμακοποιούς για τις επιπλέον απαιτούμενες επενδύσεις που χρειάζεται να κάνουν για αυτές τις υπηρεσίες (κομπιούτερ, εκτυπωτής, internet), το Υπουργείο υγείας αργοπορεί να τους τα δώσει.

Οι Ιταλοί φαρμακοποιοί έχουν στα χείλη τους συνέχεια τη φράση «Φτάνει πια».

Η Ρώμη ψάχνει να απαλλαγεί από τα δημοτικά της φαρμακεία

Χαρακτηρισμένα σαν φαρμακεία με κακοδιαχείριση και ζημιές, τα δημοτικά φαρμακεία στη Ρώμη της Ιταλίας αριθμούν σε 43 και βρίσκονται διεσπαρμένα σε όλη την πόλη και τα περίχωρα. Ακολουθώντας το παράδειγμα του Μιλάνου, της Μπολόνιας και της Φλωρεντίας, όπου η διαδικασία ιδιωτικοποίησης των δημοτικών φαρμακείων έχει ήδη ξεκινήσει, ο Δήμαρχος της Ρώμης πρότεινε τον προσεχή χειμώνα να αρχίσουν οι διαδικασίες προσφορών για να πουληθούν ένα - ένα σε ανεξάρτητους φαρμακοποιούς. Το δύσκολο είναι τι θα γίνει με τους υπαλλήλους, οι οποίοι αντιδρούν με απεργίες.

Βέλγιο



Λογική χορήγηση φαρμάκων

Ένας νέος φαρμακευτικός φάκελος για κάθε ασθενή θα εισαχθεί στα βελγικά φαρμακεία από την 1η Ιανουαρίου 2012. Θα συμπληρώσει τον υπάρχοντα φαρμακευτικό φάκελο όπου ο φαρμακοποιός κατέγραφε όλα τα φάρμακα που παίρνει ο κάθε ασθενής, δίνοντας τη δυνατότητα στον φαρμακοποιό να εξασκήσει ενεργά το συμβουλευτικό του ρόλο. Αυτό επιδιώκει η βελγίδα υπουργός υγείας κ. Laurette Onkelinx. Αυτό ο νέος φαρμακευτικός φάκελος θα μπορεί θεωρητικά να βελτιώσει τη συμμόρφωση στη θεραπεία, αλλά παράλληλα να οδηγήσει σε μια λογική και λιγότερο κοστοβόρα χρήση φαρμάκων. Παράδειγμα είναι η αυξημένη κατανάλωση αντικαταθλιπτικών κατά 4,3% μέσα σε ένα χρόνο. Όπως και να έχει το θέμα, η σύσταση αυτού του νέου φαρμακευτικού φακέλου, υποστηρίζει η υπουργός, θα υπόκειται στη συναίνεση του ασθενή και αν είναι απαραίτητο και του γιατρού. Ο σχεδιασμός του είναι ακόμη υπό συζήτηση με τους επαγγελματικούς συλλόγους και τους ειδικούς συμβούλους.

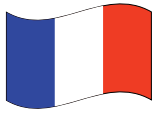
Άλλες ενδιαφέρουσες ειδήσεις

-Η φαρμακοβιομηχανία επενδύει το 42% του τζίρου της στην έρευνα φαρμάκων, πολύ περισσότερο από το επίπεδο του παγκόσμιου μέσου όρου, που είναι 17%.

-Όσον αφορά τις δαπάνες υγείας, το Βέλγιο καταγράφει μόνο 3,5% αύξηση μέσα σε 10 χρόνια.

-Η βελγίδα υπουργός υγείας αποφάσισε να αυξηθεί το ποσοστό υποχρεωτικής συνταγογράφησης των πιο φθηνών φαρμάκων όπως τα αντίγραφα. Αυτό το ποσοστό ποικίλει ανάλογα με την ιατρική ειδικότητα και είναι: 16% για τους οφθαλμίατρους, 29% για τους πνευμονολόγους, 32% για τους ρευματολόγους, 39% για τους ογκολόγους και 50% για τους γενικούς ιατρούς. Αυτά τα ποσοστά διπλασιάστηκαν σε σχέση με το 2005.

Γαλλία



Ο CNAM επιδιώκει να μειώσει τα έξοδα της φαρμακευτικής δαπάνης

Μια πρόσφατη ανάλυση της φαρμακευτικής δαπάνης που πραγματοποίησε ο εθνικός ασφαλιστικός φορέας υγείας CNAM, κατατάσσει τη Γαλλία σαν τη δεύτερη χώρα στον κόσμο μετά τις ΗΠΑ σε κατανάλωση φαρμάκων ανά κάτοικο. Τα ποσά που δαπανώνται είναι πολύ μεγάλα, ιδιαίτερα σε μια περίοδο οικονομικής κρίσης. Από τα 22 εκατομμύρια των δαπανών σε φάρμακα που αποζημιώνονται από τα ταμεία, τα 12 εκατομμύρια συνταγογραφούνται από γιατρούς εκτός νοσοκομείων. Η σύγκριση έγινε αφενός με άλλα κράτη, αφετέρου ανάμεσα σε Γάλλους γιατρούς. Με προγράμματα ελέγχου των θεραπευτικών κλάσεων και ορισμένους δείκτες ιατρο-οικονομικούς για τη βελτίωση των συμβάσεων με τους γιατρούς, ο CNAM διαθέτει πλέον εργαλεία για τη ρύθμιση της συνταγογράφησης. Αλλά υποστηρίζει ότι ο στόχος είναι να δώσει στους γιατρούς περισσότερα περιθώρια χειρισμού για να βελτιωθεί γενικά η φαρμακευτική θεραπευτική, δηλαδή να σεβαστεί την ελευθερία συνταγογράφησης και να εξασφαλίσει παράλληλα την ποιότητα της φροντίδας υγείας. Θεωρεί ότι η προσφυγή σε φάρμακα φθηνότερα όπως τα αντίγραφα με μόρια ισοδύναμα, καθώς και σε ηλεκτρονικά εργαλεία βοήθειας και καθοδήγησης της συνταγογράφησης, θα οδηγήσουν στη μείωση της φαρμακευτικής δαπάνης.

Κόκκινος συναγερμός για τα επαρχιακά φαρμακεία

Σύμφωνα με μια πρόσφατη έρευνα της Celtipharm (εταιρεία marketing υγείας), οι καιροί είναι δύσκολοι για τα επαρχιακά και περιφερειακά φαρμακεία. Μεταξύ του 2009 και του 2011, το ποσοστό των φαρμακείων που δεν έχουν στην περιοχή τους ούτε ένα γιατρό αυξήθηκε από 43% σε 60%. Η μείωση του αριθμού των γιατρών είναι μια βασική τάση στη Γαλλία. Μέσα σε δύο χρόνια, το 36% από τους 3.724 ερωτηθέντες φαρμακοποιούς δήλωσαν ότι έχασαν κατά μέσο όρο δύο γιατρούς. Περιοχές που απογυμνώνονται από γιατρούς αντιμετωπίζουν εύλογα μείωση του τζίρου με ένα μέσο όρο 17% κάθε χρόνο κατά τις εκτιμήσεις της Celtipharm. Σαν συνέπεια, το 83% των φαρμακοποιών αναγκάζονται να απολύσουν υπαλλήλους, το 30% θέλουν να πουλήσουν το φαρμακείο τους και το 11% βλέπουν να κλείνουν οριστικά το φαρμακείο τους. Το μέλλον διαφαίνεται σκοτεινό και αν συνεχίσει η ίδια κατάσταση προβλέπεται να κλείνουν 930 επαρχιακά και περιφερειακά φαρμακεία μέχρι το 2015.

Λιγότεροι φαρμακοποιοί εξασκούν το επάγγελμα

Τα δημογραφικά δεδομένα που παρουσίασε τον περασμένο Ιούνιο '11 ο Γαλλικός Φαρμακευτικός Σύλλογος, δείχνουν ότι ο αριθμός των φαρμακοποιών δεν αυξάνεται και ιδιαίτερα ότι το επάγγελμα δεν προσελκύει τους νέους, γεγονός ιδιαίτερα ανησυχητικό για την πρόεδρο Isabelle Adenot, που επισημαίνει: «Ένα επάγγελμα χωρίς νέους είναι ένα επάγγελμα χωρίς μέλλον. Θα πρέπει να αλλάξουμε τα πρότυπα σκέψης μας». Ο πληθυσμός των φαρμακοποιών συνεχίζει να γηράσκει, με μια μέση ηλικία που δεν ξεπερνά τα 49 χρόνια και μάλιστα το 31% έχουν ηλικία πάνω από 55 ετών.

Σουηδία



Οι φαρμακοποιοί στη Σουηδία “ποζάρουν” γυμνοί

Τον περασμένο Ιούνιο οι Σουηδοί θαύμαζαν τους φαρμακοποιούς τους με την περιβολή του Αδάμ και της Εύας πάνω σε διαφημιστικά πανό στο μετρό και στους σταθμούς του τρένου, αλλά και σε εφημερίδες και περιοδικά. Η ιδιωτική αλυσίδα φαρμακείων Apotek Hjartat έτρεξε μια πρωτότυπη καμπάνια με θέμα... «*η αλήθεια γυμνή*». Οι φαρμακοποιοί που πόζαραν εθελοντικά γυμνοί, ήταν ανάμεσα στους υπαλλήλους της αλυσίδας, που δήλωναν στην ουσία ότι απογυμνώνονται για να προσφέρουν την καλύτερη συμβουλή υγείας και τα καλύτερα προϊόντα στους πελάτες τους, με το μήνυμα... «*η αλήθεια γυμνή*»!

Είναι αλήθεια ότι οι Σουηδοί δεν έχουν κανένα κόμπλεξ με το γυμνό. Οι αφίσες παρουσιάζουν μόνο έναν άνδρα για κάθε πέντε αφίσες με παρουσίαση γυναίκας, γιατί το 90% του προσωπικού αυτής της αλυσίδας είναι γυναίκες. Η καμπάνια είχε ενθουσιώδη αποδοχή και επιτυχία, όπως δηλώνει η διοίκηση της Apotek Hjartat, η οποία διαχειρίζεται 200 φαρμακεία και απασχολεί 2.000 υπαλλήλους. Ας θυμίσουμε ότι τα συνολικά 900 φαρμακεία στη Σουηδία ανήκαν παλιότερα όλα στην κρατική αλυσίδα Apoteket και άρχισαν να ιδιωτικοποιούνται από το τέλος του 2009. Αγοράστηκαν κυρίως από ιδιωτικές αλυσίδες και πολύ λίγα από ανεξάρτητους φαρμακοποιούς. Φυσικά το κράτος διατηρεί ακόμη την πλειονότητα των φαρμακείων στη Σουηδία.

Ελβετία



Με στόχο το ιδανικό βάρος

Τον περασμένο Μάιο, 527 φαρμακεία έκαναν μια κοινή καμπάνια για το αυξημένο βάρος και την παχυσαρκία, για να κινητοποιήσουν το 37% των υπέρβαρων ή παχύσαρκων Ελβετών. Η καμπάνια που έγινε με πρωτοβουλία των φαρμακευτικών συλλόγων PharmaSuisse και PharmaGeneve, καθώς και του δικτύου ανεξάρτητων φαρμακοποιών Pharma Plus, ήταν πάνω απ' όλα μια ενέργεια πρόληψης, προσανατολισμένη σε δύο άξονες: τη φυσική δραστηριότητα και την ισορροπημένη διατροφή. Η καμπάνια στόχευσε όχι μόνο σε υλικά προβολής με τα απαραίτητα μηνύματα (βιτρίνες, αφίσες ή έντυπα), αλλά και σε συμβουλευτικές ενέργειες. Η συμβουλευτική αυτή επίσκεψη ήταν με ραντεβού, όπου γινόταν μέτρηση της πίεσης, συμπλήρωση ενός ερωτηματολογίου και στη συνέχεια, ανάλογα με τις συνθήκες διατροφής και την υπάρχουσα πάθηση, δίνονταν εξατομικευμένες προτάσεις με στόχο το ιδανικό βάρος. Η χρέωση της επίσκεψης ήταν 15 ελβετικά φράγκα.

ΨΕΙΡΕΣ & ΚΟΝΙΔΕΣ;



Νέο

Hedrin®
PLUS

**Οι ψείρες φεύγουν
φυσικά αμέσως!**

Hedrin®, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να απαλλαγείτε από τις ψείρες χωρίς χημικά φθειροκτόνα. Υπάρχουν προϊόντα για την αντιμετώπιση της φθειρίασης που είναι εντομοκτόνα με τοξικές ουσίες και παρενέργειες. Το Hedrin® όμως κάνει τη διαφορά! Η **πατενταρισμένη του σύνθεση αποτελούμενη από ασφαλή συστατικά**, απομακρύνει σε λίγα λεπτά τις ψείρες και τις κόνιδες με φυσικό τρόπο.

Το Hedrin® μπορεί να χρησιμοποιηθεί ξανά και ξανά, αφού οι ψείρες δεν αναπτύσσουν ανθεκτικότητα σε αυτό. Είναι το μοναδικό κατάλληλο από 6 μηνών και για παιδιά με άσθμα ή έκζεμα. Άχρωμο, άοσμο, απλώνεται εύκολα στα μαλλιά και δε χρειάζεται χτενάκι.

Επιλέξτε το κατάλληλο προϊόν της σειράς Hedrin® που ταιριάζει στο παιδί σας




arriani
pharmaceuticals

ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

Γραμμή Επικοινωνίας:
210 66 83 000

CE

Εξειδίκευση και Διαφοροποίηση



Η γενική πολιτική της μείωσης της φαρμακευτικής δαπάνης και η οικονομική κρίση, έχουν επιφέρει μια σημαντική μείωση του τζίρου στο φαρμακείο, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε άλλα ευρωπαϊκά κράτη.

Και δεν τελειώσαμε εδώ. Επιπλέον κίνδυνοι παραμονεύουν!

Το φαρμακείο πρέπει να αναζητήσει νέες ισορροπίες που στοχεύουν στην εξειδίκευση και στη διαφοροποίηση.

Ποιες αγορές να αναπτύξει και τι νέες υπηρεσίες που θα προβάλλουν το ρόλο του στην υγεία και θα βελτιώσουν παράλληλα τη βιωσιμότητά του;



Σήμερα, τη στιγμή που το μεγαλύτερο ποσοστό των φαρμακείων δηλώνουν μία μείωση του τζίρου τους κατά μέσο όρο 20%, αρχίζει να αναδύεται μια νέα ευκαιρία που βασίζεται στην ενδυνάμωση της δραστηριότητάς τους, εκτός από τον τομέα των συνταγογραφούμενων φαρμάκων και των προϊόντων αυτοθεραπείας (ΜΗΣΥ-ΦΑ), σε νέες δραστηριότητες επικεντρωμένες στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών τους.

Τώρα είναι η κατάλληλη στιγμή να δραστηριοποιηθούν σε αυτό που οι ειδικοί του marketing ονομάζουν «benchmarking». Πρόκειται για μια διαδικασία της επιχείρησης που αξιολογεί συνεχώς τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις μεθόδους που είναι οι καλύτερες για τους πελάτες της.

Ιδιαίτερα στο θέμα των υπηρεσιών υγείας, ο πρόεδρος του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου κ. Θεόδωρος Αμπατζόγλου, σε εσπερίδα που έγινε τον περασμένο Ιούνιο τόνισε πως: *«Ο ρόλος του φαρμακοποιού είναι καθοριστικός στον τομέα της πρόληψης και της φροντίδας υγείας, τόσο με την επιστημονική συμβουλή του για την ορθολογική χρήση φαρμάκων, όσο και με την παροχή πρωτοβάθμιας περίθαλψης μέσα από το φαρμακείο».*

Οι διορατικοί κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου:

«Δεν υπάρχει μέλλον αν περιορισθούμε στην απλή διανομή φαρμάκου».

Διαφοροποιούμαι σημαίνει ξεφεύγω από τα καθιερωμένα. Σημαίνει επιλέγω και αναπτύσσω νέα πεδία δραστηριότητας του επαγγέλματός μου, ανάλογα με τη θέση του φαρμακείου μου και τις απαιτήσεις των πελατών μου, ζυγίζοντας τα πλεονεκτήματα ή τους περιορισμούς τους. Η εξειδίκευση σε έναν τομέα σχετικό με την υγεία, όχι μόνο προσθέτει αξία στο επιστημονικό προφίλ του φαρμακοποιού, αλλά παίζει σημαντικό ρόλο και στην οικονομία της επιχείρησης - φαρμακείου.

Τολμείστε!

Τολμείστε να αναπτύξετε μια νέα κατηγορία προϊόντων ή υπηρεσιών στο φαρμακείο σας.

Η ιδέα σας φαίνεται παράλογη αυτές τις δύσκολες εποχές;

Θυμηθείτε ότι η τύχη χαμογελά στους τολμηρούς!

Τολμείστε αλλά μην κάνετε κάτι πρόχειρα και χωρίς μελέτη, έτσι απλά για να κάνετε κάτι νέο. Η βασική ερώτηση που πρέπει να κάνετε είναι: *«Ο νέος αυτός τομέας που πάω να αναπτύξω θα ενδιαφέρει την πελατεία μου;»*

Διαφοροποιούμαι σημαίνει απαντώ σε μια πραγματική ανάγκη της πελατείας μου.

Αναμφισβήτητα αυτές οι νέες ενέργειες απαιτούν μια επένδυση σε χρόνο, σε χώρο και σε εξειδικευμένο προσωπικό. Αλλά όλες αποφέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα: την επιβίωση αλλά και την εξέλιξη του φαρμακείου και κυρίως την ανάδειξη μιας εικόνας ξεχωριστής, διαφοροποιημένης!

Ένας νέος τομέας δραστηριότητας θέλει μελέτη

Το να θέλεις να διαφοροποιηθείς είναι καλό. Το να υπολογίσεις εκ των προτέρων την επίδραση αυτής της νέας ενέργειας στον τζίρο σου, αλλά και στην ικανοποίηση των πελατών σου είναι ακόμη καλύτερο. Το να προσπαθήσεις με μια σωστή μελέτη να ελαχιστοποιήσεις τους κινδύνους της επένδυσης και να εγγυηθείς την επιτυχία όσο το δυνατόν πιο κοντά στο πραγματικό αποτέλεσμα είναι δυνατό να γίνει, αρκεί να κάνεις μια σωστή ανάλυση επιχειρηματικού marketing. Υπολογίζοντας τη σχέση όφελος / ρίσκο, η ανάπτυξη ενός νέου τομέα στο φαρμακείο είναι σημάδι δυναμισμού, αλλά αυτό δε γίνεται στην τύχη. Χρειάζεται να αναλυθούν διάφοροι παράμετροι.

Τα σημαντικότερα βήματα της μελέτης σας

1. Προσδιορίστε τις δικές σας προτιμήσεις

Επενδύοντας σε ένα νέο τομέα, χρειάζεται ίσως τις περισσότερες φορές χώρο, χρόνο αλλά και χρήμα. Αυτό μπορεί να γίνει κάνοντας μια επέκταση του φαρμακείου ή μια μεταφορά, αλλά και μια συνεργασία με έναν ειδικό ή με έναν άλλο συνάδελφο. Αναρωτηθείτε σε ποιον τομέα θα σας άρεσε να δραστηριοποιηθείτε, αναρωτηθείτε μέχρι ποιο βαθμό έχετε τη γνώση και την εξειδίκευση, αλλά και τι πρέπει να κάνετε για να εκπαιδευτείτε ώστε να την αποκτήσετε.

2. Αναλύστε την πελατεία σας

Το δεύτερο βήμα που πρέπει να κάνετε είναι να θέσετε την ερώτηση:

«Αυτή η νέα δραστηριότητα που θέλω να αναπτύξω ενδιαφέρει την πελατεία μου;»

Είναι σημαντικό λοιπόν να προσδιορίσετε το είδος της πελατείας στην περιοχή σας, τα ηλικιακά τους ποσοστά, το χρηματοοικονομικό και κοινωνικό τους προφίλ, τι συνήθως αγοράζουν στο φαρμακείο σας ή σε άλλα φαρμακεία της περιοχής, τι μέσο ποσό ξοδεύουν σε κάθε τους επίσκεψη, αλλά και το ρυθμό επίσκεψής τους στο φαρμακείο. Όλα αυτά βέβαια μέσα από ένα κατάλληλο πρόγραμμα CRM ή ένα απλό πρόγραμμα καταγραφής ορισμένων βασικών δεδομένων της πελατείας σας. Μια έρευνα πελατείας με ένα μίνι ερωτηματολόγιο θα μπορούσε να είναι ανεκτίμητη. Αυτό φυσικά μπορείτε να το κάνετε σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα της πελατείας σας, τουλάχιστον της τάξης του 10%. Θα ανακαλύψετε ότι τα νούμερα θα είναι αρκετά διαφορετικά από αυτά που εσείς μέχρι τώρα πιστεύατε.

3. Κάντε την κατάλληλη επιλογή της νέας σας δραστηριότητας

Αυτό θα πρέπει να γίνει συνδυάζοντας δεδομένα από την ανάλυση της πελατείας σας, προϋπολογίζοντας κατά προσέγγιση και πάντα ρεαλιστικά, το ποσοστό της πελατείας που θα ενδιαφέρει αυτή η νέα δραστηριότητα, καθώς και τον επιπλέον τζίρο που θα αποφέρει σε ένα βάθος χρόνου τουλάχιστον 2-3 ετών. Θα πρέπει να εκτιμήσετε όχι μόνο τον τζίρο που θα σας φέρει από την υπάρχουσα πελατεία, αλλά και αυτόν από τη νέα πελατεία που θα κερδίσετε μακροπρόθεσμα, κάνοντας γνωστή αυτή τη νέα σας δραστηριότητα.

Μην υπερεκτιμήσετε όμως τα πράγματα! Εφαρμόστε τη στρατηγική του προϋπολογισμού για το χειρότερο αποτέλεσμα και όχι το αισιόδοξο. Μια ερώτηση που

θα πρέπει να θέσετε είναι: «*Αν αυτό δεν περπατήσει, τι απώλειες θα έχω;*»

Το συχνότερο λάθος που κάνουν πολλοί επιχειρηματίες είναι να πέσουν στην παγίδα της «μόδας». Γιατί έτσι μπορεί να έχουν την τύχη να προχωρήσει κάτι, αλλά και μπορεί να έχει αποτυχία.

Πριν ξεκινήσετε και αφού έχετε συγκεντρώσει όλα τα απαραίτητα στοιχεία της ανάλυσής σας, συμβουλευτείτε την ομάδα σας, τους συνεργάτες σας, για να σας πούνε τη γνώμη τους αλλά και να δώσετε τις απαραίτητες οδηγίες για την υλοποίηση του σχεδίου σας. Και γιατί όχι, ακόμη και η συμβουλή ενός συναδέλφου με τέτοιου είδους εμπειρία και με ανοιχτό μυαλό θα ήταν ανεκτίμητη.

4. Προσδιορίστε τον υπάρχοντα ανταγωνισμό.

Για ένα νέο τομέα δραστηριότητας, θα πρέπει να δείτε αμέσως αν υπάρχουν και πώς εξελίσσονται άλλα καταστήματα ή άλλα φαρμακεία στην περιοχή σας που έχουν τέτοια είδη ή υπηρεσίες, ποια τα θετικά και ποια τα αρνητικά τους σημεία, ώστε εσείς να προσπαθήσετε να διαφοροποιηθείτε και να αναπτύξετε τελικά μια πιο ανταγωνιστική στρατηγική.

5. Υπολογίστε τα οικονομικά σας

Η ρευστότητα της επιχείρησης πολλές φορές αποτελεί τον παράγοντα «κλειδί» για την επιτυχία της νέας προσπάθειας. Πολλές τράπεζες θα ενδιαφερθούν να υποστηρίξουν ένα σωστό επιχειρηματία, αλλά το ίδιο θα κάνουν και οι αρμόδιοι προμηθευτές.

6. Συνεχής επιτήρηση και παρακολούθηση

Ακόμη και αν επιτύχετε να δημιουργήσετε ένα νέο τομέα στο φαρμακείο σας, χρειάζεται συνεχής παρακολούθηση των αντιδράσεων της πελατείας και των αποτελεσμάτων, και φυσικά να γίνονται οι απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες βελτίωσης. Βέβαια, αν κάτι δεν πάει καλά, θα πρέπει να το σταματήσετε. Αν όμως δεν έχετε και τη *super* επιτυχία σε κάτι, το γεγονός ότι εξυπηρετεί ένα μέρος της πελατείας σας και σας δίνει μια εικόνα ξεχωριστή και διαφοροποιημένη στο περιβάλλον σας, αξίζει τον κόπο.

7. Να τολμείτε ακόμη και να πείτε «όχι»

Αν παρόλο που θέλετε και παρόλο που αναλύσατε όλα τα δεδομένα, οι συνθήκες είναι για σας όχι τόσο ευνοϊκές για να πετύχει το νέο σας εγχείρημα, και υπάρχουν με αποδείξεις τα δεδομένα ότι δε θα γίνει τίποτε το θετικό σε σχέση με την προσπάθεια και το κόστος σε χρόνο ή και χρήμα, είναι καλύτερα να πείτε «όχι» από την αρχή και να μην το τολμήσετε.

Υποστηρίζοντας θερμά την άποψη της διαφοροποίησης για όσους θέλουν να τολμήσουν να κάνουν έστω και μια έρευνα, το Περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, παρουσιάζει στο παρόν αφιέρωμα, μερικές ιδέες εξειδίκευσης στο φαρμακείο, που εντάσσονται μέσα σε ένα πλαίσιο επιχειρηματικότητας αυτού του επαγγελματία υγείας που ονομάζουμε «σύγχρονο φαρμακοποιό».

1. Ορθοπεδικά, μια εύστοχη δραστηριότητα

Η φροντίδα του ηλικιωμένου και του ασθενή στο σπίτι, τα ανατομικά υποδήματα, η ποδολογία και τα καλσόν διαβαθμισμένης συμπίεσης, αποτελούν κατηγορίες που ήδη έχουν αναπτυχθεί σε ορισμένα φαρμακεία. Το να ακολουθήσουν αυτή την κατεύθυνση και μερικά άλλα φαρμακεία, επενδύοντας σε μια εποικοδομητική στρατηγική, μπορεί να δημιουργήσει μια εξειδίκευση και να αυξήσει τον τζίρο του φαρμακείου.

Η εξειδίκευση αυτή μπορεί να γίνει σε φαρμακεία κοντά σε νοσοκομεία με τμήματα πρώτων βοηθειών, κοντά σε γήπεδα και αθλητικά κέντρα, αλλά και σε περιοχές με πολλούς ηλικιωμένους ή σε επαρχιακά φαρμακεία χωρίς άλλα τέτοιου είδους εξειδικευμένα καταστήματα. Χώροι έκθεσης εκτός από την απαραίτητη βιτρίνα που αποτελεί σημείο αναφοράς γι' αυτή την εξειδίκευση, μπορεί να είναι και ένας άνετα διαμορφωμένος χώρος στο πατάρι ή στο υπόγειο.

Η φροντίδα του ασθενή και του ηλικιωμένου στο σπίτι

Με την αυξανόμενη γήρανση του πληθυσμού, ιδιαίτερα στην Ελλάδα, η ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών για τη φροντίδα του ασθενή στο σπίτι, μπορεί να φαίνεται μια ενδιαφέρουσα εξειδίκευση για τα φαρμακεία που διαθέτουν ή μπορούν να δημιουργήσουν την κατάλληλη υποδομή. Είναι γεγονός ότι ο γιατρός δεν ασχολείται με την πλήρη εκτίμηση των αναγκών εξυπηρέτησης ενός ασθενή ή ενός ανήμπορου ηλικιωμένου στο σπίτι. Ο φαρμακοποιός όμως που είναι πιο κοντά στον άνθρωπο - ασθενή και στην οικογένειά του, λόγω ανάπτυξης πιο στενών δεσμών, ή κάποιος εξειδικευμένος συνεργάτης από την ομάδα του, μπορεί να εκτιμήσει αυτές τις ανάγκες, προτείνοντας τις κατάλληλες λύσεις. Αυτό είναι πολύ σημαντικό για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής του ασθενή, αλλά και μια αξιόλογη πηγή εσόδων για το φαρμακείο.

Αυτή η ενέργεια φυσικά προϋποθέτει ότι πρέπει να έχει μια υποδομή των κατάλληλων γνώσεων και διάθεσης των κατάλληλων προϊόντων.

Φυσικά δεν είναι απαραίτητο να έχει όλο τον αναγκαίο εξοπλισμό στο φαρμακείο του, γιατί η δημιουργία ενός πλήρους τμήματος ορθοπεδικού και ιατρικού εξοπλισμού προϋποθέτει σημαντικό χώρο. Μπορεί όμως να δημιουργήσει, κατόπιν συμφωνίας συνεργασίας με ειδικούς προμηθευτές, έναν κατάλογο έντυπο ή ηλεκτρονικό, με φωτογραφίες και τιμές των προϊόντων, όπως: μπαστούνια και άλλα βοηθήματα στο περπάτημα ή στο μπάνιο, ιατρικά κρεβάτια, ειδικά στρώματα κατάκλισης... κ.λπ. Παράλληλα δε, μέσα στο φαρμακείο να δημιουργήσει μια ζώνη με ένα πιο ελαφρύ ορθοπεδικό υλι-





PHYTO
PARIS

ΕΥΤΥΧΙΣΜΕΝΑ ΜΑΛΛΙΑ ΠΟΥ ΣΟΥ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΗ ΖΩΗ

Τα μαλλιά μας είναι όπως κι εμείς, είναι όμορφα όταν είναι ευτυχισμένα. Και νιώθουν ευτυχισμένα **όταν σφύζουν από υγεία**, όταν είναι περιποιημένα, λαμπερά, με φυσική φροντίδα.

Πρωτοπόρος στη φυτική κοσμετολογία, η PHYTO δεν δημιουργεί προϊόντα με φυτά, με λίγα φυτά και πολλά χημικά πρόσθετα, αλλά **προϊόντα αποκλειστικά από φυτά**. Οι φόρμουλες της PHYTO βασίζονται στο συνδυασμό **500 και πλέον ενεργών συστατικών** και έχουν στη σύνθεσή τους περισσότερο από **95%** συστατικά **φυσικής και φυτικής προέλευσης**.

Στα **40 χρόνια** βοτανικής έρευνας, η PHYTO έχει κατοχυρώσει **πολλά διπλώματα ευρεσιτεχνίας** και έχει πραγματοποιήσει μεγάλο αριθμό **κλινικών μελετών και επιστημονικών δοκιμών**. Μέσω της βαθιάς γνώσης αυτής της επιστήμης που σέβεται τη φύση, η PHYTO ξέρει να κάνει τα μαλλιά μας ευτυχισμένα.

Και τα ευτυχισμένα μαλλιά μάς αλλάζουν τη ζωή!

Μόνο σε επιλεγμένα φαρμακεία • Πληροφορίες: 210.6086400 • Find us on Facebook: Phyto Hellas

κό (μπαστούνια, ορθοπεδικά κολάρια, επιγονατίδες, ορθοπεδικές ζώνες... κ.ά.). Για τον πιο βαρύ εξοπλισμό μπορεί να έχει μια αφίσα με φωτογραφίες από ορθοπεδικό και ιατρικό υλικό, υπενθυμίζοντας με ένα μήνυμα στους πελάτες ότι μπορεί να τους εξυπηρετήσει σε οτιδήποτε ανάλογο χρειασθούν. Ακόμη, δημιουργώντας μια κατάλληλη βιτρίνα με μερικά τέτοια είδη, σηματοδοτείται μια εξειδίκευση για το φαρμακείο.

Αλλά και μια άλλη επιχειρηματική ιδέα είναι να συνεργαστούν μερικά φαρμακεία μεταξύ τους και να δημιουργήσουν μια ξεχωριστή εταιρεία με τέτοια είδη, όχι μόνο για δική τους εμπορική χρήση, αλλά και για συνεργασία με άλλα φαρμακεία της περιοχής.

Πάνω σε αυτό τον τομέα του ορθοπεδικού και ιατρικού εξοπλισμού, θα μπορούσαν να οργανωθούν και τα δίκτυα φαρμακείων, αλλά και οι συνεταιρισμοί φαρμακοποιών. Ειδικά εκπαιδευτικά σεμινάρια και ειδικές πλατφόρμες αγορών και εμπορικής συνεργασίας θα μπορούσαν να προταθούν. Το όλο δε εγχείρημα, οποιαδήποτε μορφή και αν έχει, θα μπορούσε το φαρμακείο να το επικοινωνήσει και στους γιατρούς της περιοχής, σηματοδοτώντας το σαν φαρμακείο ειδικό σε τέτοιου είδους υπηρεσίες και εξοπλισμό. Εκείνο που αναμφισβήτητα πρέπει να τονισθεί, είναι ότι η εξειδίκευση αυτή χρειάζεται επαγγελματισμό και πολύ καλή γνώση των προϊόντων, γιατί ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, με ειδικά τέτοιου είδους καταστήματα ορθοπεδικού υλικού, κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα. Τέλος, θα πρέπει ο φαρμακοποιός ή ο συνεργάτης του που θα αποφασίσει να ασχοληθεί σοβαρά με αυτό τον τομέα, να μπορεί να αναγνωρίζει τις ιδιαιτερότητες του κάθε ασθενή και της παθολογικής του κατάστασης, για να του προτείνει τον κατάλληλο εξοπλισμό.

Τα ανατομικά υποδήματα και η ποδολογία

Μια ειδική υποκατηγορία ορθοπεδικού εξοπλισμού είναι και τα ανατομικά υποδήματα. Οι καταναλωτές και κυρίως οι πιο ηλικιωμένοι με προβλήματα στα πόδια, αναζητούν στο κανάλι του φαρμακείου να βρουν «ανατομικά» υποδήματα που θα τους προσφέρουν άνεση και ανακούφιση σε βαθμό και ποιότητα που δεν την προσφέρουν τα υποδήματα της υπόλοιπης αγοράς. Άλλοι δε πελάτες, προσδοκούν παράλληλα με την άνεση και μια πρόταση που να είναι και trendy! Για να ανταποκριθεί ο φαρμακοποιός σε αυτές τις απαιτήσεις των καταναλωτών, θα πρέπει να δει την επένδυση σε αυτή την κατηγορία μακρο-



πρόθεσμα και να είναι διαθέσιμος να αφιερώσει πραγματικά χρόνο και χώρο. Ιδιαίτερα η διαδικασία επιλογής των υποδημάτων είναι κάτι που απαιτεί τεχνογνωσία, διορατικότητα και σωστή αξιολόγηση ρίσκου. Επίσης θα πρέπει να επιλέξει τους προμηθευτές - συνεργάτες του, να φροντίσει το merchandising και να υπολογίσει σωστά το κέρδος του. Τα ανατομικά υποδήματα, ενώ για μερικά φαρμακεία έχουν γίνει αξιόλογη πηγή εσόδων και μια σημαντική προστιθέμενη αξία της διαφοροποιημένης εικόνας τους, για άλλα ήταν μια αποτυχημένη επένδυση.

Αλλά και η εξυπηρέτηση πελατών με ειδικούς νάρθηκες και πάτους, κατάλληλους για άτομα με ειδικά προβλήματα στα πόδια και στο περπάτημα, που αποζημιώνονται από τα ταμεία είναι μια ενδιαφέρουσα δραστηριότητα. Η ποδολογία απαιτεί φυσικά ειδικό εξοπλισμό, όπως π.χ. ένας ποδογράφος και ένα τέτοιο ατελιέ απαιτεί επένδυση αλλά και η απόδοσή του είναι εξίσου σημαντική.



Τα καλσόν διαβαθμισμένης συμπίεσης

Η κατηγορία αυτή έχει προοπτικές και μπορεί να αναπτυχθεί σε συνδυασμό με τα φλεβοτονωτικά OTC προϊόντα. Πρέπει να γίνει επιλογή από αξιόπιστους προμηθευτές που διαθέτουν καλσόν διαβάθμισης υψηλής ποιότητας και που μπορούν να παρέχουν κάλτσες ή καλσόν προσαρμοσμένα σε κάθε ασθενή, ανάλογα με το βαθμό και το είδος του προβλήματος. Το προβάρισμα του καλσόν είναι απαραίτητο για να διασφαλίσει στον πελάτη τη σωστή επιλογή και φυσικά δεν είναι λίγες οι φορές που ο πελάτης φεύγει από το φαρμακείο με το καλσόν στα πόδια. Η παράλληλη ενημέρωση του πελάτη σε θέματα και προβλήματα λεμφολογίας, αυξάνει την επιστημονική εικόνα του φαρμακείου.

2. Επενδύοντας σε εναλλακτικές θεραπείες

Οι εναλλακτικές θεραπείες και ότι έχει σχέση με το φυσικό για την υγεία και τη διατροφή μας, αποτελεί μια σύγχρονη τάση. Το φαρμακείο, έχοντας μια αναμφισβήτητη αξιοπιστία στο φάρμακο και στη διαχείριση της ασθένειας, έχει παράλληλα κτίσει ή οφείλει να κτίσει και μια αξιοπιστία στον τομέα της πρόληψης. Σχεδόν κάθε πελάτης που μπαίνει στο φαρμακείο θέλει να ασχοληθεί με την υγεία του, ακόμη και πριν αρρωστήσει. Είναι μια πραγματικότητα που οφείλουμε να επενδύσουμε επάνω της σαν επιστήμονες και πρεσβευτές της πρωτοβάθμιας περίθαλψης.

Οι εναλλακτικές θεραπείες εντάσσονται κυρίως στον τομέα της πρόληψης και για να είναι αποδοτικές, απαιτούν συνεχή εκπαίδευση και μια ιδιαίτερη έκθεση μέσα στο χώρο. Δημιουργώντας μια ζώνη μέσα στο χώρο του φαρμακοπωλείου με την επωνυμία «*Εναλλακτική υγεία*» ή «*Ενεργή και φυσική πρόληψη*», μπορούμε να εκθέσουμε τις εξής υποκατηγορίες, αρχίζοντας από το χώρο κοντά στην είσοδο και πλησιάζοντας τον πάγκο εξυπηρέτησης: συμπληρώματα διατροφής για την ομορφιά (δέρμα και αδυνάτισμα), συμπληρώματα διατροφής για την υγεία, κλινική διατροφή, βιταμίνες και μέταλλα, αρωμαθεραπεία, φυτοθεραπεία και τέλος την ομοιοπαθητική.

Αυτό το τμήμα πρέπει να είναι πολύ ενεργό στο φαρμακείο, με τα κατάλληλα υλικά επικοινωνίας και τις οργανωμένες προβολές. Η σήμανση στα ράφια είναι μάλιστα πρωταρχικής σημασίας, καθώς

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-mobilm.gr
Web site: www.acad-mobilm.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

και η οργάνωση θεματικών βιτρινών, ιδιαίτερα για τα διαιτητικά και τα συμπληρώματα διατροφής. Σημαντικής σπουδαιότητας επίσης είναι και η ενημέρωση του πελάτη στα βασικά δραστικά συστατικά.

Ομοιοπαθητική, αρωμαθεραπεία, φυτοθεραπεία

Ακόμη και αν ορισμένα φαρμακεία έχουν ομοιοπαθητικά φάρμακα ή ομοιοπαθητικά προϊόντα αυτοθεραπείας, η κατηγορία αυτή δεν είναι τόσο ανεπτυγμένη στην Ελλάδα. Γενικά δεν υπάρχει στα φαρμακεία μια εμφανής ζώνη στο χώρο πώλησης για τις εναλλακτικές θεραπείες. Η ομοιοπαθητική, η φυτοθεραπεία και η αρωμαθεραπεία απαιτούν



παράλληλα και ειδικές γνώσεις με εξειδικευμένη εκπαίδευση που προσφέρει τις βάσεις όχι μόνο για την παρασκευή τους, αλλά και για την κατάλληλη συμβουλή υγείας. Στην Ελλάδα, τα εργαστήρια ή οι εταιρείες που διαθέτουν επώνυμες μάρκες με τέτοιου είδους προϊόντα δεν αναπτύχθηκαν ικανοποιητικά ακόμη. Η πρόταση εναλλακτικών προϊόντων OTC, παράλληλα με τα κλασικά φάρμακα OTC, θα δώσει μια νέα ώθηση σε αυτή την κατηγορία. Ιδιαίτερα η φυτοθεραπεία και η αρωμαθεραπεία ταιριάζει στα φαρμακεία εκείνα που θέλουν να παρουσιάσουν μια εικόνα προσανατολισμένη στην ολιστική και φυσική θεραπευτική.

Η αρχική προσέγγιση του πελάτη χρειάζεται προσπάθεια και το κατάλληλο υλικό επικοινωνίας. Ένα ειδικό ενημερωτικό έντυπο και μια θεματική βιτρίνα, θα ήταν ανεκτίμητα εργαλεία προβολής της κατηγορίας. Η σοβαρή ενασχόληση του φαρμακοποιού με αυτή την κατηγορία και ιδιαίτερα η παρασκευή δικών του παρασκευασμάτων στο εργαστήριο, αφήνει αξιοσημείωτα κέρδη.

Διαιτητική και Συμπληρώματα διατροφής

Η συμβουλή και η πρόταση διαιτητικών προϊόντων αλλά και ειδικών συμπληρωμάτων διατροφής, μπορεί να συνδυαστεί με κάθε θεραπεία, ειδικά σε χρόνιους ασθενείς. Αλλά και η απώλεια βάρους είναι μια ανάγκη που απασχολεί πάνω από το μισό πληθυσμό. Μπορούν να οργανωθούν τομείς και κατηγορίες που προβάλλουν την κατάλληλη πρόταση ειδικής διατροφής σε κάθε συχνή περίπτωση υγείας.

Ο διαβήτης, η χοληστερίνη, η υπέρταση, η εμμνόπαυση, η δυσανεξία στη γλουτένη, η απώλεια βάρους... τόσοι τομείς που ο φαρμακοποι-



ός μπορεί να επενδύσει σε προτεινόμενα προϊόντα και συμβουλές διατροφής στην καθημερινή πρακτική του!

Μάλιστα, αν κάποιος άτομο από το προσωπικό έχει και γνώσεις διατροφολογίας, όπως συμβαίνει αντίστοιχα με την αισθητική ή την κοσμετολογία, θα ήταν το ιδανικότερο.

Η γνώση των σωστών συνδυασμών και των κατάλληλων δόσεων, εξασφαλίζει μια επιστημονική συμβουλή υγείας. Οι πελάτες τις περισσότερες φορές αναζητούν μια κατευθυνόμενη πρόταση από εμάς, αφού η προσφορά είναι πολύ μεγάλη, με τόσες μάρκες και τόσα διαφορετικά και ομοειδή προϊόντα που κυκλοφορούν.

Συμπληρώματα διατροφής, 2 στρατηγικές κινήσεις για την ανάπτυξή τους

- **Η σωστή οργάνωσή τους στο χώρο.** Δημιουργία μιας ειδικής ραφιάρας κοντά στον πάγκο εξυπηρέτησης, merchandising στα ράφια και σήμανση ανά ανάγκη πελάτη.
- **Η κατάλληλη πρότασή τους** σε κάθε εκτέλεση συνταγής, εκεί όπου μπορούν να προσφέρουν όφελος για την υγεία του πελάτη.

3. Δερμοκαλλυντικά, μια ξεχωριστή κατηγοριοποίηση

Παρόλο που λίγο - πολύ όλα σχεδόν τα φαρμακεία διαθέτουν μάρκες καλλυντικών, μια ξεχωριστή κατηγοριοποίησή τους θα μπορούσε να δώσει μια διαφοροποιημένη νότα στον τομέα αυτόν. Παράδειγμα, η δημιουργία τομέων για ιδιαίτερες ανάγκες του καταναλωτή, όπως η δερματολογία συμβουλής για μικροπροβλήματα του δέρματος, τα βιολογικά καλλυντικά, αλλά και τα premium καλλυντικά, είναι ειδικοί τομείς που αν αναπτυχθούν σωστά στο χώρο, θα αποφέρουν περισσότερα κέρδη για την κατηγορία. Επίσης, ιδιαίτερη κατηγοριοποίηση μπορεί να γίνει στη φροντίδα μαλλιών, στις βαφές μαλλιών και στα βρεφικά καλλυντικά. Για να γίνει κάτι τέτοιο χρειάζεται κατ' αρχάς η επιλογή των μαρκών που έχουν την καλύτερη απόδοση, αναλύοντας για κάθε μάρκα και κάθε υποκατηγορία της τον τζίρο, τα περιθώρια κέρδους αλλά και τις προσφερόμενες υπηρεσίες από μέρος της εταιρείας. Εκτός όμως από μια νέα κατηγοριοποίηση, για να δουλέψουμε ακόμη πιο επαγγελματικά τα δερμοκαλλυντικά, χρειάζεται πολύ καλή εκπαίδευση του προσωπικού που θα ασχοληθεί, καθώς και συνεχείς ενέργειες προβολών. Το επιστημονικό προφίλ του φαρμακείου, η αξιοπιστία των προϊόντων και οι σχετικά οικονομικότερες τιμές τους σε σχέση με το κανάλι της επιλεκτικής, αποτελούν μια ευκαιρία διαφοροποίησης για το φαρμακείο που θα ασχοληθεί σοβαρά με αυτή την κατηγορία.

4. Υπηρεσίες υγείας που ξεχωρίζουν

Από τη φύση του ο φαρμακοποιός έχει πολλές ειδικότητες. Αλλά μια εξειδίκευση σε βάθος σε ορισμένες υπηρεσίες υγείας μπορεί αν θέλει να την εδραιώσει στρατηγικά.

Το να εξειδικεύσεις το φαρμακείο σου σε υπηρεσίες φροντίδας και παρακολούθησης των διαβητικών, της διακοπής του καπνίσματος, της παχυσαρκίας... κ.ά., απαιτεί μια σημαντική πηγή εσόδων κυρίως από την αύξηση του πιστού πελατολογίου και τα συνωδά προϊόντα που μπορεί να προταθούν (διότι οι υπηρεσίες αυτές δεν αποζημιώνονται ακόμη στην Ελλάδα).

Ιδιαίτερα ο τομέας της ογκολογίας αποτελεί μια ανάγκη εξειδίκευσης. Τα περιστατικά με καρκίνο συνεχώς πολλαπλασιάζονται. Ο καρκινοπαθής είναι ο άνθρωπος της διπλανής πόρτας. Για αυτή την ασθένεια ο φαρμακοποιός, εκτός από τη διανομή των φαρμάκων, έχει ένα σημαντικό ρόλο να παίξει: αυτόν της παρακολούθησης και της ψυχολογικής υποστήριξης του ασθενή και της οικογένειάς του.

Πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά τα ειδικά φάρμακα που ανήκουν συνήθως στην κατηγορία υψηλού κόστους, τη δοσολογία και τις ανεπιθύμητες ενέργειες, καθώς και τις συνωδές θεραπείες. Πρέπει να παρακολουθήσει τον ασθενή του σε όλη την εξέλιξη της πάθησης. Η εξυπηρέτηση του ασθενή σε όποιο νοσηλευτικό ή παραϊατρικό προσωπικό χρειασθεί (νοσοκόμους, κинησιοθεραπευτές, αισθητικό για μακιγιάζ μετά τη χημειοθεραπεία, διατροφολόγο ή ακόμη και κομμώτρια για περούκες...), είναι απαραίτητη. Παράλληλα, μπορεί να προμηθεύσει ή να συστήσει και κάθε απαραίτητο ορθοπεδικό εξοπλισμό χρειαστεί ο ασθενής. Αυτός ο ρόλος του είναι παράλληλα και κοινωνικός.

Οι υπηρεσίες υγείας μπορεί να απαιτούν χρόνο και κόπο, αλλά σηματοδοτούν το φαρμακείο στα μάτια των πελατών του σαν το «ειδικό» και του δημιουργούν μια πιστή πελατεία, που με αμέριστη εμπιστοσύνη ακολουθεί τις οδηγίες και τις προτάσεις του φαρμακοποιού του.

Εξάλλου είναι η τάση της εποχής. Όλες οι επιχειρήσεις σήμερα που θέλουν να είναι ανταγωνιστικές, προσανατολίζονται στις υπηρεσίες προς τον πελάτη, ο οποίος πλέον είναι πολύ απαιτητικός. Μπορεί ο πελάτης να διανύσει και λίγη απόσταση παραπάνω, αρκεί να πάει στο κατάστημα που τον προσέχουν!

5. Αγνοημένοι τομείς

Αναμφισβήτητο το φαρμακείο πρέπει να επενδύσει πρωταρχικά σε τομείς που άπτονται της ειδικότητας του φαρμακοποιού. Αλλά το να συμπληρώσουμε αυτή την ειδικότητα με άλλες συναφείς, μπορεί να γίνει ένα σημαντικό ατού.

Κτηνιατρικά φάρμακα

Η αγορά αυτή έχει γίνει το «μαύρο πρόβατο» για τους φαρμακοποιούς. Αγνοημένη σχεδόν τελείως, το φαρμακείο έχει δώσει τη σκυτάλη στα pet shops που ξεφυτρώνουν σαν μανιτάρια, κυρίως στα αστικά κέντρα και καρπούνται τα αυξανόμενα κέρδη της, όσο αυξάνονται τα κατοικίδια ζώα στα σπίτια μας. Αλλά και στα φαρμακεία της επαρχίας και ιδιαίτερα των χωριών, θα μπορούσε να αναπτυχθεί αυτή η κατηγορία, ανάλογα με την υπάρχουσα κατάσταση των κτηνιατρικών ιατρείων. Και εδώ χρειάζεται αναμφισβήτητα μια ειδική εκπαίδευση στις συχνές παθολογίες των ζώων και στις κατάλληλες αγωγές και δοσολογίες. Μη νομίζετε όμως ότι οι ιδιοκτήτες των pet shops έχουν περισσότερες βάσεις επιστημονικών γνώσεων από εσάς. Αν κάποιος αποφασίσει να ασχοληθεί σοβαρά, απαραίτητο είναι να δημιουργήσει ένα κατάλληλο ράφι με τα κτηνιατρικά φάρμακα στο χώρο πώλησης. Οι κυριότερες κατηγορίες είναι: τα αντιπαρασιτικά, τα φάρμακα για τα σκουλήκια, τα φάρμακα αναπαραγωγής, και τα φάρμακα για το δέρμα και τα αυτιά.

Ακουστικά βαρνηκοΐας και οπτικά

Η συνεργασία με έναν ειδικό στα ακουστικά βαρνηκοΐας αποτελεί μια ενδιαφέρουσα δραστηριότητα που αφήνει σημαντικά περιθώρια κέρδους. Αποτελεί βέβαια μια επαγγελματική ενασχόληση ξεχωριστή, που απαιτεί παράλληλα έναν ιδιαίτερο χώρο τουλάχιστον 5-6 τ.μ., καθώς και τον κατάλληλο εξοπλισμό. Μια τέτοια επένδυση υπολογίζεται στα 30.000 - 50.000 ευρώ. Επίσης η ενασχόληση με τον πελάτη και κατά τη διάρκεια, αλλά και μετά την πώληση (προσαρμογή στις ανάγκες του πελάτη, συντήρηση...), απαιτεί ιδιαίτερο χρόνο ανά επίσκεψη. Βέβαια είναι μια δραστηριότητα που αποφέρει σημαντικά κέρδη σε κάποιον που θα ασχοληθεί επαγγελματικά, διότι τα περιθώρια κέρδους είναι 2-3 φορές επάνω από τις τιμές αγοράς των ακουστικών βαρνηκοΐας.

Επίσης και ο τομέας των οπτικών είναι μια ενδιαφέρουσα εξειδίκευση. Από τους φακούς επαφής μιας χρήσης και τον απαραίτητο εξοπλισμό τους, μέχρι τα γυαλιά προεσβυωπίας, αυτή η κατηγορία μπορεί να έχει σημαντικές αποδόσεις.



Οι συμβουλές «κλειδιά»

Μια εξειδίκευση δεν επιβάλλεται στην ομάδα, αλλά κτίζεται σε γερές βάσεις μαζί με τους συνεργάτες του φαρμακείου.

1. Προσδιορίστε έναν αρμόδιο

Μετά τη μελέτη και την απόφασή σας, αναλύστε στην ομάδα σας το σχέδιο υλοποίησής της και προσδιορίστε ένα αρμόδιο άτομο που θα πρέπει να αναλάβει να δουλέψει τον τομέα, αναλαμβάνοντας παράλληλα τις προμήθειες, την ανάλυση των αποτελεσμάτων, το merchandising, τις προβολές και τη βιτρίνα. Χρειάζεται όμως η κινητοποίηση και φυσικά η εκπαίδευσή του.

2. Αναδείξτε την αποστολή του

Προσοχή πώς θα παρουσιάσετε στο συνεργάτη σας τη νέα του αποστολή! Δε θα πρέπει να τη θεωρήσει σαν αγγαρεία αλλά να την εκτιμήσει σαν μια ανάδειξη των καθηκόντων του, σαν μια επιβράβευση. Για το λόγο αυτό, είναι καλό να κάνετε μια κατ' ιδία συνάντηση μαζί του, λέγοντάς του: «*Κρίνω ότι είσαι ο πλέον αρμόδιος και κατάλληλος και επιθυμώ να αναλάβεις αυτή τη νέα αποστολή. Ποια είναι η γνώμη σου;*»

3. Εκπαιδεύστε όλη την ομάδα

Είναι εξίσου σημαντικό να υπάρχουν πάντα αντικαταστάτες σε έναν τομέα για να ανταπεξέλθει το φαρμακείο σε περιπτώσεις απουσίας ή αποχώρησης του αρμοδίου. Η εκπαίδευση μπορεί να γίνει στους υπόλοιπους από τον ίδιο τον υπάλληλο που έχει αναλάβει. Απαραίτητες επίσης είναι και οι συναντήσεις εργασίας, όπου θα αναλύονται ανάλογες περιπτώσεις του πάγκου, για να εκτιμήσει ο φαρμακοποιός το βαθμό χειρισμού τους και να προβεί πιθανώς σε επιπλέον ενέργειες εκπαίδευσης στην ομάδα.

4. Κατευθύνετε τον πελάτη έντεχνα στον αρμόδιο

Όλοι οι συνεργάτες, παρόλο που μπορεί να έχουν εκπαιδευτεί, δεν είναι οι πλέον κατάλληλοι για να εξυπηρετήσουν τον πελάτη σε έναν τομέα. Έτσι, θα ήταν καλό να πουν στο πελάτη: «*Αν μου επιτρέπετε να καλέσω τον πλέον ειδικό του φαρμακείου μας σε αυτό τον τομέα, για να σας εξηγήσει καλύτερα*». Βέβαια αυτό δε θα πρέπει να γίνεται πάντα και σε απλές περιπτώσεις όλα τα άτομα θα πρέπει να γνωρίζουν πώς να εξυπηρετήσουν τον πελάτη σε έναν τομέα του φαρμακείου.

5. Επικοινωνήστε την εξειδίκευση

Η επικοινωνία μιας εξειδίκευσης επιβάλλεται. Εντυπία ενημερωτικά, σημάνσεις στα ράφια, μηνύματα στη βιτρίνα, στον πάγκο εξυπηρέτησης και σε οθόνες (αν υπάρχουν) μέσα στο χώρο, είναι πάντα αποδοτικά.

Η εκπαίδευση είναι απαραίτητη για την εξειδίκευση

Η ενασχόληση με ειδικές υπηρεσίες και ειδικές κατηγορίες προϊόντων, εκτός των άλλων, απαιτεί πάνω απ' όλα εκπαίδευση. Οι δυνατότητες για την εκπαίδευση είναι απεριόριστες. Ιδιαίτερα ορισμένες εταιρείες επενδύουν σημαντικά στην εκπαίδευση που αφορά είτε ορισμένες συχνές παθολογίες και την αντιμετώπισή τους, είτε την κοσμετολογία και τους διάφορους τομείς της, είτε τις δυνατότητες των συμπληρωμάτων διατροφής στην καθημερινή πρακτική του φαρμακείου. Αλλά και έγκυρα επιστημονικά βιβλία μπορεί να βρει κανείς, χωρίς φυσικά να παραλείψουμε τις άπειρες δυνατότητες γνώσης και επιμόρφωσης που προσφέρει το internet. Το παν είναι η θέληση και η σωστή οργάνωση του χρόνου.



Και φυσικά δε θα περιοριστούμε μόνο εδώ. Όταν αποφασίζουμε να εξειδικευθούμε και να προσφέρουμε επαγγελματικά τις υπηρεσίες μας στον πελάτη, χρειάζεται παράλληλα και μια επιχειρηματική εκπαίδευση σε τεχνικές επικοινωνίας με τον πελάτη, στον τρόπο εισήγησής μας στη συμπληρωματική πρόταση και στη συμβουλή υγείας.



ΚΥΚΛΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΕΣ:

Κυριακή, 25 Σεπτεμβρίου 2011 - Κυριακή, 23 Οκτωβρίου 2011
Κυριακή, 20 Νοεμβρίου 2011 - Κυριακή, 11 Δεκεμβρίου 2011

Μια τέτοιου είδους εκπαίδευση προσφέρει το Περιοδικό PHARMACY Management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, που οργανώνει από τον Σεπτέμβριο, ένα κύκλο 4 εκπαιδευτικών ημερών, το πρόγραμμα **Pharmacy Manager**.

Πληροφορίες στο www.PharmaManage.gr
και στο Τ.: 210 9843274.

Επίλογος

Η εξειδίκευση αποτελεί μια απάντηση στις σύγχρονες ανάγκες της κοινωνίας μας. Είναι μια πολύ προσωπική απόφαση για κάθε φαρμακοποιό και χρειάζεται αρχικά μελέτη του περιβάλλοντος του φαρμακείου, της χωροταξίας του, καθώς και του ανταγωνισμού, ώστε να καταλήξει κάποιος στη σωστή απόφαση που θα έχει απόδοση. Ορισμένοι θα τη θεωρήσουν σαν εξέλιξη της επιχειρησής τους και του επιστημονικού τους προφίλ και άλλοι φοβούνται ότι θα αναλωθούν σε επιπλέον δραστηριότητες, ιδιαίτερα όταν ο χρόνος τους είναι τόσο πιεσμένος.

Τελικά λίγοι είναι αυτοί που με τα σημερινά δεδομένα των φαρμακείων στην Ελλάδα, θα μπορέσουν να επενδύσουν σε χρόνο και χρήμα. Μόνο μέσα από συνεργασίες θα μπορέσει κάποιος να επενδύσει αποδοτικά σε νέες δραστηριότητες. Συνεργασίες είτε με άλλους συναδέλφους στο ίδιο φαρμακείο, συνεργασίες μέσα από μια ομάδα άλλων συναδέλφων μέσα από ένα δίκτυο φαρμακείων, και φυσικά μεσαία και μεγάλα φαρμακεία με προσωπικό, που μπορούν να δημιουργήσουν τομείς εξειδίκευσης σε κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών υγείας.

Αλλά και ο φαρμακοποιός με το μικρό φαρμακείο που το λειτουργεί μόνος του, μπορεί να διαφοροποιηθεί και να εξειδικευθεί. Αυτός που είναι «πνιγμένος» από τη γραφειοκρατία και δεν έχει εκ των πραγμάτων το χρόνο, αλλά και το χώρο και την οικονομική δυνατότητα για να εξειδικεύσει το φαρμακείο του σε νέες δραστηριότητες, σε νέες κατηγορίες προϊόντων και σε ειδικές υπηρεσίες. Αυτός λοιπόν ο φαρμακοποιός αν θέλει μπορεί πολύ απλά να εξειδικευθεί και να δραστηριοποιηθεί στη «σωστή εκτέλεση της συνταγής». Μια ενέργεια που εκ των πραγμάτων είναι μέσα στα καθήκοντά του! Η επεξήγηση του τρόπου λήψης των φαρμάκων, η πληροφόρηση για πιθανές αλληλεπιδράσεις και ανεπιθύμητες ενέργειες, οι συμβουλές για την καθημερινή ζωή του ασθενή, αλλά και η συμπληρωματική πρόταση άλλων προϊόντων για το μεγαλύτερο όφελος για την υγεία του πελάτη, είναι μια ανεκτίμητη υπηρεσία επικοινωνίας που συχνά αμελείται με το δικαιολογητικό της πίεσης χρόνου.

Θα 'λεγα ότι όλα αυτά δε χρειάζονται χρόνο αλλά τρόπο, με την κατάλληλη εκπαίδευση και αλλαγή νοοτροπίας!
Η ποιότητα σε αυτό που κάνω, όσο απλό και αν είναι, αποτελεί και αυτό μια διαφοροποίηση!

Θα επαναλάβω κάτι που γράφτηκε και στην αρχή αυτού του άρθρου:

«Δεν υπάρχει μέλλον αν περιορισθούμε στην απλή διανομή φαρμάκου». ■

Πόπη Χαραμή



Πώς το Rowa Vmax, θα σας βοηθήσει να απλουστευθεί η λειτουργία του φαρμακείου

- Δώστε στο προσωπικό σας περισσότερο χρόνο για την φροντίδα των πελάτων
- Αύξηση της αποτελεσματικότητας χωρίς την ανάγκη περισσότερων φαρμακοποιών ή βοηθών.

Το υψηλότερο επίπεδο αυτοματισμού

- Αυτόματη φόρτωση
- Πλήρη στατιστικά δεδομένα
- Διαχείριση των παραγγελιών και σύγκριση τιμολογίων
- Διαχείριση των ημερομηνιών λήξης

CSA

Αλ. Παναγούλη 51
Αγία Παρασκευή
Τηλ: 2106019530
www.csa.com.gr



Οι φαρμακευτικές εταιρείες πρέπει να **παίξουν** ένα πιο **διευρυμένο** **παιδαγωγικό** ρόλο



Με το νέο τοπίο στην αγορά του φαρμάκου, η φαρμακευτική βιομηχανία θα πρέπει να υιοθετήσει μια νέα στρατηγική επικοινωνίας προς ένα πιο διευρυμένο άξονα επαγγελματιών υγείας, αλλά και προς το κοινό.

Αυτή είναι η άποψη της κυρίας **ΚΑΙΤΗΣ ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ** που διευθύνει εδώ και 14 χρόνια την εταιρεία Alpha PR, εξειδικευμένη στην επικοινωνία υγείας.

PHARMACY MANAGEMENT & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Πώς σχολιάζεται το νέο καθεστώς της φαρμακευτικής αγοράς;

ΚΑΙΤΗ ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ Τα κυβερνητικά μέτρα για τη μείωση της φαρμακευτικής δαπάνης, όπως οι μειώσεις τιμών, η υπαγωγή πολλών μέχρι σήμερα συνταγογραφούμενων φαρμάκων στην κατηγορία ΜΗΣΥΦΑ, η επικείμενη άνοδος των αντιγράφων με χαμηλότερες τιμές από τα πρωτότυπα, αλλά και λόγω λήξης πατεντών, θα οδηγήσουν τις φαρμακευτικές εταιρείες να αλλάξουν δραστικά την επικοινωνία τους προς νέους άξονες και να μην περιορίζονται μόνο στην επαφή τους με τον γιατρό.

P.M. & E. Ποια νέα στρατηγική επικοινωνίας θα πρέπει να υιοθετήσουν οι φαρμακευτικές εταιρείες, ιδιαίτερα αυτές με προϊόντα ΜΗΣΥΦΑ, αλλά και όχι μόνο;

Κ.Α. Βλέπουμε σταδιακά μια ευαισθητοποίηση του καταναλωτή στην αυτοθεραπεία, που συμβαδίζει πολλές φορές με την ανάγκη για συμβουλή υγείας από μέρους των επαγγελματιών υγείας και κυρίως του φαρμακοποιού. Αυτός ο τελευταίος έχει μια ευκαιρία στα χέρια του να αναπτύξει αυτή την κατηγορία προϊόντων, αναδεικνύοντας ακόμη περισσότερο τον επιστημονικό του ρόλο. Σε αυτή του την προσπάθεια

όμως χρειάζεται απαραίτητα τη βοήθεια και τη στενή συνεργασία με τις φαρμακευτικές εταιρείες. Αναμφισβήτητο η επιμόρφωσή του δε θα πρέπει να περιορίζεται μόνο στα προϊόντα αυτοθεραπείας, αλλά και στα φάρμακα ή άλλα προϊόντα που απευθύνονται και σε άλλες παθήσεις και κυρίως στις χρόνιες.

Έτσι θεωρώ ότι η στρατηγική επικοινωνίας των φαρμακευτικών εταιρειών θα πρέπει να κατευθυνθεί στις εξής ενέργειες:

- Επιμόρφωση της ομάδας του φαρμακείου σε ανάλογες παθολογίες με τα προϊόντα τους.
- Επιμόρφωση της ομάδας του φαρμακείου για την κατάλληλη επικοινωνία και προσέγγιση του πελάτη, σε συχνές περιπτώσεις του πάγκου που έχουν σχέση με τα προϊόντα τους.
- Φροντίδα για προβολή των προϊόντων τους (αν δεν ανήκουν στα φάρμακα) στο φαρμακείο (μια πανκάρτα βιτρίνας, ένα stand πάγκου, ενημερωτικά φυλλάδια... κ.λπ.).

Θεωρώ ότι οι ανωτέρω ενέργειες δημιουργούν σχέσεις στρατηγικής συνεργασίας με τον φαρμακοποιό και παράλληλα βελτιώνουν την εικόνα και τη φήμη της εταιρείας.

Ας σημειώσουμε ότι η ομάδα του φαρμακείου τις περισσότερες φορές, ενώ γνωρίζει το προϊόν δε γνωρίζει την εταιρεία!

P.M. & E. Πιστεύετε ότι οι φαρμακευτικές εταιρείες έχουν ευαισθητοποιηθεί αρκετά για το ρόλο που μπορεί να παίξει ο φαρμακοποιός στην προώθηση των προϊόντων τους;

Κ.Α. Είναι γεγονός ότι μέχρι τώρα οι περισσότεροι φαρμακοποιοί εκτελούσαν μόνο τη συνταγή του γιατρού ή την αυθόρμητη ζήτηση του προϊόντος από τον καταναλωτή λόγω διαφήμισης κυρίως. Σήμερα φαίνεται να ευαισθητοποιούνται όλο και περισσότεροι για να αναλάβουν πιο ενεργό ρόλο στη συμβουλή υγείας και στην πρόταση ΜΗΣΥΦΑ και γενικά παραφαρμακευτικών προϊόντων. Ακόμη και αν δεν το κάνουν ακόμη πολλοί, θα αναγκαστούν να το κάνουν στο άμεσο μέλλον, διαφορετικά θα αντιμετωπίσουν σοβαρό οικονομικό πρόβλημα λόγω μείωσης της συνταγογραφίας στα φάρμακα από τα ταμεία.

Αυτό το τοπίο φαίνεται άκρως ευνοϊκό για να αναλάβουν δράση υποκίνησης οι φαρμακευτικές εταιρείες. Η δική μου γνώμη είναι ότι οι φαρμακευτικές εταιρείες αρχίζουν να συνειδητοποιούν το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει ο φαρμακοποιός για την προώθηση των προϊόντων τους. Για το λόγο αυτό, αρχίζουν να αναπτύσσουν και να υλοποιούν προγράμματα δημοσίων σχέσεων, καθώς και να πραγματοποιούν ενέργειες επικοινωνίας προς το συγκεκριμένο κλάδο.

P.M. & E. Τι ενέργειες κάνουν οι φαρμακευτικές εταιρείες μέχρι τώρα στο φαρμακείο;

K.A. Μερικές εταιρείες, πολύ λίγες όμως, έχουν δημιουργήσει τμήματα επιστημονικών συνεργατών για ενημέρωση των φαρμακοποιών πάνω στα προϊόντα τους.

Δίνουν μεγάλη σημασία στην πληροφόρηση της ομάδας του φαρμακείου πάνω στη σωστή δοσολογία, στη συμμόρφωση του ασθενή στη θεραπεία, στη φαρμακοεπαγρύπνηση, στην ενημέρωση του φαρμακοποιού, κ.λπ.

P.M. & E. Τι ενέργειες κάνουν μέχρι τώρα στο κοινό;

K.A. Όσον αφορά στα ΜΗΣΥΦΑ, οι κυριότερες ενέργειες επικοινωνίας είναι: Διαφήμιση στα ΜΜΕ, Ενέργειες δημοσιότητας, συμμετοχή σε social media και βέβαια καμπάνιες ενημέρωσης του κοινού για συγκεκριμένες ασθένειες ή καταστάσεις.

Για τα αμιγώς φάρμακα (εδώ δεν επιτρέπεται η επικοινωνία για το προϊόν), πραγματοποιούν καμπάνιες ευαισθητοποίησης, ενημέρωσης και εκπαίδευσης του κοινού και πάλι για τη συγκεκριμένη ασθένεια που τους ενδιαφέρει, λειτουργία Γραφείου Τύπου, συνεργασία με συλλόγους ασθενών και υποστήριξη αυτών, κ.ά.

P.M. & E. Εσείς στην APR τι υπηρεσίες μπορείτε να τους προσφέρεται;

K.A. Εμείς στην APR (Alpha Public Relations) προσφέρουμε όλο το φάσμα των υπηρεσιών υγείας προς όλα τα κοινά (ιατρική ή φαρμακευτική κοινότητα, ευρύ κοινό, Αρχές, συλλόγους ασθενών, κ.λπ.).

Αυτό σημαίνει ότι μπορούμε να αναλάβουμε από την αποστολή ενός Δελτίου Τύπου μέχρι και τη δημιουργία και υλοποίηση ολοκληρωμένου προγράμματος επικοινωνίας / marketing / δημοσίων σχέσεων. Επίσης προσφέρουμε υπηρεσίες lobbying, crisis management, και social media.

Στο γραφείο μας λειτουργεί εσωτερικά δημιουργικό για τη φιλοτέχνηση των εντύπων των πελατών μας, καθώς και διαφημιστικό τμήμα και πάλι για τις ανάγκες των πελατών μας.

Τελευταία μας υπηρεσία είναι αυτή της ιατρικής και φαρμακευτικής ενημέρωσης σε συνεργασία με τους πελάτες μας.

P.M. & E. Πώς θα πρέπει να διαμορφωθεί κατά τη γνώμη σας η επικοινωνία υγείας στο άμεσο μέλλον, με ποια μέσα;

K.A. Σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία υγείας στο άμεσο μέλλον πιστεύω ότι θα παίξουν τα social media και η συνεχής συνεργασία φαρμακευτικών εταιρειών, φαρμακοποιών και ιατρών.

Αυτό σημαίνει ότι σιγά - σιγά θα μειωθεί η διαφήμιση και οι μέχρι σήμερα αποδεκτές πρακτικές του marketing και των πωλήσεων και θα οδηγηθούμε σε πιο προσωπικές και άμεσες ανθρωποκεντρικές λογικές και ενέργειες.

Η επικοινωνία και οι Δημόσιες Σχέσεις θα προσπαθήσουν να διαφοροποιήσουν το κάθε προϊόν από τον ανταγωνισμό του σε όλα τα κοινά και να του προσδώσουν αυτό που λέμε added value. ■



Σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία υγείας στο άμεσο μέλλον θα παίξουν τα social media και η συνεχής συνεργασία φαρμακευτικών εταιρειών, φαρμακοποιών και ιατρών

**ΠΡΟΦΙΛ**

Η κυρία Καίτη Αντωνοπούλου είναι πτυχιούχος του Πάντειου Πανεπιστημίου Αθηνών (Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων). Έχει ειδικευθεί με διάφορα συνέδρια και σεμινάρια στις δημόσιες σχέσεις και στην επικοινωνία, καθώς και στην προώθηση πωλήσεων και στην οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων.

Με την επικοινωνία υγείας ασχολείται αποκλειστικά από το 1987, ως Διευθύντρια Δημοσίων Σχέσεων της εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων Interpress. Πελάτες που έχει χειριστεί: Schering Plough, Roche, Bayer, Nexus Medicals, Allergan /Alvia, Rousell, Aegate, BMS, Pfizer, Upjohn and Pharmacia and Upjohn, Johnson & Johnson, Actelion, Reckitt Benckiser Future Health, Cryo-Save, Boehringer Ingelheim, ΕΕΜΗ, ΠΕΘΟ ΟΡΑΣΙΣ Πανελλήνια Οφθαλμολογική Εταιρεία.

Από το 1998 είναι Γενική Δ/ντρια της APR ΕΠΕ. Είναι μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων, της Διεθνούς Ένωσης Δημοσίων Σχέσεων (IPRA) και της Ευρωπαϊκής Εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων CEPR.

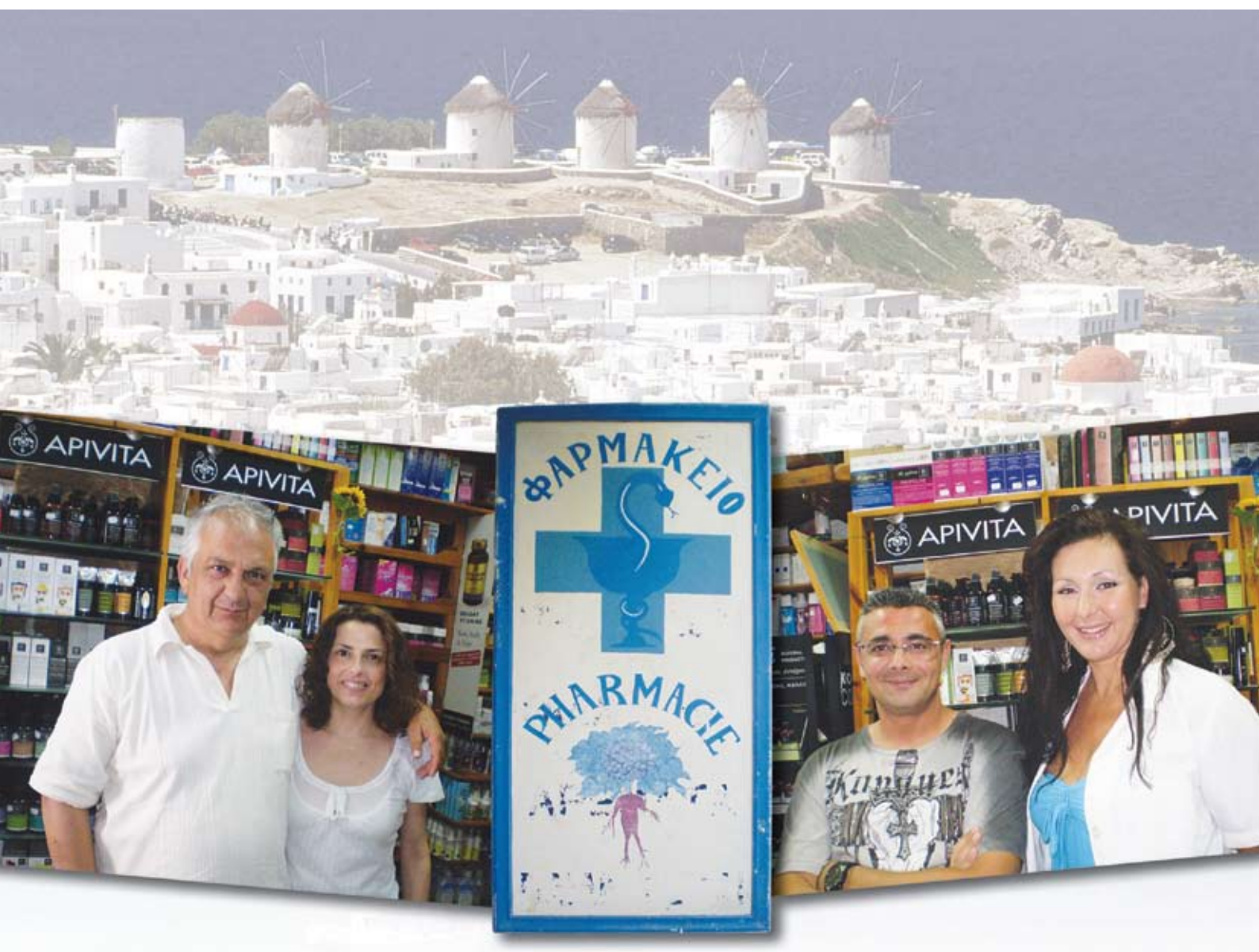


Η επιλογή του συνεργάτη σας
καθορίζει το μέλλον σας...



Αυθεντικότητα και Παράδοση

Σε ένα από τα πλέον κοσμοπολίτικα νησιά του κόσμου, στη Μύκονο, και σε ένα από τα πλέον πολυσύχναστα δρομάκια της, τα Ματογιάννια, το Φαρμακείο του κ. Γιάννη Θεοχάρη επιμένει στην αυθεντικότητα του νησιώτικου στυλ και στην παράδοση της φαρμακευτικής επιστήμης.





Πεννημένος και μεγαλωμένος στον Πειραιά από Κυκλαδίτες γονείς, με πατέρα Μυκονιάτη και μητέρα από την Τήνο, ο κ. Γιάννης Θεοχάρης από έφηβος όλα τα καλοκαίρια ήταν στο αγαπημένο του νησί στη Μύκονο και δούλευε στο έργο της αρχαίας Δήλου. Όταν τελείωσε το Λύκειο έφυγε στην Ιταλία, όπου σπούδασε φαρμακευτική στη Ρώμη. Τελείωσε το στρατιωτικό του και στη συνέχεια έστησε το φαρμακείο του εδώ, τον Ιούνιο του 1984, στο χώρο που παλιά ήταν το πατρικό του σπίτι, στα Ματογιάννια.

«Επέλεξα το επάγγελμα του φαρμακοποιού από ένστικτο», όπως μας λέει. «Από μικρός όταν έπαιζα ποδόσφαιρο στο Κερασίни, μου άρεσε να κρατώ το φαρμακείο της ομάδας μου. Αλλά ήταν και η ενασχόληση του πατέρα μου και του παππού μου με τα

θεραπευτικά βότανα, που μου καλλιέργησαν την αγάπη για τη φαρμακευτική. Εργολάβος ήταν ο πατέρας μου αλλά παράλληλα, εμπειρικά τελείως, ασχολιόταν με τη βοτανοθεραπεία. Στη δεκαετία του 60 δεν υπήρχε τότε το Κέντρο Υγείας, οι γιατροί ήταν δύο στο νησί μας και μόνο ένα φαρμακείο. Να σας πω ενδεικτικά ένα συμβάν. Ξυπνώ ένα πρωί από το θόρυβο. Πολλές ομιλίες! 20 Γάλλοι λοιπόν ήταν στην ουρά



έξω από το σπίτι μας και ο πατέρας μου να ετοιμάζει το αφέψημα για τη διάρροια!»

Το φαρμακείο του κ. Θεοχάρη είναι κεντρικότατο, σε ένα από τα πλέον εμπορικά και πολυσύχναστα δρομάρια της χώρας του νησιού, απ' όπου θα περάσει οπωσδήποτε ο κάθε επισκέπτης της Μυκόνου. «Παλιά υπήρχαν και μερικοί γιατροί στο δρόμο μας. Εδώ και 6 μήνες όμως δεν υπάρχει κανένας στην πόλη, εκτός από 2 παιδίατρος. Μετέφεραν όλοι τα ιατρεία τους περιφερειακά. Για τους κατοίκους της χώρας όμως και ιδιαίτερα τους ηλικιωμένους, που κυρίως αυτοί μείνανε εδώ, αφού οι πιο νέοι μετακομίσανε έξω από τη χώρα, αυτό είναι ένα μεγάλο πρόβλημα. Για συνταγογράφηση μόνο έρχεται ένας αγροτικός γιατρός μία φορά την εβδομάδα, στο Δημαρχείο στο γιαλό, αλλά αν χρειαστούν γιατρό θα πρέπει να μετακινηθούν στο Κέντρο Υγείας ή στα ιδιωτικά ιατρεία που βρίσκονται στον Περιφερειακό δρόμο της χώρας».

Καλοκαιρινή και χειμερινή καθημερινότητα

«Η Μύκονος είναι εδώ και χρόνια, ένας από τους top τουριστικούς προορισμούς παγκόσμια. Τα τελευταία δε χρόνια, οι επισκέπτες της αυξήθηκαν με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας, που αρχίζει νωρίς την άνοιξη μέχρι το Νοέμβριο. Έτσι εύλογα το μεγαλύτερο μέρος της πελατείας μας, περίπου το 70% αυτή την καλοκαιρινή ας την πούμε περίοδο είναι τουρίστες. Βέβαια έχουμε και τη μόνιμη πελατεία μας από τους ανθρώπους που δουλεύουν ή μένουν στη χώρα. Το ωράριο λειτουργίας του φαρμακείου είναι παρατεταμένο την τουριστική περίοδο. Είμαστε ανοικτοί τα μεσημέρια και το βράδυ κλείνουμε σχεδόν τα μεσάνυχτα. Αυτό μας αναγκάζει να δουλεύουμε με βάρδιες. Ακόμη και αν είμαστε κλειστοί, οι γιατροί μας καλούν αν παραστεί ανάγκη. Με αυτά λοιπόν τα δεδομένα, ο ρόλος μας στην πρωτοβάθμια περίθαλψη είναι πρωταρχικός. Από απλά ηλιακά εγκαύματα, ηλιαση, διάρροιας και δυσκοιλιότητα μέχρι κρουαζιέρες, ιώσεις, εγκαύματα από κουζίνες εστιατορίων, σίδερο και καυτό νερό, κοψίματα, τραυματισμούς κ.ά., είμαστε πάντα στην πρώτη γραμμή για να δώσουμε στους πελάτες μας τη συμβουλή μας, αλλά και να τους παρέχουμε τις πρώτες βοήθειες αν είναι ανάγκη. Τους λίγους χειμωνιάτικους μήνες που δεν έχουμε τουρισμό, η καθημερινότητά μας ασφαλώς είναι πιο ήσυχη και πιο ανθρώπινη. Είναι η καλύτερη περίοδος για μας, για να ζήσουμε χαλαρά στο νησί μας και να χαρούμε λίγο την οικογένειά μας. Παντρεύτηκα εδώ και λίγα χρόνια την Ασημίνα, Μυκονιάτισσα και αυτή, εκπαιδευτικός, και τα παιδιά μας είναι ακόμη πολύ μικρά. Θέλω να ασχολούμαι με την οικογένειά μου και ο χειμώνας είναι η καλύτερή μου περίοδος».

Ένα φαρμακείο προσαρμοσμένο στη νησιώτικη αρχιτεκτονική

Το στυλ όλου του φαρμακείου είναι παραδοσιακό. Από την είσοδο, που είναι μια ξύλινη κυκλαδίτικη πόρτα και τη βιτρίνα, που δεν είναι άλλη από ένα παράθυρο κοινού κυκλαδίτικου σπιτιού, η πρόσοψη του φαρμακείου διατηρεί τη Μυκονιάτικη αρχιτεκτονική. Μια απλή ξύλινη χαμηλή ραφιέρα έξω από την πόρτα, με μια ποικιλία αντηλιακών, συνθέτουν το όλο σκηνικό. «Δε θέλω να μεγαλώσω τη βιτρίνα μου, γιατί δε θέλω να καταστρέψω το παραδοσιακό Μυκονιάτικο χρώμα του τόπου μου. Ενοχλούμαι πολύ όταν βλέπω άλλα καταστήματα στη χώρα να έχουν ξεφύγει τόσο από το αυθεντικό!»



Ο χώρος μέσα στο φαρμακείο είναι πολύ μικρός, 70 τ.μ. όλος και όλος, μαζί με τους τοίχους! Το φαρμακοπωλείο στα 35 τετραγωνικά του μέτρα χαρακτηρίζεται από μια πέτρινη αψίδα που μαζί με τον



ιδιαίτερο πάγκο εξυπηρέτησης δίνουν μια ξεχωριστή νότα στην όλη εμπορική αρχιτεκτονική. Όχι έντονος φωτισμός, μια ξύλινη γόνδολα προβολής μόλις μπαίνεις στην είσοδο και γύρω - γύρω ράφια με προϊόντα. Απλά όλα! Η επιλογή των προϊόντων χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα από μια μεγάλη ποικιλία σε δερμοκαλλυντικά, που είναι και η κατηγορία

παραφαρμάκων που διακινεί περισσότερο το φαρμακείο. «Επιλέγουμε κυρίως για την πρότασή μας φυτικά καλλυντικά με προτίμηση στις Ελληνικές μάρκες. Φυσικά δε λείπουν και οι άλλες κατηγορίες παραφαρμακευτικών προϊόντων από το φαρμακείο μας, όπως τα συμπληρώματα διατροφής, η στοματική υγιεινή, τα επιδερμικά, η βρεφική φροντίδα, οι βαφές μαλλιών κ.ά. Μόνο τα ορθοπεδικά παπούτσια δε δουλεύουμε, λόγω έλλειψης χώρου και βιτρίνας».

Μια ομάδα εργασίας πρώτης γραμμής

«Έχω εξαιρετικούς συνεργάτες στην ομάδα μου», μας εξομολογείται με περηφάνια ο κ. Θεοχάρης. «Προσπαθώ πάντα να βρίσκω ισορροπίες μεταξύ του να είσαι αφεντικό, αλλά και να ακούς τη γνώμη των άλλων, να αφουγκράζεσαι τα «θέλω» τους. Είμαστε μια ομάδα πολύ ενωμένη και με διάθεση για συνεργασία. Λόγω των πολλών ωρών που μένει το φαρμακείο ανοικτό, όπως καταλαβαίνετε, εγώ δεν μπορώ πάντα να είμαι παρών. Εφαρμόζουμε, όπως σας είπα και προηγουμένως, κατανομή των ωρών εργασίας. Έχω όμως πλήρη εμπιστοσύνη στους συνεργάτες μου, ότι κατά την απουσία μου όλα κυλούν σωστά. Φυσικά η γραμμή του τηλεφώνου μου είναι πάντα διαθέσιμη σε κάθε απαραίτητη πληροφόρηση από μέρους μου, όπου και αν βρίσκομαι. Κάνουμε και κάποιες συναντήσεις βγαίνοντας έξω για να φάμε όλοι μαζί, για να μπορούμε να συζητήσουμε τα θέματα της δουλειάς μας σε ένα περιβάλλον πιο χαλαρό».

Η κα. Γεωργία Πατεράκη, πάντα χαμογελαστή και με μάτια που εκπνέουν διάθεση για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, είναι εκεί κυρίως πρωινές ώρες. Μυκονιάτισσα και αυτή, εργάζεται 7 χρόνια στο φαρμακείο. Ασχολείται και στον πάγκο στην εξυπηρέτηση συνταγών, αλλά κυρίως με την



πρόταση παραφαρμάκων, όπου έχει εξειδικευτεί κυρίως στα δερμοκαλλυντικά. Το ίδιο κάνει και στην απογευματινή βάρδια η κα. Σόνια Παναγιωτοπούλου, με καταγωγή από το Ναύπλιο, που εργάζεται στο φαρμακείο εδώ και 10 χρόνια.

Ο κ. Μάνος Ρήγας είναι και αυτός στη βάρδια με τη Σόνια. Γνωρίζει πολύ καλά τα προϊόντα αυτοθεραπείας (ΜΗΣΥΦΑ) και είναι καλά καταρτισμένος στην παροχή πρώτων βοηθειών. Παράλληλα ασχολείται με την εμπορική διαχείριση: παραγγελίες με τους εμπορικούς αντιπροσώπους, αποθήκη και το δίκτυο μηχανοργάνωσης του φαρμακείου. Εδώ ο κ. Θεοχάρης μας εξομολογείται: «Δεν είμαι πολύ της τεχνολογίας και αυτό είναι κάτι που πρέπει να το δούμε στο άμεσο μέλλον. Έχω ένα πολύ μικρό γραφείο για να κάνω τις δουλειές μου. Όπως βλέπετε, ο χώρος πίσω, είναι το εργαστήριό μου και ο αποθηκευτικός χώρος προϊόντων. Η εμπορική μας διαχείριση χρειάζεται αναβάθμιση, για να ελέγχουμε καλύτερα τα αποθέματα φαρμάκων και παραφαρμάκων. Στα φάρμακα αναγκαστικά έχουμε περισσότερα αποθέματα, αφού εφοδιαζόμαστε από τη φαρμακαποθήκη μόνο μια φορά τη μέρα και συχνά μένουμε αποκομμένοι λόγω κακών καιρικών συνθηκών με τον απόπλου των πλοίων».

Με γνώμη για το μέλλον του επαγγέλματος

«Εφόσον άνοιξε το επάγγελμα από εδώ και στο εξής, θεωρώ ότι θα ανοίγουν 2 φαρμακεία και θα κλείνουν 4! Ο τζίρος πέφτει. Με τη γραφειοκρατία χάνουμε ώρες και φαιά ουσία. Χρειάζονται άνθρωποι και χρήματα για να δουλέψει ανταγωνιστικά και να επιβιώσει ένα σύγχρονο φαρμακείο. Στο επάγγελμα αυτό, αν θέλουμε να είμαστε σοβαροί, η μόνη λύση είναι οι συνεργασίες με άλλους συναδέλφους. Επιστήμονες και επιχειρηματίες φαρμακοποιοί να συγκροτήσουν λοιπόν μικρές ομάδες πολλαπλών δραστηριοτήτων για την υγεία, με γνώμονα πάντα τη γνώση και να δημιουργήσουν φαρμακεία σε χώρους ευχάριστους, άνετους, με ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών.

Ο τρόπος που δουλεύαμε έχει περάσει. Αν μείνουμε στα ίδια θα αφανιστούμε.

Η ισχύς εν τη ενώσει λοιπόν. Αυτή είναι μια υγιής επιχειρηματικότητα για το μέλλον του επαγγέλματος κατά τη γνώμη μου και είμαι ανοικτός για συνεργασίες τέτοιου είδους εδώ στο νησί μου. Δεν είναι για μένα οι μεγαλουπόλεις. Με τον πρωινό καφέ στο λιμάνι ανοίγει το μάτι.

Βλέπεις τη θάλασσα, πιο πέρα τον ορίζοντα και ανοίγει και η ψυχή με τη σειρά της»! ■

ΦΥΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ... ΑΓΑΠΗ ΜΟΥ

«Ασχολούμαι πολύ με τις εναλλακτικές θεραπείες. Ξεκίνησα σεμινάρια πάνω στην έμπρακτη κλινική φυτοθεραπεία το 1993 στο Λαϊκό Νοσοκομείο στο Γουδί στην Αθήνα. Διοργανωτής ήταν τότε ο φαρμακοποιός κ. Ευσταθίου, του οποίου το έργο συνεχίζει μέχρι σήμερα η κόρη του κα. Χριστίνα Ευσταθίου, που διατηρεί φαρμακείο στο Παγκράτι. Ομιλητές ήταν τότε οι Γάλλοι Larraz και Durafur, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αθηνών, με την επιμέλεια του ιατρού παθολόγου κ. Σιταρά και του φαρμακολόγου κ. Βαρώνου. Ερχόμουν να τα παρακολουθήσω ένα Σαββατοκύριακο κάθε μήνα, από το πρωί μέχρι το βράδυ. Φυσικά την εκπαίδευση αυτή τη συνεχίζω με την ομάδα της κας Χριστίνας Ευσταθίου. Παράλληλα, το πάθος μου είναι και η καλλιέργεια αρωματικών φαρμακευτικών φυτών, όπως βαλσαμόχορτο, λεβάντα, ρίγανη, θρύμπη, καθώς και η παραγωγή μελιού και κρασιού. Όλα αυτά για δική μου χρήση κυρίως και αν δώσω και σε κανένα φίλο συνάδελφο. Ο τόπος καλλιέργειας είναι εδώ στη Μύκονο και απέναντι στην Τήνο, όπου η ξηρότητα του κλίματος και ο έντονος ήλιος ευνοεί την παραγωγή υψηλής ποιότητας αρωματικών φυτών. Παράλληλα ασχολούμαι πολύ στο εργαστήριό μου με γαληνικά σκευάσματα φυτοθεραπείας. Έχω δημιουργήσει μια μόνιμη πελατεία για αυτά, όχι μόνο από τους ντόπιους, αλλά και από ξένους που έρχονται και ξανάρχονται στο νησί. Η πείρα με δίδαξε ότι αν συνδυάσουμε την επιστήμη μας με την παράδοση και την αυθεντικότητα, είναι ότι καλύτερο!»



Στάση και Αγοραστική Συμπεριφορά των Ελλήνων προς τα ΦΥΤΙΚΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Η Ελληνική αγορά των φυτικών καλλυντικών, παρόλο που σημειώνει ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, τόσο από πλευράς ζήτησης όσο και από πλευράς προσφοράς, καθώς αυξάνει ο αριθμός των ελληνικών και εισαγόμενων μαρκών που διαθέτουν φυτικά ή βιολογικά καλλυντικά, στερείται αποτελεσμάτων έρευνας της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Η έλλειψη αυτή αποτέλεσε, μεταξύ άλλων, το κίνητρο της έρευνας με τίτλο: 'Πράσινο Μάρκετινγκ: Στάσεις, Αντιλήψεις & Συμπεριφορά των Ελλήνων Καταναλωτών', η οποία πραγματοποιήθηκε από το εργαστήριο μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών ALARM, σε συνεργασία με το Κέντρο Αειφορίας CSE σε πανελλαδικό δείγμα 706 καταναλωτών.



- ◆ Από τον **ΓΕΩΡΓΙΟ ΑΥΛΩΝΙΤΗ**, καθηγητή & Πρόεδρο του Τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
και την **ΕΡΙΦΙΛΗ ΠΑΠΙΣΤΑ**, υπ. διδάκτωρ τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Αναλυτικότερα, σκοπός της έρευνας, η οποία διεξάγεται κατά τα 3 τελευταία χρόνια, είναι να μελετήσει τη στάση των Ελλήνων καταναλωτών προς τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και το βαθμό υιοθέτησης διαφόρων "πράσινων" προϊόντων κατηγοριών.

Σχετικά με τα φυτικά καλλυντικά συγκεκριμένα, θελήσαμε να διερευνήσουμε τον αγοραστή φυτικών καλλυντικών ως προς ένα σύνολο επιμέρους συμπεριφορών όπως: συχνότητα αγοράς, προτίμηση στα σημεία διάθεσης, πηγές ενημέρωσης, εξέλιξη των αγορών και συμμετοχή σε άλλες περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζουν έναν ευαισθητοποιημένο καταναλωτή, ο οποίος διευρύνει την περιβαλλοντική του συνείδηση, καθώς και την αυτοπεποίθηση στην αποτελεσματικότητα της προσωπικής του δράσης για την προστασία του περιβάλλοντος.

Στο σύνολο του πανελλαδικού δείγματος 706 καταναλωτών, ένα ποσοστό της τάξης του 30,2% αγοράζει φυτικά καλλυντικά. Ο αγοραστής φυτικών καλλυντικών είναι κυρίως γυναίκα, ηλικίας 35-44 ετών, απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ, ιδιωτικός υπάλληλος, οικογενειακού μηνιαίου εισοδήματος 2.000 – 3.000€.

Το προφίλ του καταναλωτή φυτικών καλλυντικών

Ο αγοραστής φυτικών καλλυντικών:

- Θεωρεί σημαντική την περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων.
- Νιώθει ηθικά υποχρεωμένος να υποστηρίξει την αγορά φιλικών και να αποφύγει την αγορά μη-φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων.
- Θεωρεί σημαντική την πιστοποίηση ενός προϊόντος, ώστε να το προτιμήσει από τα ανταγωνιστικά, και μπορεί να αναγνωρίσει διαφορετικές περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις.
- Θεωρεί ότι διαθέτει αρκετή γνώση για να πάρει σωστές αποφάσεις για περιβαλλοντικά θέματα.
- Ενημερώνεται κυρίως μέσω ίντερνετ και εκδόσεων για το περιβάλλον.

Εκτός από τα παραπάνω ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, ο αγοραστής φυτικών καλλυντικών συμμετέχει σε ένα εύρος δράσεων με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος, όπως ανακύκλωση και συλλογικές προσπάθειες δέντροφύτευσης.

Σε ότι αφορά την αγοραστική του συμπεριφορά, δηλώνει ότι:

- Έχει ήδη αλλάξει την προηγούμενη μάρκα που αγοράζει, για να προτιμήσει μια φιλική προς το περιβάλλον μάρκα (52,3% του δείγματος).
- Πληρώνει υψηλότερη τιμή για φιλικές προς το περιβάλλον μάρκες (40,9%).
- Προτιμά προϊόντα με ανακυκλώσιμη συσκευασία (55,4%) και συστήνει σε φίλους και συγγενείς, φιλικές προς το περιβάλλον επωνυμίες (43,9%).

Διάγραμμα 1:

Λόγοι προτίμησης φυτικών καλλυντικών



Σημείωση: τα ποσοστά αναφέρονται στο δείγμα αγοραστών φυτικών καλλυντικών

Ωστόσο, παράλληλα την έντονη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και δράση του Έλληνα καταναλωτή, σε ότι αφορά τις αγορές φυτικών καλλυντικών, ο κυριότερος λόγος προτίμησης αυτών σε σχέση με τα μη-φυτικά, είναι η σύνθεσή τους (αναφέρθηκε από το 78,4% των αγοραστών, βλ. διάγραμμα 1). Άλλοι λόγοι προτίμησης που αναφέρθηκαν, αφορούν στα καλύτερα αποτελέσματα και την προστασία του περιβάλλοντος, σε συνδυασμό με την αποφυγή πειραμάτων στα ζώα, οι οποίοι συγκεντρώνουν μικρότερα ποσοστά (9,4% και 7,5% των αγοραστών αντίστοιχα). Επομένως, το σημείο διαφοροποίησης των φυτικών καλλυντικών είναι ότι θεωρούνται πιο αγνά και φιλικά για τον οργανισμό / δέρμα. Η πλειοψηφία (71% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι αγοράζουν φυτικά καλλυντικά), μπορεί να χαρακτηριστεί ως τακτικοί πελάτες που αγοράζουν συστηματικά, ενώ το υπόλοιπο 29% αγοράζει σε μικρότερη συχνότητα, όπως απεικονίζεται και στο διάγραμμα 2.

Διάγραμμα 2:

Συχνότητα αγοράς φυτικών καλλυντικών



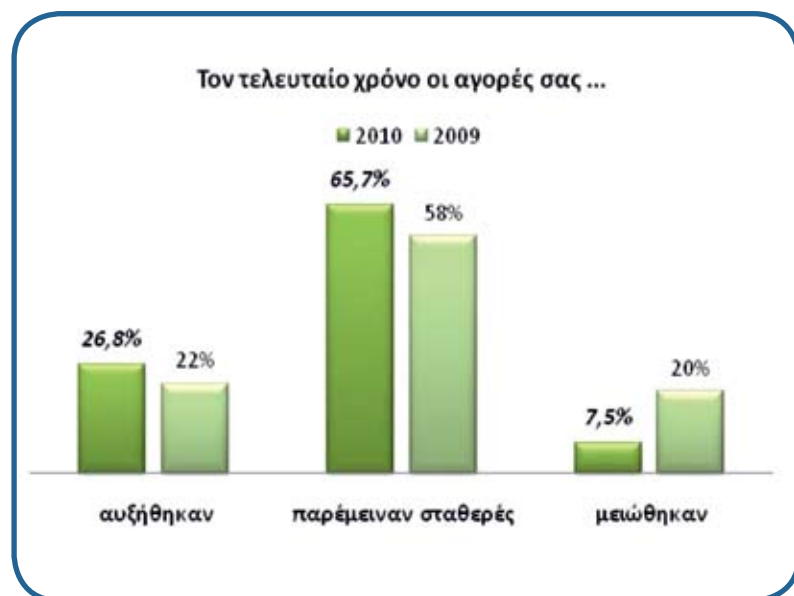
Σημείωση: τα ποσοστά αναφέρονται στο δείγμα αγοραστών φυτικών καλλυντικών.

Σε ό,τι αφορά το κρίσιμο ερώτημα της επίδρασης της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης στη συγκεκριμένη αγορά, οι ερωτώμενοι δηλώνουν σε μεγάλο ποσοστό (26,8% για το 2010 έναντι 22% για το 2009), ότι οι προσωπικές αγορές φυτικών καλλυντικών έχουν αυξηθεί κατά τον τελευταίο χρόνο (διάγραμμα 3).

Παρατηρείται λοιπόν ότι οι αγοραστές φυτικών καλλυντικών αποτελούν ένα σταθερό κοινό, το οποίο στην πλειοψηφία του έχει διατηρήσει σε ίδια επίπεδα ή έχει αυξήσει τις ποσότητες φυτικών καλλυντικών που καταναλώνει κατά τα τελευταία 2 χρόνια.

Διάγραμμα 3:

Εξέλιξη της αγοράς φυτικών καλλυντικών



Σημείωση: τα ποσοστά αναφέρονται στο δείγμα αγοραστών φυτικών καλλυντικών

Τέλος, η έρευνα αποσκοπούσε στη μελέτη της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών φυτικών προϊόντων σχετικά με τα σημεία διάθεσης αυτών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας (βλ. διάγραμμα 4), σαν κυριότερα κανάλια διανομής των φυτικών καλλυντικών αναδεικνύονται τα φαρμακεία (προτιμώνται από το 56,3% των αγοραστών) και τα καταστήματα καλλυντικών (29,1% των αγοραστών).

Εναλλακτικά κανάλια, όπως οι dealers προσωπικής πώλησης, τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων και τα super markets, συγκεντρώνουν μικρότερα ποσοστά προτίμησης (5%, 3% και 2,8% αντίστοιχα).

Διάγραμμα 4:

Σημεία αγοράς φυτικών καλλυντικών



Σημείωση: τα ποσοστά αναφέρονται στο δείγμα αγοραστών φυτικών καλλυντικών

Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας αναδεικνύουν την έντονη ευαισθητοποίηση του Έλληνα καταναλωτή, η οποία καθρεφτίζεται και στην αγοραστική συμπεριφορά του, εφόσον ο ίδιος δηλώνει πρόθυμος να συλλέξει πληροφορίες, να πληρώσει υψηλότερες τιμές και να αναζητήσει ένα φιλικό προς το περιβάλλον προϊόν σε περισσότερα του ενός καταστήματα.

Επίσης, ιδιαίτερα σημαντική διαφαίνεται η δράση των επιχειρήσεων, οι οποίες οφείλουν να ενημερώνουν το κοινό για την περιβαλλοντική τους δράση, καθώς και για οποιεσδήποτε περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις διαθέτουν.

Σε μια αγορά η οποία βαίνει ανοδική, ο σύγχρονος αγοραστής φυτικών καλλυντικών είναι περισσότερο ενημερωμένος για τις δράσεις των εταιριών και πρόθυμος να αλλάξει την αγοραστική του συμπεριφορά, προκειμένου να υποστηρίξει φιλικές προς το περιβάλλον εταιρίες και μάρκες. ■



LIMITED EDITION

Ελκυστική προσφορά με 3 full size προϊόντα μακιγιάζ προκειμένου να επιτύχετε το look που εμφανίζεται στην πίσω όψη του σετ. Επιπλέον, δώρο ένα δείγμα Eau de toilette για την τελική πινελιά στην εμφάνισή σας.

ΕΚΠΤΩΣΗ
40-50%

PROFESSIONAL
MAKE UP LOOKS
8 COLOUR
COLLECTIONS

- 1 EXTRAORDINARY RED Ε.Λ.Τ.* 29.25€ Ε.Λ.Τ.* 16.20€
- 2 CORAL LOVERS Ε.Λ.Τ.* 27.15€ Ε.Λ.Τ.* 16.20€
- 3 SILVER GLOW Ε.Λ.Τ.* 27.90€ Ε.Λ.Τ.* 16.20€
- 4 KHAKI LOVERS Ε.Λ.Τ.* 27.90€ Ε.Λ.Τ.* 16.20€
- 5 ALL TIME CLASSIC Ε.Λ.Τ.* 36.65€ Ε.Λ.Τ.* 18.20€
- 6 NAKED BRONZE Ε.Λ.Τ.* 35.15€ Ε.Λ.Τ.* 18.20€
- 7 SMOKEY EYES Ε.Λ.Τ.* 34.10€ Ε.Λ.Τ.* 18.20€
- 8 WINTER NUDE Ε.Λ.Τ.* 36.65€ Ε.Λ.Τ.* 18.20€
- 9 PROFESSIONAL MAKE UP BRUSHES Ε.Λ.Τ.* 87.25€ Ε.Λ.Τ.* 19.70€

*ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΙΜΗ



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9



**ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ
ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**
Η προσφορά ισχύει για περιορισμένο
χρονικό διάστημα και αφορά σε
9 διαφορετικά σετ προϊόντων
που θα βρείτε στα φαρμακεία

ΠΑΝΕΣ ΑΚΡΑΤΕΙΑΣ

μια αγορά με προοπτικές

Η γήρανση του πληθυσμού και η διάθεση των ηλικιωμένων ατόμων για περισσότερες δραστηριότητες, μαζί με την τμηματοποίηση της αγοράς και την αυξανόμενη διείσδυση των μαρκών με πάνες ακράτειας, συμβάλλουν στη σταθερή άνοδο αυτής της κατηγορίας.

Η ποιότητα και η αισθητική των προϊόντων βελτιώνονται και απομένει μόνο η διάθεση της ομάδας του φαρμακείου για δραστηριοποίηση σε αυτή την αγορά.

♦ Από τον **κ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΚΟΜΜΑΤΑ**,

Γενικό Διευθυντή της εταιρείας με είδη ατομικής υγιεινής LIFE CARE-ΠΗΓΗ



Σαν ακράτεια των ούρων, σύμφωνα με τους ειδικούς γιατρούς ορίζεται κάθε μη επιθυμητή διαφυγή ούρων. Αυτή η κατάσταση απασχολεί και τα δύο φύλλα, αλλά φυσικά περισσότερο το γυναικείο. Σύμφωνα με στατιστικές, σχεδόν το 90% των ατόμων κάθε ηλικίας με πρόβλημα ακράτειας είναι γυναίκες, ενώ σε πιο μεγάλη ηλικία το ποσοστό των ανδρών αυξάνεται, με αντιστοιχία 40% άνδρες και 60% γυναίκες. Μάλιστα, μια στις 2 γυναίκες μετά τα 50 έχουν πρόβλημα διαφυγής ούρων.

Η ακράτεια στη γυναίκα βέβαια δεν είναι θέμα ηλικίας. Η εγκυμοσύνη αλλά και η προσπάθεια στην άσκηση, μπορεί να προκαλέσουν φαινόμενο διαφυγής ούρων, γεγονός όμως που δημιουργεί δυσάρεστη αίσθηση στο άτομο.

Η ακράτεια προκαλεί πραγματικό ψυχολογικό πρόβλημα στα δύο τρίτα των γυναικών που προσβάλλει. Μπορεί να επηρεάσει την ποιότητα ζωής και γενικά τη δραστηριότητα του ατόμου και να φθάσει μέχρι και σε φαινόμενα απομόνωσης. Σε τέτοιες περιπτώσεις, όλοι οι παράγοντες υγείας έχουν να αντιμετωπίσουν την έννοια της δυστυχίας αλλά και της άρνησης ορισμένων γυναικών που υπομένουν αυτή την κατάσταση, όπως οι μητέρες τους στο παρελθόν, χωρίς να θέλουν να βοηθηθούν από σύγχρονες λύσεις, είτε φαρμακευτικές ή επεμβατικές, αλλά και εξωτερικής προστασίας όπως οι πάνες ακράτειας.

Σύμφωνα με στατιστικές, μόνο το 30% των γυναικών με τέτοιου είδους μόνιμα ή περιστασιακά προβλήματα διαφυγής ούρων καταφεύγουν στο γιατρό. Ο φαρμακοποιός και η ομάδα του έχουν λοιπόν ένα σπουδαίο ρόλο να διαδραματίσουν, όχι μόνο στο να

κατευθύνουν αυτές τις γυναίκες στο γιατρό, αλλά και να τους συστήσουν μια αποτελεσματική προστασία. Η πληροφόρηση για την ακράτεια δεν είναι πλέον θέμα ταμπού!

Για κάθε περίπτωση η κατάλληλη προστασία

Τα είδη από τις πάνες ακράτειας κατηγοριοποιούνται ανάλογα με τη βαθμίδα ακράτειας ως εξής:

- Για βαριά ακράτεια υπάρχουν οι πάνες ακράτειας με αυτοκόλλητο.
- Για μεσαία ακράτεια υπάρχουν οι πάνες βρακάκι (εσώρουχο).
- Για ελαφρά ακράτεια υπάρχουν οι σερβιέτες ακράτειας.
- Τέλος, να αναφέρουμε και τα υποσέντονα, που είναι βοηθητικά προϊόντα με πολλές χρήσεις σε ενήλικες και βρέφη.

4 κριτήρια επιλογής μιας πάνας ακράτειας

1. **Η απορροφητική ικανότητα** με στόχο να συγκρατεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ποσότητα ούρων.
2. **Η δυνατότητα αδιάβροχης προστασίας** είναι απαραίτητη για να μην έρχονται τα ούρα σε επαφή με το δέρμα, έτσι ώστε το δέρμα να παραμένει στεγνό.
3. **Η άνεση**, έτσι ώστε η πάνα να μην προκαλεί αίσθημα ζέστης και εφίδρωση.
4. **Η διακριτικότητα**, μια απαίτηση πολύ μεγάλης σπουδαιότητας για να εξασφαλίζει κομψότητα στην εμφάνιση, ώστε να μη διαφαίνεται κάτω από τα ρούχα, αλλά και παράλληλα να δεσμεύει τη δυσάρεστη οσμή των ούρων.

Οι περισσότερες πωλήσεις στο φαρμακείο αφορούν κυρίως τη βαριά και μέτρια ακράτεια. Ένα δε μικρό ποσοστό των πωλήσεων γίνονται μέσω συνταγογράφησης και αφορούν κυρίως τη σοβαρή ακράτεια και αυτό διότι δεν είναι ενημερωμένος ο πελάτης ότι μπορεί να τις συνταγογραφήσει.

Αξιοσημείωτο είναι πώς ακόμη και σήμερα, που ο καταναλωτής είναι περισσότερο πληροφορημένος και εξελιγμένος, λιγότερο από μια στις τρεις γυναίκες χρησιμοποιεί μια εξειδικευμένη προστασία για την ακράτεια.

Οι περισσότερες καταφεύγουν στις κοινές σερβιέτες υγείας (πολύ μικρότερης απορροφητικότητας απ' ό,τι οι ειδικές για την ακράτεια σερβιέτες), γιατί είναι για αυτές μια πιο διακριτική αγορά και λιγότερο τραυματική ψυχολογικά. Αυτά όλα αναδεικνύουν το πόσο μπορεί να συμβάλει η σωστή και διακρι-

τική προσέγγιση, καθώς και η πληροφόρηση και συμβουλή στο φαρμακείο, στην άνοδο αυτής της αγοράς.

Βέβαια ας μην παραλείψουμε να αναφέρουμε πόσο δύσκολο είναι για το άτομο να εξομολογηθεί το πρόβλημά του στον πάγκο!

Επίσης, άλλος ένας ύφαλος της ανάπτυξης αυτής της αγοράς είναι η οικονομική κρίση και η δυσκολία πολλών καταναλωτών να διαθέτουν μηνιαίως ένα αξιόλογο ποσό για την προστασία τους από την ακράτεια ούρων. Έτσι οι περισσότεροι καταφεύγουν στο Super Market, που συνήθως έχει πιο οικονομικές τιμές σε τέτοιου είδους προϊόντα.

Εδώ η κίνηση του επιχειρηματία φαρμακοποιού πρέπει να είναι έξυπνη. Επιλέγοντας και προτείνοντας μια μάρκα 20-30% πιο οικονομική από τις πολύ γνωστές μάρκες του φαρμακείου, αλλά και εξίσου ποιοτική, γίνεται ανταγωνιστικός με τις τιμές του Super Market, πουλώντας στην ίδια τιμή με αυτό. Η τιμή όπως γνωρίζουμε είναι κάτι πολύ σημαντικό και έτσι θα προσελκύσει κόσμο στο φαρμακείο μας, όπου θα βρει παράλληλα και τη συμβουλή του φαρμακοποιού.

Η κατάλληλη προσέγγιση και η επικοινωνία

Ας δούμε σε ποιες περιπτώσεις μπορεί ο φαρμακοποιός να προσεγγίσει με διακριτικότητα τον πελάτη και να μιλήσει για λύσεις αποτελεσματικής και διακριτικής προστασίας με πάνες ακράτειας.

Εκτός από τις περιπτώσεις χειρουργικών επεμβάσεων όπως η υστερεκτομή, ο φαρμακοποιός μπορεί να υποψιαστεί μια πιθανώς υπάρχουσα ακράτεια σε άτομα με εγκεφαλικό, άνοια, ατυχήματα αλλά και σε πελάτισσες μετά από εγκυμοσύνη και ιδιαίτερα μετά τη 2η ή 3η γέννα. Επίσης σε πελάτισσες παχύσαρκες, ιδιαίτερα μιας κάποιος ηλικίας, που βλέπει να αγοράζουν σερβιέτες υγείας, καθώς και σε περιπτώσεις ουρικών λοιμώξεων που συχνά υποτροπιάζουν, αλλά και σε γυναίκες με έντονη δυσκοιλιότητα ή με διαβήτη που προκαλεί πολυουρία.

Ορισμένα φάρμακα επίσης προκαλούν έντονη διούρηση και συχνά ακούσια διαφυγή ούρων (α-blockers, αντιψυχωτικά, αντικαταθλιπτικά, αντιπαρκινσονικά, αντιισταμινικά, α-συμπαθομιμητικά, ψυχότροπα, αγχολυτικά, υπνωτικά). Είναι βέβαιο δε, ότι όσο προχωρά η ηλικία, τόσο το πρόβλημα επιδεινώνεται.

Σε όλες λοιπόν τις πιο πάνω περιπτώσεις, που δεν είναι και λίγες, μπορεί ο φαρμακοποιός να υποψιαστεί μια υπάρχουσα ακράτεια και απλά να ενημερώσει τον πελάτη του όσο γίνεται πιο διακριτικά με τον εξής τρόπο:

«Επειδή συχνά αυτές οι καταστάσεις (αναφέρατε πρόβλημα υγείας) συνοδεύονται και από περιστασιακές ή μόνιμες καταστάσεις διαφυγής ούρων, ένα πολύ συχνό φαινόμενο σε πολλά άτομα, υπάρχουν πλέον σύγχρονες και διακριτικές λύσεις προστασίας. Είμαστε στη διάθεσή σας αν θέλετε να μιλήσουμε για αυτό το θέμα».

Ο στόχος του φαρμακοποιού είναι να βελτιώσει την ποιότητα ζωής του πελάτη του με ακράτεια. Εξάλλου, άλλος ο ρόλος του γιατρού και άλλος ο ρόλος του φαρμακοποιού.

Πρέπει όμως να προσδιορίσει αρχικά την ένταση του προβλήματος και να προτείνει την κατάλληλη βαθμίδα προστασίας.

Όποια και αν είναι η ηλικία του πελάτη, η διαδικασία της ανακάλυψης της ανάγκης προστασίας παραμένει η ίδια.

Αρχίστε με την ερώτηση πάνω στην ποσότητα ούρων που διαφεύγουν. Προσδιορίστε αν πρόκειται για μερικές σταγόνες που προκαλούν απλά μόνο μια δυσάρεστη αίσθηση στην επαφή με το εσώρουχο, ή μια ποσότητα ούρων με διαφυγή από το εσώρουχο που απαιτεί την άμεση αλλαγή του.

Στη συνέχεια προσδιορίστε τη συχνότητα αυτού του φαινομένου (περιστασιακά, μετά από κάποια προσπάθεια, συχνά μέσα στην ημέρα, πολύ συχνά...).

Ρωτήστε τον πελάτη για τις συνήθειες ζωής του, ώστε να του προτείνετε τη λύση που του ταιριάζει απόλυτα.

Πώς να οργανώσετε την προβολή σας στις πάνες ακράτειας

Επιλογή

Να επιλέξετε τουλάχιστον 2 μάρκες με πάνες ακράτειας, ώστε ο πελάτης να έχει επιλογή σε ποιότητα και σε τιμή.

Η έκθεση στο χώρο πώλησης

Κατά την πρόταση αυτών των προϊόντων διακρίνουμε δύο στάδια. Αρχικά τον προσδιορισμό του μεγέθους του προβλήματος και την πρόταση της κατάλληλης προστασίας και σε ένα δεύτερο στάδιο την επανάληψη της αγοράς.

Για το λόγο αυτό, οι πάνες ακράτειας πρέπει να εκτίθενται στο χώρο πώλησης, ώστε ο πελάτης να μπορεί να αυτοεξυπηρετηθεί. Δυστυχώς σπάνια τα φαρμακεία στην Ελλάδα εκθέτουν στο χώρο πώλησης τα προϊόντα αυτά, σε αντίθεση με το Super Market.

Η λεκτική επικοινωνία σας

Μη διστάζετε να ανοίξετε με διακριτικότητα τη συζήτηση σε άτομα που υποψιάζεστε ότι μπορεί να

έχουν το πρόβλημα. Οι περισσότεροι θα εκτιμήσουν τη συμβουλευτική σας προσέγγιση. Βέβαια δε θα λείψουν και αυτοί που θα προσποιηθούν ότι το πρόβλημα δεν τους αφορά. Μην πτοείστε όμως, εσείς πρέπει να κάνετε το καθήκον σας σαν επαγγελματίας υγείας.

Μιλήστε τους καλύτερα για «κάποια διαφυγή ούρων», παρά με τη λέξη «ακράτεια» που τρομάζει!

Επίσης αποφύγετε τον περιγραφικό όρο «πάνες ακράτειας». Προτιμείστε τον όρο

«ειδική προστασία από τη διαφυγή ούρων» ή ακόμη καλύτερα τον όρο «απορροφητικά εσώρουχα».

Γενικά δεν πρέπει να μιλάμε για «πάθηση», αλλά για «μια συχνή κατάσταση».

Υπάρχουν οι νέες γυναίκες, οι sportives, που χρειάζονται κάποια ελαφριά προστασία, οι γυναίκες οι ηλικιωμένες και οι παχύσαρκες που συνήθως χρειάζονται μια ενισχυμένη προστασία και τέλος και αυτές που μπορεί να αγοράσουν για τον άνδρα τους, όπου εκεί χρειάζεται ακόμα πιο λεπτός χειρισμός.

Σε όλες τις περιπτώσεις δεν αμελούμε να καθουχάσουμε τον πελάτη και να του εγγυηθούμε λύση στο πρόβλημά του με την επιλογή της κατάλληλης απορροφητικής προστασίας, διακριτικής, άνετης και χωρίς οσμές. Σε σοβαρές μάλιστα καταστάσεις μη διστάσετε να παραπέμψετε τον πελάτη σας στον ειδικό ουρολόγο, γιατί σήμερα υπάρχουν και φαρμακευτικές και επεμβατικές λύσεις.

Τα εργαλεία της επικοινωνίας σας

Δείγματα δοκιμής που προσφέρονται από τις εταιρείες, ενισχύουν πάντα τις πωλήσεις της κατηγορίας.

Συμπέρασμα

Σήμερα η ποικιλία που υπάρχει σε πάνες ακράτειας, επιτρέπει στο φαρμακείο να προσαρμόσει την επικοινωνία του σε όλες τις περιπτώσεις και να εξασφαλίσει στην πελατεία του μια μέγιστη άνεση.

Η διαχείριση από το φαρμακείο της ακράτειας είναι μια υπηρεσία φροντίδας υγείας. Ο φαρμακοποιός μπορεί να παρακινήσει άτομα που μέχρι σήμερα δεχόταν σιωπηλά το πρόβλημά τους και ζούσαν στην απομόνωση για μια καλύτερη ποιότητα ζωής, ενώ παράλληλα να αυξήσει σημαντικά τον τζίρο του (σημειωτέον ότι οι μηνιαίες αγορές ενός χρήστη είναι μεταξύ 30-60 ευρώ) και να κερδίσει έτσι το ελληνικό φαρμακείο μερίδια αυτής της κατηγορίας αγοράς από το «αδηφάγο» κανάλι του super market.

Επενδύστε λοιπόν σε μια ανερχόμενη κατηγορία με προοπτικές! ■

Σειρά προϊόντων για την ακράτεια Pharma Care

Προσφέρετε στους πελάτες σας το καλύτερο!

Τα προϊόντα της ολοκληρωμένης σειράς Pharma Care προσφέρουν μια αποτελεσματική λύση για όσους αντιμετωπίζουν πρόβλημα ακράτειας, αλλά ταυτόχρονα αποτελούν μια στρατηγική επιχειρηματική κίνηση για το φαρμακοποιοί!

Τα προϊόντα που διατίθενται στα φαρμακεία κερδίζουν αποδεδειγμένα σε μεγαλύτερο βαθμό την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Γιατί λοιπόν να διαθέτετε μέσα από το φαρμακείο σας προϊόντα για την ακράτεια που ο καταναλωτής μπορεί να βρει και στο σούπερ μάρκετ, και μάλιστα σε πιο συμφέρουσες γι' αυτόν τιμές;

Τα προϊόντα Pharma Care διατίθενται μόνο στα φαρμακεία και σε πιστοποιημένα καταστήματα πώλησης ιατρικών ειδών, παρακινώντας τους πελάτες σας να τα προτιμήσουν σε σχέση με αντίστοιχα προϊόντα που θα βρουν σε άλλα εμπορικά καταστήματα, αποφέροντας έτσι κέρδος και για αυτούς και για εσάς.

NEA ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΣΕΙΡΑ Pharma Care



• **Pharma Slip**
πάνες ακράτειας με αυτοκόλλητο



• **Pharma Go On**
πάνες ακράτειας βρακάκι



• **Pharma Pad**
υποσέντονα μιας χρήσης



• **Pharma Lady**
σερβιέτες ελαφράς ακράτειας

Pharma Care **Extra**

Πάνα ακράτειας - Βρακάκι ημέρας/νυκτός - υποσέντονο - σερβιέτα

ΜΕ 3 ΠΑΝΕΣ ΚΑΛΥΠΤΕΤΑΙ ΟΛΟ ΤΟ 24ΩΡΟ



Το ΙΚΑ & ΟΑΕΕ (ΤΕΒΕ)
χορηγούν μηνιαίως
30 πάνες ακράτειας
(για νυκτερινή χρήση)
& **30** υποσέντονα



Τα προϊόντα Pharma Care
παρασκευάζονται στην Ελλάδα

Lifecare
ΕΙΔΗ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

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



Φροντίδα για ποιότητα στη ζωή σας

Η Δερματολογία Συμβουλής

Επιλέγοντας ανάμεσα σε δερμοκαλλυντικά και σε OTC προϊόντα, οι φαρμακοποιοί μπορούν να δημιουργήσουν μια κατηγορία δερματολογικής συμβουλής μέσα στο χώρο πώλησης. Η εκπαίδευση και τα εργαλεία επικοινωνίας που τους διαθέτουν οι εταιρίες, μπορούν να αυξήσουν τη φήμη ορισμένων κωδικών και κατά συνέπεια τις πωλήσεις τους.



Tα δερματολογικά προϊόντα OTC, αλλά και αυτά που ανήκουν στην κατηγορία medical cosmetics, αποτελούν μια αξιόλογη κατηγορία συμβουλής για το φαρμακείο.

Πρόκειται για μια πολυσύνθετη κατηγορία με πολλές υποκατηγορίες. Ανάμεσα στις πλέον σημαντικές διακρίνουμε: τα επουλωτικά - αναπλαστικά, τα προϊόντα για ερεθισμούς, τα αντισηπτικά, τα προϊόντα για μυϊκές κακώσεις και αυτά για τον έρπητα.

Σήμερα που περισσότερο από ποτέ ο ρόλος της συμβουλής του φαρμακοποιού είναι επιτακτικός, η δερματολογία συμβουλής αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης. Προϊόντα OTC αλλά και μάρκες καλλυντικές με πιο «δερματολογικό προσανατολισμό» (medical cosmetics), μπορούν να δώσουν απαντήσεις σε μικροπροβλήματα του δέρματος, όπως ένα έκζεμα, ένα παράτριμμα, ένας έρπητας ή μια δερματίτιδα, χωρίς να καταφεύγουμε σε φάρμακα.

Η δυσκολία προώθησης βρίσκεται μάλλον στην καθημερινή πρακτική, δηλαδή στην απευθείας επικοινωνία πίσω από τον πάγκο, όταν ο φαρμακοποιός καλείται να δώσει τη σωστή συμβουλή σε γρήγορο χρόνο. Τρόποι για να ξεπεραστεί αυτή η δυσκολία σίγουρα υπάρχουν. Ο πιο σημαντικός είναι η εκπαίδευση όλου του προσωπικού του φαρμακείου. Σήμερα οι εταιρείες προσφέρουν μια πιο αναβαθμισμένη εκπαίδευση με ειδικούς εκπαιδευτές στο χώρο του φαρμακείου, μέσω εκπαιδευτικών σεμιναρίων που διοργανώνουν, αλλά και μέσω e-learning. Αλλά και η εφαρμογή νέων εργαλείων που βοηθούν στη συνδυαστική συμβουλή μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας. Για παράδειγμα, η δημιουργία 1-2 ραφιών με την κατηγορία προϊόντων δερματολογικής συμβουλής κοντά στον πάγκο και η σήμανσή της με δείκτες ραφιών (ρεγγλέτες) ανά περίπτωση, προσφέρει εύκολα και γρήγορα τις απαραίτητες πληροφορίες στον καταναλωτή, λειτουργώντας παράλληλα και ως βοήθημα για τη συνδυαστική μας συμβουλή. Η ανωτέρω ενέργεια προβολής στο χώρο, αποτελεί απλό αλλά αποδοτικό μέσο για να ενισχύσει κάποιος τις πωλήσεις σε αυτή την κατηγορία στο φαρμακείο του.

Τα Επουλωτικά

Το **Flamigel** της **Olvos Science** αποτελεί το σύγχρονο τρόπο αντιμετώπισης πληγών όπως επιφανειακά εγκαύματα (θερμικά, ηλιακά, χημικά), τραύματα (πείσιματα, κοψίματα, εκδορές), μετά από τη θεραπεία laser, peeling ή ακτινοθεραπεία. Επίσης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σε επιφανειακά έλκη κατάκλισης, όπως και σε τσιμπήματα εντόμων. Χάρη στη μοναδική και πρωτότυπη σύνθεσή του, ευρεσιτεχνία παγκοσμίως αναγνω-



ρισμένη (US patent), επουλώνει γρήγορα κάθε τύπο πληγής, εξισορροπώντας την υγρασία στην πληγή και διαμορφώνοντας ιδανικές θεραπευτικές συνθήκες επούλωσης, προκειμένου να επιταχυνθεί η ανανέωση των κυττάρων. Αποτρέπει τη δημιουργία ουλών ή σημαδιών και ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο και τα δυσάρεστα συμπτώματα όπως τσούξιμο, κνησμός, ερύθημα, χάρη στη δροσιστική και καταπραυντική δράση της υδρογέλης. Επιπλέον, η γέλη του Flamigel δημιουργεί στην επιφάνεια της πληγής ένα προστατευτικό φιλμ, που προστατεύει από εξωτερικές επιμολύνσεις.

Το Flamigel εφαρμόζεται όσο συχνά απαιτείται μέχρι την ολοκληρωτική επούλωση της πληγής, χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Είναι κατάλληλο για το πρόσωπο και το σώμα, για βρέφη, παιδιά και ενήλικες. Κυκλοφορεί σε μορφή gel και σε μορφή spray για μεγαλύτερες και εκτεταμένες επιφάνειες. Η μορφή του spray δεν εφαρμόζεται σε ανοιχτές πληγές και γενικά σε λύση της συνέχειας του δέρματος.

Από τα **Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA**, η κρέμα **Epitheliale AH** δρα συνεργικά στα 3 στάδια της επούλωσης, χάρη στο συνδυασμό Γαλουρονικού οξέος, με αναγνωρισμένη επουλωτική και ενυδατική δράση και εκχυλίσματος Βρώμης Rhealba® με καταπραυντικές και αναπλαστικές ιδιότητες. Η διαδικασία της επούλωσης επιταχύνεται και ο κίνδυνος παραμονής ουλών αποτρέπεται. Σχεδιασμένη ώστε να εγγυάται ισχυρή επουλωτική δράση, τόσο στις βλάβες που προκύπτουν καθημερινά (γδαροσίματα, εγκαύματα, κοψίματα...), όσο και σε εκείνες που προκύπτουν μετά από δερματολογικές επεμβατικές πράξεις (εξάιρεση και συρραφή, βιοψία, ράμματα...) ή αισθητικές (peeling, laser...), η κρέμα Epitheliale AH ξεχωρίζει για τις εξέχουσες καλλυντικές της ιδιότητες. Απλώνεται εύκολα, έχει διάφανη, μη λιπαρή υφή που δεν κολλάει και άριστη δερματική και οφθαλμική ανοχή, ενώ δεν περιέχει άρωμα.

Τα προϊόντα **Cicalfate** των **Δερματολογικών Εργαστηρίων Avène**, απευθύνονται ειδικά στο δέρμα με βλάβες, επιτρέπουν την εξυγίανσή του και ευνοούν την ανανέωση της επιδερμίδας, χάρη σε ένα συνδυασμό δραστικών συστατικών, που αποτέλεσε αντικείμενο ευρεσιτεχνίας: Χαλκός - ψευδάργυρος και Σουκραλαφάτη. Παράλληλα, χάρη στο ιαματικό Νερό της Avène καταπραυνούν την ευαίσθητοποιημένη επιδερμίδα και ανακουφίζουν τους δερματικούς ερεθισμούς. Συνιστώνται σε ενήλικες, παιδιά και βρέφη.



Η **κρέμα Cicalfate** συνδυάζει επανορθωτικές (σουκραλαφάτη σε μικρονισμένη μορφή) και αντισηπτικές (θειικός χαλκός, θειικός ψευδάργυρος και οξείδιο του ψευδαργύρου) ιδιότητες, που ευνοούν την επούλωση της ερεθισμένης επιδερμίδας χωρίς ορορροή, αποφεύγοντας τα προβλήματα που οφείλονται στην ανάπτυξη βακτηριδίων. Χωρίς πρόσθετο συντηρητικό και χωρίς άρωμα, συνιστάται για περιστασιατικούς ερεθισμούς, οχισίματα, φουσκάλες, ερύθημα από πάνες χωρίς ορορροή, ξηρές ζώνες με απολέπιση, γρατζουνιές, κοψίματα, κρούστες.

Η **Cicalfate lotion** συνδυάζει ξηραντικές (οξείδια πυριτίου με οξείδιο ψευδαργύρου), επανορθωτικές (μικρονισμένη σουκραλαφάτη) και αντισηπτικές (θειικός χαλκός, θειικός ψευδάργυρος και οξείδιο του ψευδαργύρου) ιδιότητες, που βοηθούν την αποκατάσταση του ερεθισμένου δέρματος με ορορροή. Η Cicalfate lotion δεν τσούζει και δε λερώνει τα ρούχα. Χωρίς οινόπνευμα, χρωστικές και χωρίς άρωμα, ευνοεί την επανόρθωση του ερεθισμένου δέρματος με ορορροή: φουσαλίδες, ζώνες τριβής, διαβροχή πτυχών, παιδικό εξάνθημα, ερύθημα από πάνες με ορορροή.

Το **Pulvo 47®** της **Abbott**, λόγω της διπλής του σύνθεσης, είναι ένα επουλωτικό και αντιμολυσματικό ιδιοσκεύασμα για τοπική θεραπεία τραυμάτων περιορισμένης έκτασης. Η διπλή σύνθεσή του οφείλεται σε συνδυασμό της νεομυκίνης (βακτηριοκτόνο αντιβιοτικό της ομάδας των αμινογλυκοσίδων), με μία ενεργό ενζυματική (οξειδοαναγωγική) βιολογική ουσία, την καταλάση, η οποία παράγεται από το ήπαρ του ίππου και παίζει σημαντικό ρόλο στην οξειδωση των ιστών. Λόγω της επουλωτικής και αντιμολυσματικής του δράσης, το Pulvo 47® ενδείκνυται για τοπική θεραπεία σε οποιαδήποτε τραυματική κατάσταση, ιδιαίτερα όμως, σε έλκη των άκρων, εσχαροποιήσεις, χειρουργικά τραύματα, άτονα έλκη, τραυματικές λύσεις της συνέχειας του δέρματος, εγκαύματα.



Από την **Health Plus** και το **Hydrogel** της **Master Aid**, δρα αποτελεσματικά στην επούλωση πληγών και εγκαυμάτων, ελαχιστοποιώντας τις πιθανότητες εμφάνισης ουλών. Προστατεύει τις πληγές με φυσικό τρόπο, ανανεώνει το δέρμα δημιουργώντας ιδανικό περιβάλλον υγρασίας, επισπεύδοντας τις διαδικασίες επούλωσης σε όλους τους τύπους τραυμάτων που απαιτούν προστασία και ενυδάτωση, όπως: γδαρσίματα, εκδορές, τραύματα με ορορροή, εγκαύματα (ηλιακά ή θερμικά), αλλά και εγκαύματα 1ου βαθμού.



Ιδιαίτερα για τα προϊόντα αντιμετώπισης εγκαυμάτων, η κα. Έφη Καρανάσιου – Brand Manager Personal Healthcare της **Beiersdorf Hellas** και ο κ. Χρήστος Θεμελής, Διευθυντής πωλήσεων της ίδιας εταιρείας, μας πληροφορούν: «Αυτή η κατηγορία προϊόντων πρέπει να βρίσκονται στο φαρμακείο του σπιτιού πριν συμβεί το έγκαυμα, για να είναι πραγματικά χρήσιμα και αποτελεσματικά. Άρα αποτελούν μια προληπτική αγορά την οποία θα πρέπει να κατευθύνει ο Φαρμακοποιός προς τους πελάτες του. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση των Επιθεμάτων με Αντισηπτικό, αλλά και των Επιθεμάτων αντιμετώπισης του Επιχειλίου έρπητα. Η εμφανής τοποθέτηση των προϊόντων, αν όχι όλο το χρόνο, τουλάχιστον στην εποχικότητα, είναι καίριας σημασίας για την υπενθύμιση της κατηγορίας στους καταναλωτές».

Η ευρεία γκάμα προϊόντων **Hansaplast** περιλαμβάνει δύο προϊόντα για την αντιμετώπιση των εγκαυμάτων: Το **Burn Spray**, ένα προϊόν που ανακουφίζει από τον πόνο και προλαμβάνει τη δημιουργία φουσκάλας, και τα **επιθέματα για εγκαύματα** που μειώνουν τον κίνδυνο δημιουργίας φουσκάλας και ουλής.



Τα προϊόντα για ερεθισμούς και κνησμό

Η κρέμα **Novaquasol A®** από τη **Minerva Φαρμακευτική**, αποτελεί διαχρονική αξία στη δερματολογία, για την αντιμετώπιση ελαφρών δερματοπαθειών. Συνδυάζει αντιυπερκερατωσική, επιθηλιοπλαστική, αντικνησμώνη και επουλωτική δράση, που οφείλεται στον αποτελεσματικό συνδυασμό δύο πολύ γνωστών και καταξιωμένων δραστικών ουσιών στη δερματολογία: της Βιταμίνης Α και της Πανθενόλης. Η βιταμίνη Α δρα ευνοϊκά στις υπερκερατωσικές και δυσπλαστικές εκδηλώσεις του δέρματος και το επαναφέρει στη φυσιολογική του κατάσταση, ενώ η Dexpanthenol (προβιταμίνη Β5) προάγει την επιθηλιοποίηση και έχει αξιόλογη αντικνησμώνη δράση (πχ. σε ερεθισμό από τον ήλιο, από laser ή peeling, ξηροδερμία, αλλεργικές αντιδράσεις, δερματίτιδες, έκζεμα κ.λπ.). Η κρέμα Novaquasol A® χάρη στην υδροφιλή φαρμακοτεχνική μορφή της διεισδύει στο δέρμα, απορροφάται από την επιδερμίδα και τις υποκείμενες στοιβάδες και έτσι εξασφαλίζει τη γρήγορη ανάπλαση του δέρματος και την ανάπτυξη νέου επιθηλίου, εξασφαλίζοντας ένα ταχύ θεραπευτικό αποτέλεσμα.

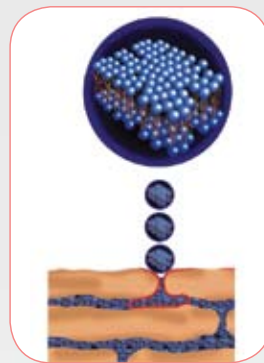


PHYSIOGEL®

Ξηρή, ευαίσθητη ή ερεθισμένη επιδερμίδα

Θωρακίζει και εξισορροπεί την επιδερμίδα

Με Δερμοανάλογα DMS®
(Derma-Membrane-Structure)



Δομή που προσομοιάζει με τη φυσική δομή της επιδερμίδας

- Υποαλλεργικά προϊόντα
- Χωρίς άρωμα
- Χωρίς χρωστικές



 **Stiefel**
a GSK company

GlaxoSmithKline α.ε.β.ε
Λ. Κηφισίας 266, 152 32 Χαλάνδρι - τηλ. 210 6882100

Η κα. Βασιλική Μπουρνάζου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια της **Stiefel-Dermatology Unit**, της εταιρείας GlaxoSmithKline, μας πληροφορεί: «*Η αγορά των προϊόντων κατά των ερεθισμών και του κνησμού αποτελεί ένα σημαντικό ποσοστό (10%) των πωλησών καλλυντικών προϊόντων στο χώρο του φαρμακείου. Επιπλέον, οι σύγχρονες συνθήκες ζωής (stress, μόλυνση, απότομες μεταβολές θερμοκρασιών, πρόχειρο φαγητό), αποτελούν παράγοντες που αυξάνουν τις πιθανότητες για ερεθισμούς και αλλεργικές καταστάσεις. Επομένως πρόκειται για μία αγορά με ολοένα και πιο σημαντικές προοπτικές, αρκεί η πρόταση των προϊόντων να συνοδεύεται από εξειδικευμένη συμβουλή που θα δημιουργήσει τον ευχαριστημένο και πιστό πελάτη. Επομένως η καλή γνώση του φαρμακοποιού, όχι μόνο στα προϊόντα, αλλά και στις παθήσεις που ανταποκρίνονται, αποτελεί το πιο δυνατό εργαλείο στην προώθησή τους.*

Πρόκειται για προϊόντα που δίνονται όλο το χρόνο, μπορεί όμως να παρουσιάζουν και εποχικότητα.

- Το αντιδραστικό και ευαίσθητο δέρμα απαιτεί προστασία όλο το χρόνο με προϊόντα με αντιερεθιστικές ιδιότητες και οπωσδήποτε υποαλλεργικά (χωρίς άρωμα, parabens, χρωστικές).

- Η έντονη ξηρότητα και ο κνησμός μπορεί να παρατηρηθεί τους μήνες με σημαντικά υψηλές ή χαμηλές θερμοκρασίες.

- Η ατοπική δερματίτιδα παρουσιάζει εξάρσεις τους χειμερινούς μήνες και υφέσεις τους καλοκαιρινούς.

- Κνησμώνδες καταστάσεις, όπως φωτοδερματίτιδες, αλλεργικές καταστάσεις, τιμπήματα εντόμων παρατηρούνται τους εαρινούς και θερινούς μήνες.

Η επιλογή του προϊόντος μπορεί να γίνει ανάλογα με την ιδιαιτερότητα και την έκταση του προβλήματος. Συνήθως προτιμάται μια λεπτόρευση υφή (lotion) για εκτεταμένες επιφάνειες και πιο θερμές περιόδους, ενώ η παχύρευση υφή για συγκεκριμένες επιφάνειες και πιο κρύες περιόδους».

Η δερματολογική σειρά της **Stiefel** προτείνει για τους ερεθισμούς του δέρματος τη σειρά **Physiogel® A.I** που αναπτύχθηκε ειδικά για τη φροντίδα της ξηρής, ευαίσθητης ή ερεθισμένης επιδερμίδας. Τα προϊόντα της δημιουργήθηκαν με βάση την τεχνολογία δερμοανάλωγων **DMS®**, η οποία μιμείται το φυσικό φραγμό της επιδερμίδας και αντιπαρέρχεται τη δράση γαλακτωματοποιητών. Παράλληλα, επιτρέπει στη κρέμα και τα ενεργά συστατικά της να διεισδύσουν στις βαθύτερες στοιβάδες της επιδερμίδας χωρίς απώλεια φυσικής υγρασίας. Επιπλέον περιέχει PEA (N-Palmitoyl-ethanolamin), μια ενεργή ουσία του οργανισμού με δράση κατά των ερεθισμών και των ελευθέρων ριζών. Είναι κατάλληλη για επιδερμίδες με ερεθισμούς, έγκαυμα, ατοπική δερματίτιδα, έπειτα



από laser και δερματολογικές πράξεις. Χωρίς άρωμα, parabens και χρωστικές, η σειρά αποτελείται από 3 προϊόντα για την ξηρή, ευαίσθητη επιδερμίδα.:

1. **Physiogel® A.I. cream**, ενυδατική, αντιερεθιστική κρέμα.
2. **Physiogel® A.I. Corps**, ενυδατικό, αντιερεθιστικό γαλάκτωμα (λεπτόρευση υφή), για εκτεταμένες επιφάνειες.
3. **Physiogel® A.I. Protect SPF 27**, ενυδατική, αντιερεθιστική και αντιηλιακή κρέμα που περιέχει επιπλέον, ένα συνδυασμό δύο ευρέος φάσματος φωτοπροστατευτικών φίλτρων, Tinosorb S και Διοξειδίου του Τιτανίου. Μη φαγεσσωρόγος, ανθεκτική στο νερό και τον ιδρώτα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως βάση μακιγιάζ.

Από την **Health Plus** το **S.O.S. PELLE** της **Dottor CICCARELLI**, είναι ένα προϊόν για την αντιμετώπιση του ερεθισμού, του κνησμού και του εξανθήματος, που προκαλούν τα ηλιακά και θερμικά εγκαύματα, αλλεργικές αντιδράσεις, ερεθισμοί από πάνες, κ.λπ.



Περιέχει ένα μίγμα φυσικών ενεργών συστατικών από Κάππαρη, Ελιά, Φραγκοσουκιά (SKINSAVE®). Επίσης περιέχει: Lipex L Sens (παράγωγο του βουτύρου Karite) με καταπραυντικές και αναπλαστικές ιδιότητες, Rhsmnosoft (φυτικής προέλευσης) για ενίσχυση αντιερεθιστικής δράσης και Betaine (απόσταγμα από παντζάρια) με ενυδατικές ιδιότητες. Η αποτελεσματικότητα και ασφάλεια χρήσης της κρέμας S.O.S. Pelle® έχει αποδειχτεί με τεστ από το τμήμα Φαρμακευτικών Επιστημών του Πανεπιστημίου της Catania.

Τα **Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA**, ως ο πλέον ειδικός στην καταπραύνη και επανόρθωση ακόμα και των πιο ερεθισμένων δερμάτων, απαντούν στους ερεθισμούς του δέρματος με ειδικά μελετημένες συνθέσεις.

Για τους ξηρούς ερεθισμούς του δέρματος, η **κρέμα Dermalibour** συνδυάζει το Χαλκό και τον Ψευδάργυρο, με αναγνωρισμένες αντιβακτηριακές και



προστατευτικές ιδιότητες με τη Βρώμη Rhealba® , με επιστημονικά τεκμηριωμένη καταπραυντική δράση, επιτυγχάνοντας αποκατάσταση και προστασία από τυχόν επιμολύνσεις. Κατάλληλη για χρήση σε βρέφη, παιδιά και ενήλικες, εξυγιαίνει, καταπραΰνει και επουλώνει το δέρμα σε περιπτώσεις συγκάματος, χρόνιου εκζέματος, περιστοματικής δερματίτιδας, δερματίτιδας από επαφή, θυλακίτιδας.

Χωρίς άρωμα και συντηρητικά και με υφή που απλώνεται εύκολα χωρίς να αφήνει ίχνη στο δέρμα.

Σε περιπτώσεις υγρών ερεθισμών, όπως το υγρό παράτριμμα, μια υγρή δερματίτιδα πτυχών, η **λοσιόν Cytelium**, με βάση τα πυριτικά άλατα μαγνησίου, το οξείδιο ψευδαργύρου και το εκχύλισμα Βρώμης Rhealba® ξηραίνει, προστατεύει και καταπραΰνει το δέρμα. Χωρίς άρωμα, χωρίς parabens και χωρίς χρώμα, η λοσιόν Cytelium δε βιάζει το δέρμα και τα ρούχα, ενώ επιτρέπει την παρακολούθηση της εξέλιξης του ερεθισμού.

Για την ατοπική δερματίτιδα σε ύφεση τα μαλακτικά παίζουν ρόλο – κλειδί στη θεραπεία. Απαραίτητα όχι μόνο στις εξάρσεις, σε συνδυασμό με τα κορτικοειδή ή τους αναστολείς της καλσινευρίνης, αλλά και στις υφέσεις, επανορθώνουν τον αλλοιωμένο προστατευτικό φραγμό, διατηρώντας το δέρμα ενυδατωμένο, μαλακό και ελαστικό.

Τα **Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA**, με εμπειρία 30 ετών στη φροντίδα του ατοπικού δέρματος και με μοναδική τεχνογνωσία στη Βρώμη Rhealba® προτείνουν τη σειρά **EXOMEGA με Νεαρούς Βλαστούς Βρώμης Rhealba®**. Σχεδιασμένη ώστε να δρα και στα 4 στάδια της ατοπικής δερματίτιδας, καταπραΰνει τους ερεθισμούς, ενισχύει τους μηχανισμούς άμυνας του δέρματος, αποκαθιστά το δερματικό φραγμό και μειώνει τη δερματική ξηρότητα. Με δύο κατατεθειμένα διπλώματα ευρεσιτεχνίας που αφορούν στους Νεαρούς Βλαστούς Βρώμης Rhealba® και ενισχυμένη δράση στην αποκατάσταση του δερματικού φραγμού χάρη στη Filaxerine®, τα προϊόντα EXOMEGA ανταποκρίνονται σε όλες τις ανάγκες του ατοπικού και πολύ ξηρού δέρματος του βρέφους, του παιδιού και



Τώρα και σε αληθινή υπέροχη γεύση φράουλα!

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 υδrolυμένου 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 (αναπήρωση και ανάπλαση μυϊκού ιστού)
- Σε άτομα υπέρβαρα ή που αναγκάζονται να κάνουν καθιστική ζωή
- Σε άτομα που κάνουν δίαιτα γιατί αυξάνει το μεταβολισμό και βοηθάει στη ρύθμιση σωματικού βάρους / λίπους
- Βοηθάει στην καταπολέμηση της κυτταρίτιδας
- Δίνει τέλος στον εφιάλητη της δυσκοιλιότητας 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 ελαστικότητα 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.



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, Βύρwanas Τ.Κ.16231,

Τηλέφωνα επικοινωνίας: 21300 81013 & 21302 21079 www.humanpotential.gr email: info@humanpotential.gr Drink Collagen for Health & Beauty

του ενήλικα. Υποαλλεργικές συνθέσεις, χωρίς άρωμα και parabens, με τεστ ανεκτικότητας από δερματολόγους σε ατοπικά δέρματα και μια ευρεία γκάμα προϊόντων υγιεινής και φροντίδας, προσαρμοσμένη στις ανάγκες ή / και τις συνήθειες των ασθενών.

Η σειρά **Aveeno®** της **Johnson & Johnson**, ως ειδικός στην επιστήμη των φυσικών ενεργών συστατικών, συνδυάζει 3 είδη βρώμης (κολοειδές βρώμης, έλαιο βρώμης και αβενανθραμίδες) στη σειρά **Aveeno Dermexa**, για να καταπραΰνει την επιδερμίδα με τάση για ατοπία. Αξιοποιώντας τις ευεργετικές ενυδατικές και καταπραΰντικές ιδιότητες της βρώμης, τα προϊόντα της σειράς Dermexa ανακουφίζουν άμεσα την ξηρή και με τάση για ατοπία επιδερμίδα και της προσφέρουν αίσθηση άνεσης.



Η **Castalia** της **LAVIPHARM** στην κατηγορία της Ατοπικής Δερματίτιδας προτείνει την **Dermafluide** της σειράς **Sensial**, μια λεπτόρρευστη λοσιόν κατάλληλη για ενήλικες, παιδιά και βρέφη. Η λοσιόν Dermafluide χρησιμοποιεί συνδυασμό πρωτοποριακών τεχνολογιών και καινοτόμων δραστικών συστατικών, προσφέροντας αποτελεσματική απάντηση σε όλα τα συμπτώματα της Α.Δ.: ερυθρήμα,

ξηρότητα, κνησμό, απολέπιση. Πιο συγκεκριμένα, περιέχει μια διεθνή πατέντα H.U.C.P. με υαλουρονικό οξύ ειδικού μοριακού βάρους που προσφέρει ενυδάτωση, καταπραΰντική δράση και αναδόμηση της επιδερμίδας. Επίσης, περιέχει το συστατικό Piroctone Olamine κατά του Staphylococcus Aureus που παρέχει αντιβακτηριδιακή δράση και

μειώνει την απολέπιση, ενώ το σύμπλοκο Norgel παρέχει ισχυρή ενυδατική δράση κατά της έντονης ξηρότητας. Χωρίς άρωμα και συντηρητικά, είναι ιδανική ακόμα και για τις πιο ευαίσθητες, μη ανεκτικές επιδερμίδες.

Παράλληλα και τα προϊόντα της σειράς **FRÖIKA ω plus** έχουν σχεδιαστεί ειδικά για το ξηρό - ατοπικό δέρμα, αξιοποιώντας την ευεργετική για το δέρμα δράση των ω-λιπαρών οξέων (ω3 και ω6) ή απαραίτητων λιπαρών οξέων (Essential Fatty Acids). Ενισχυμένα με τη δράση βιταμινών όπως Β3 (νικοτιναμίδιο),



Β5 (πανθενόλη) και Ε (τοκοφερόλη), έχουν ειδική σύσταση λιπαρής φάσης παρόμοια με αυτή του φυσιολογικού δέρματος.

Είναι πλούσια σε φυτικά έλαια (χαμομηλιού, βρώμης, avocado, borage) και shea butter, που αναπληρώνουν το έλλειμμα λιπιδίων και ισχυροποιούν την προστατευτική ικανότητα του δέρματος απέναντι στην απώλεια υγρασίας και στις εξωτερικές επιθέσεις ερεθιστικών, μολυσματικών ή αλλεργιογόνων παραγόντων.

Τα Αντισηπτικά

Το κλασικό ιώδιο είναι ένα εξαιρετικό αντισηπτικό και χρησιμοποιείται ευρέως στην πρόληψη και θεραπεία των λοιμώξεων. Εντούτοις, η χρήση του ως μικροβιοκτόνο ευρέως φάσματος έχει περιοριστεί λόγω ανεπιθύμητων ενεργειών.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1950, ανακαλύφθηκε ότι με την πρόσμιξη ιωδίου και αδρανούς πολυμερούς ή πολυβινυλοπυρρολιδόνης (ποβιδόνη) δεν προκαλείται ερεθισμός ή ευαισθητοποίηση του δέρματος και ασκείται υπολειμματική δράση.

Η εξάλειψη των ανεπιθύμητων ενεργειών του ιωδίου επέτρεψε την εκτεταμένη χρήση του ως αντισηπτικό ευρέως φάσματος, υπό τη μορφή ιωδιούχου ποβιδόνης. Το ιωδοφόρο αυτό σύμπλοκο αναπτύχθηκε σε πολλές μορφές για νοσοκομειακή χρήση, καθώς και

για γενική πρακτική, υπό την ονομασία **Betadine**, που πληροί όλες τις προϋποθέσεις ιδανικής αντισηψίας. Δε δημιουργεί ανοχή, ασκεί διαρκή και πλήρη μικροβιοκτόνο δράση, δεν ερεθίζει το δέρμα, ενώ καμία μορφή του δεν είναι τοξική και δε βάφει μόνιμα το δέρμα ή τα υφάσματα. Το Betadine ξεχωρίζει, εδώ και χρόνια, ως ένα φαρμακευτικό σκεύασμα με αναγνωρι-



μότητα, φήμη, ποιότητα, αξιοπιστία και μακρόχρονη συνέπεια. Είναι ένα όνομα που έχει καθιερωθεί στις συνειδήσεις τόσο του ιατρικού και φαρμακευτικού κόσμου, όσο και των καταναλωτών.

Στον τομέα της αντισηψίας, η **LAVIPHARM** κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά φαρμακείου το ήπιο αντισηπτικό gel χεριών **LAVISEPT**, ίδιας έρευνας και ανάπτυξης των εργαστηρίων της εταιρείας. Το LAVISEPT, με 75% αιθυλική αλκοόλη (οινόπνευμα), χωρίς νερό και σαπούνι, αλλά εμπλουτισμένο με μοναδικά συστατικά που δεν ξηραίνουν τα χέρια, βοηθά στη μείωση των μεταδοτικών λοιμώξεων, αφού προσφέρει άμεσα και αποτελεσματική αντισηψία στα χέρια.

NOVAQUASOL A[®]

Vitamin A - Dexpanthenol



Διαχρονική Αξία στη Δερματολογία

Αναπλαστική,
Αντικνησμώνης
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

Από την **Arriani Pharmaceuticals**, η κρέμα **Crystacide** με υπεροξειδίο του υδρογόνου 1% προορίζεται για τοπική χρήση για τη θεραπεία πρωτοπαθούς και δευτεροπαθούς επιφανειακής μόλυνσης της επιδερμίδας, που προκαλείται από οργανισμούς ευ-



αίσθητους στο υπεροξειδίο του υδρογόνου. Επειδή το σκεύασμα έχει διπλή δράση, αντισηψία και επούλωση, είναι κατάλληλο για κοψίματα, πληγές, εκδορές, ελαφριά εγκαύματα και αντιμετώπιση δερματικών ερεθισμών χωρίς τη χρήση αντιβιοτικού.

Το **DIASEPTYL** των Δερματολογικών Εργαστηρίων **DUCRAY** είναι ένα υδατικό διάλυμα διγλυκονικής χλωρεξιδίνης 0,2% κατάλληλο για καθαρισμό και εξυγίανση του δέρματος. Κυκλοφορεί σε μορφή σπρέι ή διάλυμα, είναι άχρωμο, χωρίς αλκοόλη και δεν τσούζει.

Στην κατηγορία των αντισηπτικών, η μάρκα **Hansaplast** διαθέτει 3 προϊόντα:

- 1) **Τα επιθέματα με Αντισηπτικό**, που περιέχουν ενεργό συστατικό το οποίο μειώνει την πιθανότητα των μολύνσεων.
- 2) **Τα Gels Καθαρισμού Χεριών** με αντισηπτικό, που σκοτώνουν το 99% των μικροβίων όταν η πρόσβαση σε νερό και σαπούνι δεν είναι εφικτή.
- 3) **Τα αντισηπτικά Μαντηλάκια Καθαρισμού**, που είναι ιδανικά για τον καθαρισμό των χεριών, αλλά επίσης και επιφανειών καθημερινής χρήσης όπως τηλέφωνα, ακουστικά, παιχνίδια κ.τ.λ.

Για εκχυμώσεις και κτυπήματα (μυϊκές κακώσεις)

Η **Arnica cream** της **Power Health** είναι μια φυτική κρέμα που βασίζεται στις αντιφλεγμονώδεις, αντισηπτικές και επούλωτικές ιδιότητες των συστατικών που περιέχει το φυτό Άρνικα (Arnica Montana). Είναι αποτελεσματική σε κάθε είδους μελανιά από κτυπήματα, πτώσεις ή κακώσεις. Παράλληλα συμβάλλει δραστικά στην αντιμετώπιση μυϊκών πόνων, διαστρεμμάτων και θλάσεων, γι' αυτό και ενδείκνυται σε περιπτώσεις τραυματισμού, σωματικής καταπό-



νησης, κραμπών, αλλά και έντονης αθλητικής δραστηριότητας. Η φυτική αυτή κρέμα είναι πολύ απαλή, δεν έχει λιπαρή σύσταση και δεν περιέχει λανολίνη. Τέλος, είναι κατάλληλη για εξωτερική τοπική χρήση και για μικρά παιδιά, αλλά και για ευαίσθητες περιοχές, όπως είναι το πρόσωπο. Η Arnica cream ανακουφίζει με απόλυτα φυσικό και ασφαλή τρόπο, απλώνοντας την κρέμα στην καταπονημένη περιοχή που το έχει ανάγκη, όσες φορές μέσα στη μέρα θεωρούμε απαραίτητο.

Αλλά και η εταιρεία **Health Plus** διαθέτει την **Arnica cream** από την **SPECCHIASOL**, μια κρέμα φυτικής σύστασης με όλα τα ευεργετικά χαρακτηριστικά της Arnica Montana. Η δράση της Άρνικα σε συνδυασμό με την αποσυμφορητική δράση του Melilotus Officinalis στα αιματώματα, δίνει άμεσα αποτελέσματα στους μυϊκούς τραυματισμούς. Επίσης η ύπαρξη της διοσμίνης (φλαβονοειδή) και της Βέτουλας, βελτιώνουν ακόμα περισσότερο τη φλεβική κυκλοφορία, με συνεπακόλουθο την καλύτερη αντιμετώπιση του οιδήματος.



Τα εργαστήρια της **Merck** προτείνουν για μελανιές, μώλωπες, κακώσεις και εκχυμώσεις, το **Choc Apaisyl**, μία κρέμα-gel που περιέχει εκχυλίσματα από 18 φρέσκα φυτά (βασίλικό, ύσσωπο, μαντζουράνα, λεμόνι, μέντα, ρίγανη, δεντρολίβανο, θρούμπα, φασκομηλιά, άγριο θυμάρι, θυμάρι, λεβάντα, αψέντι, angelica, μάραθο, αφήγανο, St.-John's-wort). Ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο, έχει αντισηπτική δράση και επιταχύνει την επούλωση, ενώ το Alumine acetate 8% που περιέχει, προσφέρει αιμοστατική και στυπτική δράση. Κατάλληλο για μωρά, παιδιά και ενήλικες, χρησιμοποιείται σε όλο το σώμα και το πρόσωπο, σε ανοιχτή πληγή αλλά και στην περιοχή των ματιών.

Καινοτομίες στα προϊόντα για τον έρπητα

Ο επιχείλιος έρπης είναι ένα δερματολογικό πρόβλημα που οφείλεται σε ιό και απασχολεί πολλά άτομα, ιδιαίτερα όταν πέφτει η αντίσταση του οργανισμού τους σε καταστάσεις στρες, κούρασης, ιώσεων, έντονης έκθεσης στον ήλιο... Ο επιχείλιος έρπης είναι ένας απρόσκλητος επισκέπτης που μπορεί να κάνει την εμφάνισή του τις πιο ακατάλληλες στιγμές, πριν από μία σημαντική συνάντηση στη δουλειά, πριν από το 1ο ραντεβού με τη νέα μας γνωριμία ή ακόμα και σε πιο σημαντικές και μοναδικές στιγμές της ζωής μας... Το αποτέλεσμα είναι το άγχος μας να διογκώ-

VICHY

LABORATOIRES

ΝΕΑ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕ ΤΡΙΠΛΗ ΔΡΑΣΗ
ΝΕΑ ΕΝΙΣΧΥΜΕΝΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

-72% ΣΤΗΝ ΤΡΙΧΟΠΤΩΣΗ*

*Κλινική αξιολόγηση σε 118 άτομα.

NEO
DERCOS
AMINEXIL PRO
Εντατική αγωγή κατά της τριχόπτωσης

Τριπλή δράση

NEO Αργινίνη και καινοτόμο απλικατέρ
+ Aminexil® + SP94™

Ενισχυμένη αποτελεσματικότητα
που παρατηρήθηκε σε 2 εβδομάδες, ακόμα
και σε άτομα με ευαίσθητο τριχωτό.

Αποτελέσματα αποδεδειγμένα κάτω από
δερματολογικό έλεγχο, σε νοσοκομειακό
περιβάλλον, σε άνδρες και γυναίκες.

Ευνοεί την ανάπτυξη: 81%**



Μαλλιά πιο πυκνά: 86%**



Μέση βελτίωση που παρατηρήθηκε. **Ποσοστό ατόμων που παρατήρησαν βελτίωση.

Χωρίς Paraben
Υποαλλεργικό



ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

18+12 ΑΜΠΟΥΛΕΣ ΔΩΡΟ

VICHY. Η ΥΓΕΙΑ ΕΙΝΑΙ ΟΜΟΡΦΗ

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε το www.vichyacademy.gr

νεται και η ανασφάλεια και η αμηχανία να μας χτυπούν την πόρτα την πιο ακατάλληλη στιγμή.

Εκτός από τα πολύ γνωστά και κλασικά μας φάρμακα **Zovirax** της **GSK** και **Fenivir** της **Novartis**, στο παρόν άρθρο θα επικεντρωθούμε κυρίως σε καινοτόμα OTC προϊόντα.

Τα **επιθέματα Compeed** της **Johnson & Johnson** καλύπτουν και προστατεύουν την πληγή. Επιπλέον, χάρη στην καινοτομική τεχνολογία Hydrocolloid - 075 δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες υγρασίας για την καλύτερη επούλωση της πληγής σε όλα τα στάδια του επιχειλίου έρπη.

Με 7 οφέλη σε 1 patch, κλινικά αποδεδειγμένα, επουλώνουν γρήγορα, κρύβουν άμεσα τον επιχειλίο έρπητα, μειώνουν το τσούξιμο, τον κνησμό και το αίσθημα φλόγωσης, μειώνουν την κοκκινίλα και το οίδημα, ανακουφίζουν από τον πόνο, μειώνουν τη δημιουργία φουσκάλας και εφελκίδας, και περιορίζουν τον κίνδυνο εξάπλωσης της μόλυνσης. Είναι διακριτικά και πάνω τους μπορεί να εφαρμοστεί ακόμα και κραγιόν. Για ολοκληρωμένη προστασία ημέρα και νύχτα υπάρχουν τα επιθέματα Compeed για ημέρα και τα επιθέματα Compeed για τη Νύχτα.



Η εταιρεία **Pharmaswiss** προτείνει τη μεμβράνη **Herpatch**, ένα μοναδικό και καινοτόμο προϊόν που εφαρμόζεται στον επιχειλίο έρπητα με ένα διαφορετικό τρόπο σε σχέση με τα άλλα επιθέματα. Είναι το μόνο αυτοδιαλυόμενο επίθεμα που όμως ενεργοποιείται μόνο εάν χρησιμοποιηθεί το νερό. Είναι λοιπόν σημαντικό

να διαβαστούν και να εφαρμοστούν σωστά οι οδηγίες χρήσης. Η μεμβράνη Herpatch μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας, γιατί είναι αόρατη και καλύπτει τον επιχειλίο έρπητα. Επίσης, χάρη στη βήτα-γλυκάνη, στους θειούχους πολυσακχαρίτες και στο θειικό ψευδάργυρο, προλαμβάνει τη διασπορά του ιού, επιταχύνει τη θεραπεία, ανακουφίζει από τον πόνο, το αίσθημα θερμότητας, το οίδημα και τον κνησμό. Μπορεί δε να εφαρμοστεί κραγιόν και αντηλιακό πάνω στη λεπτή μεμβράνη Herpatch. Φέτος υπήρξε μια δυνατή τηλεοπτική καμπάνια για το Herpatch, που βγήκε τον Φεβρουάριο για 2 μήνες,

Τέλος, για τον επιχειλίο έρπη, η μάρκα **Hansaplast** διαθέτει τα **SOS Επιθέματα για τον Έρπη**, που είναι εύκολος, γρήγορος και διακριτικός τρόπος για την αντιμετώπιση των συμπτωμάτων του επιχειλίου έρπητα. Τα Hansaplast SOS Επιθέματα για τον Έρπη έχουν επικοινωνηθεί τόσο στα ΜΜΕ με καταχωρήσεις σε περιοδικά, όσο και μέσα στα Φαρμακεία με ειδικά σταντς πάγκου και έντυπα προς τον καταναλωτή με δείγμα προϊόντος.

Η **MERCK** προτείνει το **Herp Apaisyl**, μία θεραπευτική κρέμα με βάση την πρόπολη και κλινικά αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα, σχεδιασμένη για τη γρήγορη θεραπεία του επιχειλίου έρπητα και των ερεθισμών στα χείλη από κρυολόγημα. Αν εφαρμοστεί αμέσως με τα πρώτα συμπτώματα, μειώνει σημαντικά τη διάρκεια του επιχειλίου έρπητα, η ενόχληση και ο πόνος στην πάσχουσα περιοχή υποχωρεί και η διαδικασία επούλωσης επιταχύνεται.

Η ιδιαίτερη επικοινωνία της κατηγορίας των προϊόντων δερματολογικής συμβουλής

Η αγορά του σύγχρονου φαρμακείου είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε αυτή την κατηγορία προϊόντων. Υπάρχει πληθώρα προϊόντων, που τα περισσότερα προσφέρουν εφάμιλλα αποτελέσματα για την αντιμετώπιση των παθήσεων για τις οποίες έχουν δημιουργηθεί. Αυτό μεταφράζεται σε ειδικά στρατηγικά πλάνα που θα πρέπει να εκπονήσουν οι εταιρείες, ώστε με την εφαρμογή τους να ενισχύσουν τις πωλήσεις των προϊόντων τους. Οι περισσότερες εταιρείες σε αυτή την κατηγορία προϊόντων δερματολογικής συμβουλής, εστιάζουν την επικοινωνία τους κυρίως στους επιστήμονες υγείας και συγκεκριμένα στους ιατρούς και στους φαρμακοποιούς, χωρίς να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι μερικές επενδύουν και στα ΜΜΕ. Με την ιατρική επίσκεψη αλλά και τη συνεχή εκπαίδευση των φαρμακοποιών και του προσωπικού τους, οι εταιρείες προσπαθούν να γίνουν απόλυτα αντιληπτές οι ιδιαιτερότητες κάθε συχνού δερματολογικού προβλήματος που ο φαρμακοποιός καλείται να αντιμετωπίσει στην καθημερινότητα. Αναγνωρίζοντας τα συμπτώματα αλλά και την κλινική εικόνα και ξεχωρίζοντάς τα από άλλες παρόμοιες δερματίτιδες, μπορούμε να προτείνουμε την κατάλληλη αγωγή. Φυσικά δε λείπουν και όλα τα συνοδευτικά προωθητικά υλικά στο φαρμακείο, όπως ενημερωτικά έντυπα καταναλωτή, δείγματα δοκιμής, stands και πανκάρτες βιτρίνας, που βοηθούν πάντα σε μια πιο στοχευόμενη προβολή των προϊόντων της κατηγορίας αυτής. ■

Πόπη Χαραμή

Η υγεία των οστών μας δεν είναι παιχνίδι...



GREY



Για υγιή οστά... ασβέστιο.

Η εμμηνόπαυση, η εγκυμοσύνη, η γαλουχία αυξάνουν τις ανάγκες του οργανισμού σε ασβέστιο. Η έλλειψη άσκησης, η υπερκατανάλωση καφέ και αλκοόλ, το κάπνισμα αυξάνουν τον κίνδυνο για οστεοπόρωση σε άνδρες και γυναίκες.

Το Caltrate συμπληρώνει καθημερινά τη διατροφή σε ασβέστιο και βιταμίνη D.

- Περιέχει 600mg στοιχειακού ασβεστίου καθώς και βιταμίνη D για κλινικά αποδεδειγμένη απορρόφηση του ασβεστίου.
- Σε μορφή **δισκίου** για εύκολη λήψη.

No 1
στον κόσμο

Συμπλήρωμα ασβεστίου με Βιταμίνη D

Caltrate®



Σωστή φροντίδα για γερά οστά!

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

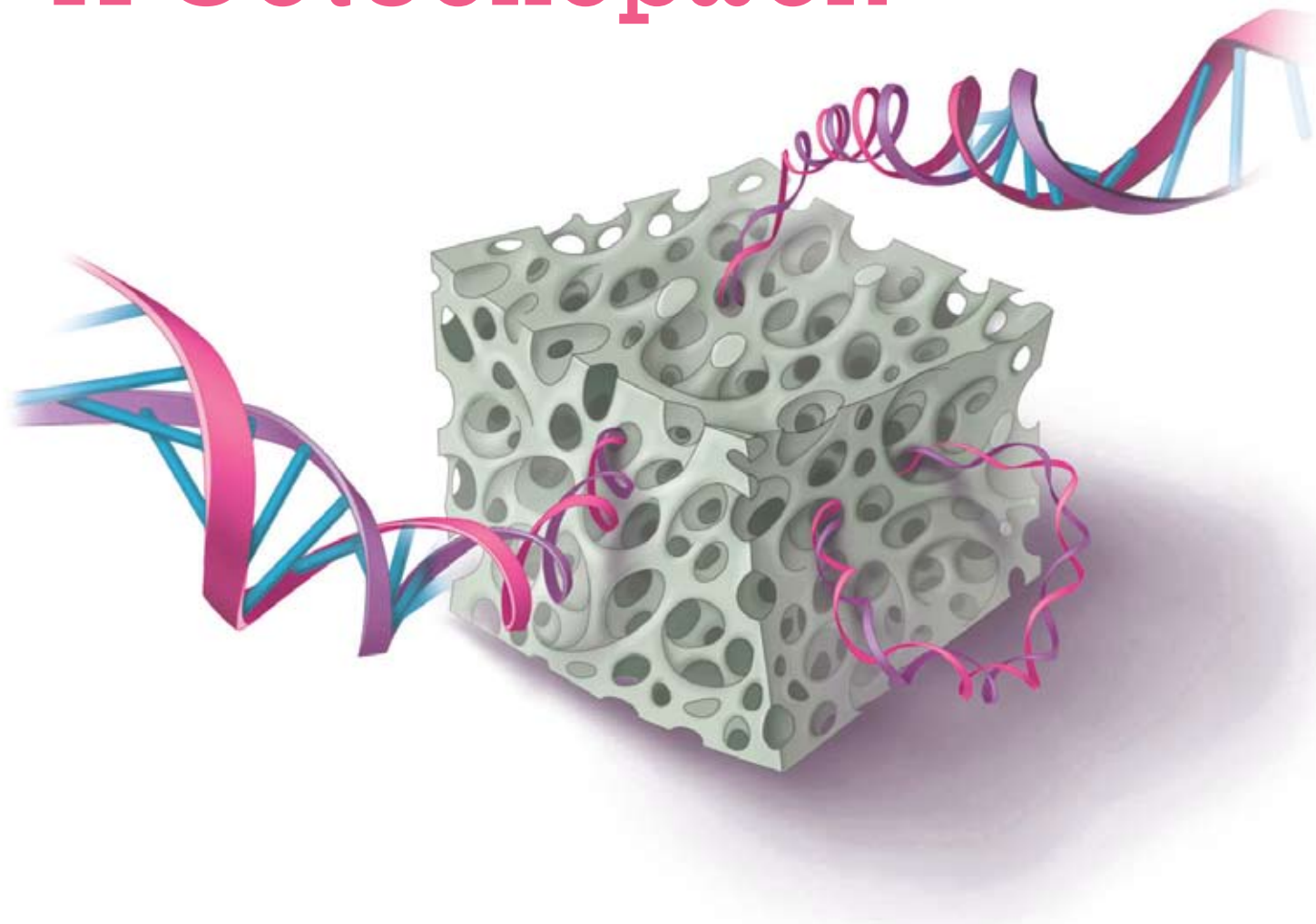
Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 10173/11.02.2010

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



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

Η Οστεοπόρωση



Για την αποτελεσματική θεραπεία της οστεοπόρωσης έχουμε να διανύσουμε ακόμη πολύ δρόμο, κυρίως όταν δεν έχουν διαγνωστεί πολλά άτομα με επικείμενο υψηλό κίνδυνο κατάγματος, όταν ακόμη και μετά το 1^ο κάταγμα, τα 8 στα 10 άτομα δεν κάνουν κάποια θεραπεία, και όταν ακόμη και αν αρχίσουν θεραπεία, μετά από τον 6ο μήνα σχεδόν οι μισοί ασθενείς σταματάνε την αγωγή τους! Ποιός ο ρόλος και η συμβουλή του φαρμακοποιού σε τέτοιες περιπτώσεις;

Συχνές ερωτήσεις ασθενών στον πάγκο του φαρμακείου

“Ο γιατρός μου είπε πως έχω οστεοπόρωση και θα πρέπει να αρχίσω να κάνω μια φυσική άσκηση, αλλά εγώ φοβάμαι μη σπάσω κάποιο κόκαλο. Τι με συμβουλευέτε εσείς;”

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Έχει απόλυτο δίκιο, διότι πολυάριθμες μελέτες έχουν δείξει ότι η φυσική άσκηση βελτιώνει την οστεοπόρωση, διότι αυξάνει την οστική πυκνότητα, ιδιαίτερα όταν το άτομο εξασκείται με αυξημένη αντίσταση για μια ώρα, 3 φορές τη βδομάδα. Η γυμναστική με βάραια και όργανα αντίστασης, «πιλάτες», διατάσεις και τα ομαδικά σπορ είναι τα πλέον κατάλληλα. Η αεροβική άσκηση όπως το τρέξιμο, το ποδήλατο, το κολύμπι, το σκι και το γρήγορο περπάτημα είναι καλά, αλλά λιγότερο αποτελεσματικά. Παράλληλα, ενδυναμώνοντας τους μύες με την άσκηση μειώνεται και ο κίνδυνος να πέσετε και να σπάσετε κάποιο κόκαλο όπως φοβάστε».

«Δεν κατάλαβα πώς πρέπει να πάρω το Actonel. Μπορείτε να μου εξηγήσετε;»

Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Τα δισκία θα πρέπει να τα καταπίνετε ολόκληρα σε καθιστή ή όρθια θέση και ποτέ ξαπλωμένη, με ένα μεγάλο ποτήρι νερό της βρύσης. Αυτό το φάρμακο πρέπει να το παίρνετε αρκετό διάστημα πριν ή μετά τα γεύματα. Περίπου μισή έως μια ώρα πριν το πρόγευμα -πράγμα που συνιστάται- ή περίπου τουλάχιστον δύο ώρες πριν ή μετά το μεσημεριανό γεύμα. Επίσης τα χάπια αυτά να τα παίρνετε τουλάχιστον μισή ώρα πριν ξαπλώσετε».

«Αληθεύει ότι και οι άνδρες μπορεί να έχουν οστεοπόρωση;»

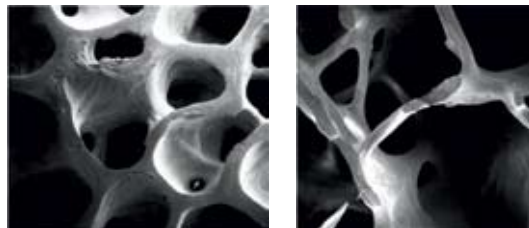
Η απάντησή σας μπορεί να είναι:

«Ναι, αλλά σε μικρότερο ποσοστό από τις γυναίκες. Ο αριθμός τους όμως όλο και μεγαλώνει λόγω της καθιστικής ζωής, αλλά και λόγω ορισμένων φαρμάκων όπως αυτά για τον προστάτη (ασθένεια που η συχνότητά της αυξάνει με την ηλικία), που μειώνουν την οστική πυκνότητα. Παρ' όλο που τα κατάγματα στους άνδρες δεν είναι τόσο συχνά, είναι όμως πιο σοβαρά απ' ό,τι στις γυναίκες, όπως π.χ. τα κατάγματα στο μηριαίο οστό».

Ας δούμε τι πρέπει να γνωρίζουμε για την οστεοπόρωση

Τι είναι η οστεοπόρωση; Είναι η κατάσταση αυτή που χαρακτηρίζεται από δύο σημαντικά στοιχεία:

1) Μειωμένη οστική μάζα και



2) Διαταραχή της μικροαρχιτεκτονικής του οστού.

Αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα κινδύνου για εμφάνιση καταγμάτων. Το 30% των γυναικών άνω των 50 ετών έχει χαμηλή οστική πυκνότητα και το ποσοστό αυξάνει με την ηλικία. Στους άνδρες, η επίπτωση των καταγμάτων αυξάνει επίσης με την ηλικία, αλλά η αύξηση ξεκινά 5-10 χρόνια αργότερα από ότι στις γυναίκες.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας ορίζει ως φυσιολογική οστική πυκνότητα μια τιμή μεταξύ μιας σταθερής απόκλισης από την κύρια τιμή νεαρών ενηλίκων του ίδιου φύλου και φυλής. Οστική πυκνότητα σε οποιονδήποτε ενήλικα μεταξύ 1 και 2,5 σταθερών αποκλίσεων κάτω της κύριας τιμής ορίζεται ως οστεοπενία, ενώ τιμή άνω των 2,5 σταθερών αποκλίσεων κάτω της κύριας τιμής ορίζεται ως οστεοπόρωση και συνδυάζεται με αυξημένη σκελετική ευθραυστότητα.

Επιβαρυντικοί παράγοντες στην εμφάνιση οστεοπόρωσης είναι η ηλικία, το ατομικό ή κληρονομικό ιστορικό καταγμάτων, το κάπνισμα, η θεραπεία με κορτικοστεροειδή, η ασιατική ή ισπανική καταγωγή.

Προστατευτικοί παράγοντες έναντι της νόσου αποτελούν ο αυξημένος δείκτης μάζας σώματος (άτομα δηλαδή παχύσαρκα), τα οιστρογόνα, και η διατροφική πλούσια σε ασβέστιο (κατά βάση γαλακτοκομικά προϊόντα).

Τα αίτια της οστεοπόρωσης είναι αρκετά.

Αναφέρονται τα πιο σημαντικά:

1. Παροδική οστεοπόρωση (οστεοπενία) εγκυμοσύνης ή λόγω θηλασμού
2. Κακή διατροφή
3. Ηλικία άνω των 50 ετών
4. Εμμηνόπαυση
5. Ενδοκρινικές παθήσεις όπως ανεπάρκεια οιστρογόνων, ανεπάρκεια ανδρογόνων στους άνδρες (υπογοναδισμός σε άνδρες και γυναίκες), υπερθυρεοειδισμός, υπερπαραθυρεοειδισμός, σακχαρώδης διαβήτης, διαταραχές αυξητικής ορμόνης
6. Γαστρεντερικές παθήσεις όπως σύνδρομο δυσαπορρόφησης, μετά από επεμβάσεις στο στομάχι, κοιλιοκάκη, φλεγμονώδης νόσος του εντέρου
7. Νόσοι του ήπατος
8. Λήψη φαρμάκων όπως: κορτικοστεροειδή, ηπα-

ρίνη, αγχολυτικά και αντιεπιληπτικά

9. Νευρογενής ανορεξία

10. Ρευματολογικές παθήσεις όπως ρευματοειδής αρθρίτιδα

Ποιες είναι οι συνέπειες της οστεοπόρωσης

Ο ασθενής με οστεοπόρωση δεν εμφανίζει συνήθως συμπτώματα στα πρώτα στάδια. Ενδείξεις μπορεί να είναι η απώλεια ύψους, άλγη στους μύες του αυχένα, ενόχληση στο ισχίο, οστικό άλγος ιδίως σε περίπτωση καταγμάτων, κύφωση. Το κύριο φυσικά χαρακτηριστικό είναι το ιστορικό καταγμάτων.

Τα άτομα με οστεοπόρωση έχουν περισσότερες πιθανότητες να σπάσουν ένα κόκαλο, ακόμα και μετά από ένα σχετικά πολύ μικρό τραυματισμό. Τα κατάγματα είναι συχνότερα στο ισχίο, στη σπονδυλική στήλη και στον καρπό. Τα κατάγματα στο ισχίο και στον καρπό είναι συνήθως ξαφνικά και το αποτέλεσμα μίας πτώσης.

Τα προβλήματα στη σπονδυλική στήλη συμβαίνουν αν υποστούν κάταγμα αρκετοί σπόνδυλοι και τότε η σπονδυλική στήλη θα αρχίσει να κυρτώνει. Αυτό μπορεί να προκαλέσει πόνο στη ράχη και απώλεια ύψους και επειδή τώρα υπάρχει λιγότερος χώρος κάτω από τις πλευρές, ορισμένα άτομα παρουσιάζουν δυσκολία στην αναπνοή.

Στη θεραπεία της οστεοπόρωσης, διακρίνουμε:

1. ΤΗ ΜΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ. Αυτή περιλαμβάνει τη σωστή διατροφή, την άσκηση, τη διακοπή του καπνίσματος και την αποφυγή φαρμάκων που αυξάνουν την οστική απώλεια. Ειδική μνεία απαιτείται για τη διατροφή. Είναι σημαντική η πρόσληψη ασβεστίου και βιταμίνης D με την τροφή. Εάν αυτή δεν είναι εφικτή είτε λόγω γαστρεντερικών παθήσεων, είτε λόγω δυσανεξίας στην πρωτεΐνη του γάλακτος, η πρόσληψη θα πρέπει να γίνεται με τη μορφή συμπληρωμάτων ασβεστίου και βιταμίνης D. Ένα ενήλικο άτομο θα πρέπει να προσλαμβάνει ημερησίως 1.000-1.500mg ασβεστίου και 400-800IU βιταμίνης D.

2. ΤΗ ΘΕΡΑΠΕΙΑ ΠΙΘΑΝΗΣ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΗΣ ΝΟΣΟΥ.

3. ΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΘΕΡΑΠΕΙΑ για τη μετεμνηνοπαυσιακή οστεοπόρωση.

Αυτή περιλαμβάνει:

Τα διφωσφονικά. Ενσωματώνονται στους κρυστάλλους υδροξυαπατίτη των οστών και μειώνουν το ρυθμό της οστικής απορρόφησης.

Τα ευρέως χρησιμοποιούμενα είναι η αλενδρονάτη (το λεγόμενο Fosamax σε δόση 10mg ημερησίως ή 70mg μία φορά την εβδομάδα) και η ριζενδρονάτη (το λεγόμενο Actonel 5mg ημερησίως ή 35mg μία φορά την εβδομάδα).

Οι ανεπιθύμητες ενέργειες περιλαμβάνουν οισοφαγικά ή γαστρικά έλκη και οισοφαγίτιδα, η συχνότητα εμφάνισης όμως αυτών μειώνεται με την εβδομαδιαία χορήγηση, λήψη με κενό στομάχι και ένα ποτήρι νερό σε καθιστή ή όρθια θέση και παραμονή σε όρθια στάση για τουλάχιστον μισή ώρα πριν τη λήψη τροφής. Σκοπός της χορήγησης των διφωσφονικών είναι η αύξηση της οστικής πυκνότητας και η μείωση του κινδύνου εμφάνισης κατάγματος.

Ο συνδυασμός θεραπείας με οιστρογόνα και διφωσφονικά είναι πιο αποτελεσματικός στην αύξηση της οστικής πυκνότητας, από ότι η μονοθεραπεία σε γυναίκες που εξακολουθούν να χάνουν οστική μάζα και των οποίων η οστεοπόρωση είναι σημαντική.

Τα Οιστρογόνα. Είναι μία μορφή θεραπείας για την πρόληψη της οστεοπόρωσης σε περιεμνηνοπαυσιακές γυναίκες, αλλά δεν αποτελεί θεραπεία

πρώτης γραμμής και για μακρό χρονικό διάστημα, δεδομένων των αποτελεσμάτων της μελέτης WHI (Women Health Initiative), που έδειξε πως η θεραπεία με οιστρογόνα και προγεστερόνη μειώνει τον κίνδυνο καταγμάτων σε βάρος της αύξησης του κινδύνου εμφάνισης καρκίνου του μαστού, καρδιακής νόσου και θρομβοεμβολής. Επίσης με τα οιστρογόνα αυξάνει ο κίνδυνος υπερπλασίας και καρκίνου του ενδομητρίου και σε αυτή την περίπτωση προστατευτικό ρόλο παίζει η σύγχρονη χορήγηση προγεστερόνης. Συνεπώς, διφωσφονικά ή ραλοξιφαίνη συνιστώνται ως πρώτης γραμμής θεραπεία για πρόληψη και διφωσφονικά για θεραπεία της ήδη εγκατεστημένης οστεοπόρωσης. Τα οιστρογόνα στόχο έχουν κατά βάση την ανακούφιση των μετεμνηνοπαυσιακών συμπτωμάτων, όπως εξάψεις, ξηρότητα κόλπου, συμπτωματολογία από το ουροποιητικό και συναισθηματική αστάθεια.

Τα ανάλογα οιστρογόνων (SERMS), όπως η ραλοξιφαίνη (Evista) είναι μη στεροειδικοί παράγοντες που συνδέονται με τον υποδοχέα των οιστρογόνων και δρουν ως αγωνιστές ή ανταγωνιστές, ανάλογα με τον ιστό. Έχουν τις ενδείξεις χορήγησης των οιστρογόνων, χωρίς όμως τις παρενέργειές τους, εκτός της θρομβοφλεβίτιδας.

Καλσιτονίνη. Είναι φαρμακευτική ουσία εκλογής σε οστεοπορωτικούς ασθενείς με άλγος λόγω οξέος οστεοπορωτικού κατάγματος, λιγότερο αποτελεσματική στη θεραπεία της μετεμνηνοπαυσιακής οστεοπόρωσης από τα διφωσφονικά. Μετά την ύφεση του άλγους μπορεί να αντικατασταθεί από άλλο αντιοστεοπορωτικό. Δεν αποτελεί πρώτης γραμμής αγωγή διότι είναι ακριβή, χορηγείται παρεντερικώς ή ενδορρινικώς, εμφανίζει συχνές παρενέργειες και είναι δυνατή η ανάπτυξη αντίστασης στη δράση της, λόγω εμφάνισης αντισωμάτων έναντι της καλσιτονίνης.

Τεριπαρατίδη (παραθορμόνη). Χορηγείται υποδορικώς και σε αυτό έγκειται και η μη συχνή χρήση της. Ένδειξη αποτελεί η βαριά οστεοπόρωση με συνύπαρξη ενός τουλάχιστον οστεοπορωτικού κατάγματος και εφόσον ο ασθενής δεν εμφανίζει υπερπαραθυρεοειδισμό.

Στρόντιο, φάρμακο αποτελεσματικό και καλά ανεκτό, που αναστέλλει την οστική απορρόφηση και αυξάνει τη σύνθεση των οστών. Μειώνει τον κίνδυνο εμφάνισης σπονδυλικών και μη καταγμάτων. Κύριες παρενέργειες είναι η διάρροια.

Νέες θεραπείες

- Denosumab: Μονοκλωνικό αντίσωμα κατά του υποδοχέα RANK των οστεοκλαστών που αυξάνει την οστική πυκνότητα
- Ανταγωνιστές των CSR p.05
- Αναστολείς σκληροστίνης
- Αναστολείς της πρωτεάσης cathepsin-K

Γερά οστά και άνεση κινήσεων σε κάθε ηλικία

Αν θέλουμε να απολαμβάνουμε τη ζωή σε κάθε ηλικία, ας μην ξεχνάμε ότι τα υγιή οστά αποτελούν τη βασική προϋπόθεση.

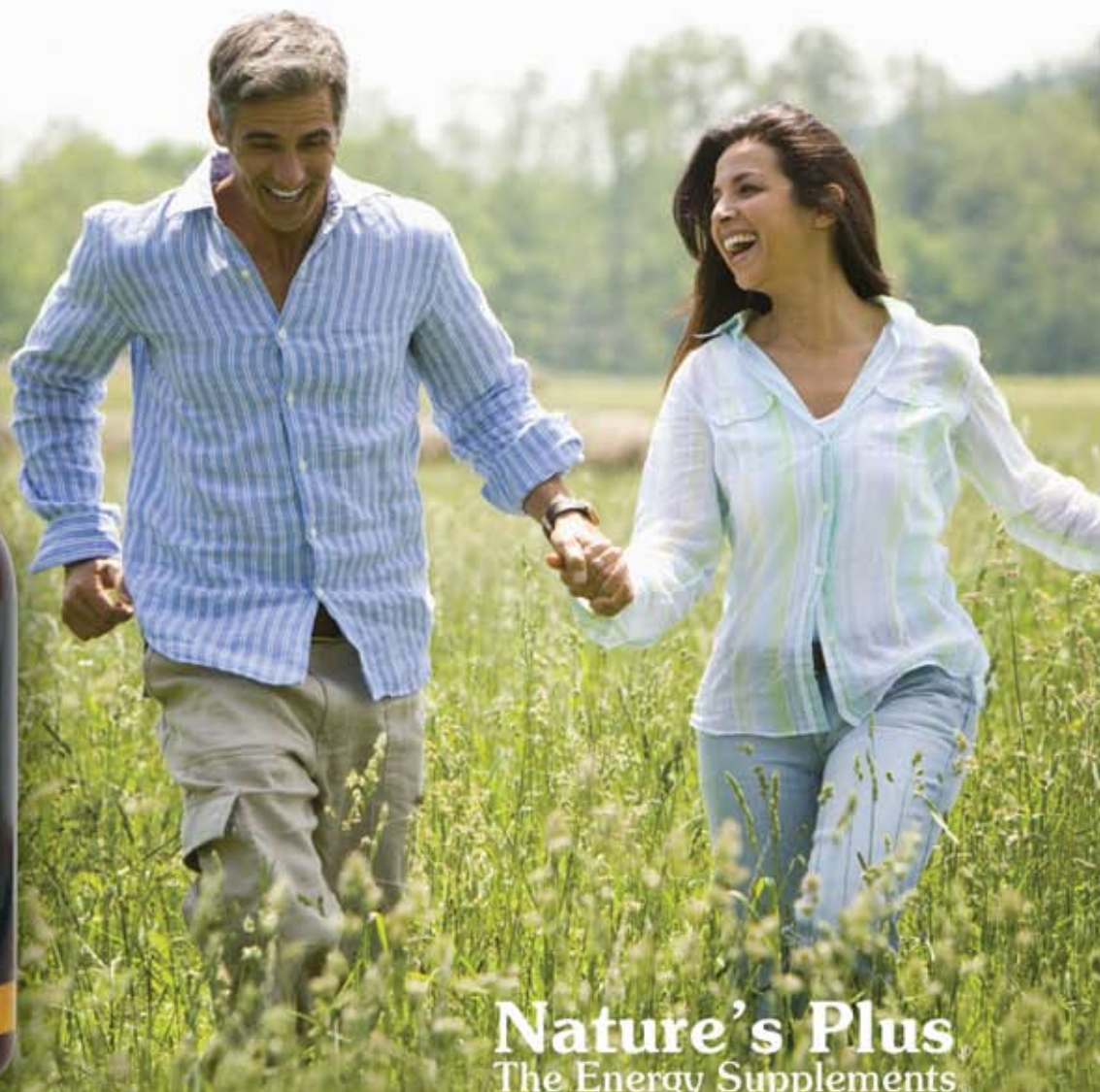
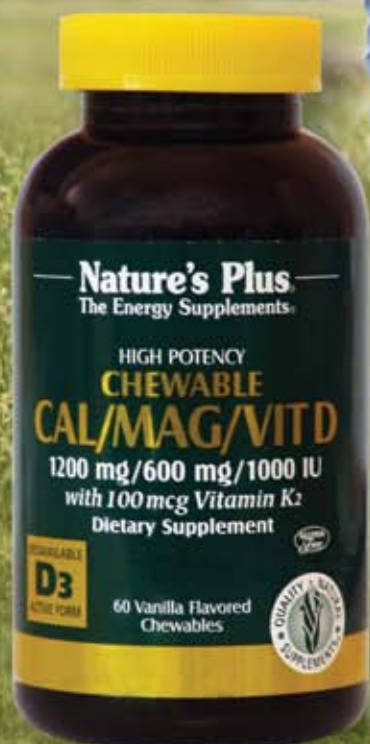
Δυστυχώς, διάφοροι παράγοντες, όπως η ακατάλληλη διατροφή, η έλλειψη άσκησης, η εμμηνόπαυση, το υπερβολικό αλκοόλ, ορισμένα φάρμακα, όπως τα στεροειδή, μπορούν να αποδυναμώσουν τα οστά μέσα από μια "σιωπηλή" διαδικασία που μπορεί να διαρκέσει δεκαετίες χωρίς να γίνει αντιληπτή, μέχρι που ένα κάταγμα να οδηγήσει στην αποκάλυψη: **οστεοπόρωση**.

Η **Nature's Plus**, με το **Cal/Mag/VitD₃/VitK₂** σε καταπιόμενες ή μασώμενες ταμπλέτες (γεύση σοκολάτα ή βανίλια) προσφέρει μια μοναδική φόρμουλα υψηλής βιοδιαθεσιμότητας, με φυσικά συστατικά αποδεδειγμένης αξίας για την υγεία των οστών:

Ασβέστιο: Απαραίτητο για την υγεία οστών και δοντιών, αλλά και για τα νεύρα, τους μύς, την καρδιά, το αίμα.

Μαγνήσιο: Παίζει σπουδαίο ρόλο στην υγεία οστών, δοντιών, αρτηριών, καρδιάς, νεύρων.

Βιταμίνη K₂: Η βιταμίνη K₂ έχει αποδειχθεί αποτελεσματικότερη για την υγεία των οστών από τη βιταμίνη K₁, ενώ η μορφή K₂ της φόρμουλας (μενατετρενόνη) έχει 4 φορές μεγαλύτερη βιοδιαθεσιμότητα από άλλες μορφές K₂.



Nature's Plus
The Energy Supplements

Προσοχή στις αλληλοεπιδράσεις

- Η παράλληλη λήψη διφωσφονικών και άλλων φαρμάκων που περιέχουν δραστικά κατιόντα (ασβέστιο, μαγνήσιο, σίδηρο, αλουμίνιο), μπορεί να επηρεάσει την απορρόφηση του φαρμάκου. Για το λόγο αυτό, να λαμβάνονται σε μεγάλη χρονική απόσταση μεταξύ τους.
- Προσοχή όταν χορηγούνται συμπληρώματα διατροφής με ασβέστιο μαζί με θειαζιδικά διουρητικά, μπορεί να γίνει κατακράτηση του ασβεστίου που να οδηγήσει σε υπερασβεστιαμία.
- Αντίθετα τα κορτικοειδή σε συστηματική χορήγηση, μειώνουν την εντερική απορρόφηση του ασβεστίου. Σε τέτοιες περιπτώσεις πρέπει να αυξηθεί η ημερήσια δοσολογία των αλάτων ασβεστίου.

Η διάγνωση και η αξιολόγηση της θεραπείας γίνεται με μέτρηση της οστικής πυκνότητας της οσφυϊκής μοίρας της σπονδυλικής στήλης και του ισχίου, ένα έτος μετά την έναρξη της αγωγής. Κάποιοι προτείνουν αξιολόγηση μετά δύο έτη. Ένας άλλος τρόπος είναι η μέτρηση της οστικής πυκνότητας και ενός βιοχημικού δείκτη οστικού μεταβολισμού πριν την έναρξη και επανέλεγχος του συγκεκριμένου δείκτη, 6 μήνες μετά την αγωγή.

Οι συμβουλές μας προς τους ασθενείς

Σε περίπτωση παράλειψης της δόσης των διφωσφονικών

-Σε περίπτωση παράλειψης της εβδομαδιαίας δόσης, να ληφθεί ένα δισκίο το πρωί της επόμενης μέρας και να συνεχισθεί κανονικά το αρχικό πρόγραμμα εβδομαδιαίας χορήγησης.

-Σε περίπτωση παράλειψης της μηνιαίας δόσης, εάν το διάστημα πριν την επόμενη δόση είναι μικρότερο από μια εβδομάδα, να περιμένουμε την αμέσως προβλεπόμενη μηνιαία δόση. Αν όχι, να ληφθεί ένα δισκίο το πρωί της επόμενης μέρας και να συνεχισθεί κανονικά το αρχικό πρόγραμμα μηνιαίας χορήγησης.

-Εάν το δεύτερο χάπι ληφθεί κατά λάθος πιο νωρίς από το σωστό χρόνο επόμενης λήψης, να ληφθεί ένα μεγάλο ποτήρι γάλα (για να σχηματίσει χηλικές ενώσεις με τα διφωσφονικά), να μην ξαπλώσει ο ασθενής, ούτε να προσπαθήσει να κάνει εμετό και να καλέσει τον γιατρό.

Να κινητοποιήσουμε τη συμμόρφωση στη θεραπεία

Η συμμόρφωση στη θεραπεία της οστεοπόρωσης δυστυχώς είναι πολύ μικρή. Σχεδόν οι μισοί ασθενείς διακόπτουν τη θεραπεία τους μέσα στο 1ο εξάμηνο έως ένα χρόνο από την αρχή της θεραπείας. Επισημαίνετε στους ασθενείς ότι έτσι αυξάνουν τον κίνδυνο κατάγματος κατά 25%, από αυτούς που ακολουθούν τακτικά τη θεραπεία τους

Το Ασβέστιο

Προτείνετε πάντα ικανοποιητική ημερήσια λήψη ασβεστίου (1.500 mg/ημέρα) στους πελάτες σας πάνω από 60 ετών με την τροφή. Αυτή η ποσότητα ασβεστίου μπορεί να εξασφαλιστεί καταναλώνοντας: 3 ποτήρια γάλα και 60 γρ. κίτρινο σκληρό τυρί, ή 1 ποτήρι γάλα, 2 γιαούρτια και 100 γρ. τυρί φέτα, ή 1 ποτήρι γάλα, 1 γιαούρτι και 90 γρ. γραβιέρα. Φυσικά στα άτομα με έλλειψη ασβεστίου προτείνονται και τα ειδικά συμπληρώματα ασβεστίου.

Η απορρόφηση του ασβεστίου δυσχεραίνεται με παράλληλη λήψη τροφών που είναι πλούσιες σε φυτικές ίνες όταν λαμβάνονται ταυτόχρονα. Το ίδιο συμβαίνει και με τα ανθρακούχα ποτά και τις τροφές που είναι πλούσιες σε πρωτεΐνες, όπως το κόκκινο κρέας, πλούσιο σε θειούχα αμινοξέα. Επίσης το πολύ αλάτι, ο καφές και το τσάι ευνοούν την απέκκριση του ασβεστίου.

Για να πετύχουμε τη μεγαλύτερη απορρόφηση και βιοδιαθεσιμότητά του, καλό είναι παράλληλα να προσλαμβάνεται μαγνήσιο, βιταμίνη D και ψευδάργυρος.

Η βιταμίνη D

Η συνήθης διατροφή μας δεν καλύπτει τις ημερήσιες ανάγκες σε βιταμίνη D, που τη συνθέτει ο οργανισμός μας χάρη στην έκθεση στην υπεριώδη ακτινοβολία. 15 λεπτά έκθεσης στον ήλιο στο πρόσωπο και στα χέρια, 3 μέρες τη βδομάδα είναι αρκετό για την ικανοποιητική σύνθεσή της. Σε περίπτωση έλλειψής της, συνιστάται η λήψη ειδικών συμπληρωμάτων.

Για μια υγιεινή ζωή

-Επισημαίνετε στους ασθενείς υψηλού κινδύνου να αποφύγουν το κάπνισμα και το αλκοόλ, γιατί μειώνουν τη δραστηριότητα των οστεοβλαστών.

-Η διατροφή να είναι πλούσια σε γαλακτοκομικά και κυρίως σε γιαούρτι του οποίου το ελαφρά όξινο pH προάγει τη βιοδιαθεσιμότητα του ασβεστίου. Επίσης και τα κίτρινα σκληρά τυριά και κυρίως η παρμεζάνα, είναι πλούσια σε ασβέστιο και εμπεριέχουν και βιταμίνη Κ, που παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στη μείωση των κινδύνων της οστεοπόρωσης.

-Προτρέψτε τους να κάνουν μια φυσική άσκηση για μια ώρα, 3 φορές τη εβδομάδα.

-Πληροφορήστε τα άτομα πάνω από 75 ετών για τους κινδύνους καταγμάτων.

-Μην αμελείστε να μιλήσετε για τον επικείμενο κίνδυνο της οστεοπόρωσης σε όλες τις πελάτισσές σας που μπήκαν στην εμμηνόπαυση και προτρέψτε τις για έναν έλεγχο οστικής πυκνότητας.

-Δώστε τις κατάλληλες συμβουλές πρόληψης μέσω της διατροφής και της άσκησης σε όλες τις πελάτισσές σας πάνω από τα 40. ■

Πόπη Χαραμή

η Θηλυκή πλευρά



της ωριμότητας



VM PRIME FOR WOMEN από τη SOLGAR

Με μία κάψουλα ημερησίως μπορείτε πλέον να έχετε τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά και την ενέργεια που χρειάζεστε ενώ παράλληλα φροντίζετε για τις νέες προκλήσεις της ηλικίας σας. Σε συνδυασμό με μία ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή, η Solgar σας βοηθά να κάνετε τα 50, τα νέα 40!

Η πολυβιταμίνη VM Prime for women παρέχει:

- Βιταμίνες D3, K2 και ασβέστιο σε υψηλή συγκέντρωση για προστασία από την οστεοπόρωση
- Ισοφλαβόνες σόγιας, βιταμίνη E και μαγνήσιο για ανακούφιση από τα συμπτώματα της εμμηνόπαυσης
- Σύμπλεγμα βιταμινών B και φυλικό οξύ για την εύρυθμη λειτουργία του νευρικού και καρδιαγγειακού συστήματος
- Σύμπλεγμα μετάλλων και ιχνοστοιχείων για ολοκληρωμένη προστασία



Κερδίστε τους ηλικιωμένους πελάτες σας

◆ Από τη **PANIA ΛΕΧΟΥ**, φαρμακοποιό, Διευθύντρια Εκπαίδευσης Pierre Fabre Ελλάς

Ο 21ος αιώνας θα είναι αναμφισβήτητα αυτός των ηλικιωμένων. Η υγεία, το ευ ζην αλλά και η ομορφιά, είναι στο επίκεντρο της ενασχόλησης αυτών των συνήθως πιστών αλλά απαιτητικών πελατών. Το φαρμακείο για αυτούς είναι ο αγαπημένος τους χώρος.



«**Τρίτη ηλικία**», «**συνταξιούχοι**», «**ηλικιωμένοι**», τόσο όροι που σηματοδοτούν την ώριμη ηλικία αλλά και τα γηρατειά!

Η Τρίτη ηλικία δεν είναι κατάρα αλλά ευλογία. Το πέρασμα από τον ενθουσιασμό της παιδικής ηλικίας, στη σωματική και συναισθηματική ανάπτυξη της εφηβείας και στις εμπειρίες της ενήλικης ζωής, σε οπλίζει με τέτοια δύναμη και σοφία, που πραγματικά θεωρείσαι ευλογημένος από την ίδια τη ζωή.

Κάπως έτσι αξίζει να βλέπουμε την είσοδο στην Τρίτη ηλικία και όχι σαν αδιέξοδο με μόνη λύτρωση το θάνατο, όχι σαν την ηλικία όπου η προσωπική ανάπτυξη και ολοκλήρωση σταματούν, όπου οι νοητικές λειτουργίες επιδεινώνονται και προκαλούν τα σκώμματα και την έλλειψη ανοχής από τον κοινωνικό περίγυρο.

Είναι άξιο ενδιαφέροντος το γεγονός ότι ο περίγυρος είναι αυτός που αντιλαμβάνεται ως σοβαρότερα τα προβλήματα των ατόμων της τρίτης ηλικίας, από ό,τι τα ίδια τα άτομα άνω των 65 ετών.

	Αντίληψη νεοτέρων για τα άτομα άνω των 65 ετών	Αντίληψη ατόμων άνω των 65 ετών για τους εαυτούς τους
Φόβος ότι θα πέσουν θύμα εγκληματικής πράξης	69%	37%
Οικονομικές δυσχέρειες	55%	12%
Μοναξιά	46%	46%
Κακή υγεία	57%	15%
Έλλειψη ενδιαφερόντων	26%	4%

Το φαρμακείο είναι ένας από τους σημαντικότερους «**σταθμούς ελπίδας και επικοινωνίας**» για τους μεγαλύτερους. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι όσο μεγαλώνουμε, η υγεία μας γίνεται πιο εύθραυστη και απαιτείται εντατικότερη πρόληψη ή θεραπεία, αλλά και στο ότι οι μεγαλύτεροι έχουν την ανάγκη να επικοινωνούν και μάλιστα με εκπροσώπους υγείας όπως είναι οι φαρμακοποιοί, τους οποίους και εκτιμούν βαθύτατα.

....Ποιοι είναι και τι αναζητούν;

Με ένα επίπεδο υγείας συνεχώς βελτιούμενο σε σχέση με το παρελθόν, οι ηλικιωμένοι του σήμερα αποτελούν ένα δυναμικό μερίδιο καταναλωτών. Συνήθως παίρνουν πολλά φάρμακα και είναι πιστοί στο φαρμακείο τους. Είναι απαιτητικοί καταναλωτές, συχνά ανοικτοί στην καινοτομία και αναζητούν την ποιότητα.

Προτιμούν τα καταστήματα της γειτονιάς τους, όπου τους γνωρίζουν και τους καλοδέχονται και αντιπαθούν κυρίως τα απρόσωπα μεγάλα καταστήματα. Είναι καταναλωτές με εμπειρίες και αναζητούν την αξιοπιστία, τη σίγουρη αξία των προϊόντων και μαρκών. Είναι διστακτικοί σε δελεαστικές υποσχέσεις προϊόντων, απορρίπτουν τα μη εύστοχα επιχειρήματα και αναζητούν μια ξεκάθαρη και περιεκτική πληροφόρηση. Αναζητούν τη προσοχή μας και τη συμβουλή μας. Είναι πελάτες ψαγμένοι που δεν αποφασίζουν στη στιγμή, αλλά οι απαιτήσεις τους είναι πάνω από το μέσο όρο!

Η υγεία, το ευ ζην και γιατί όχι και η ομορφιά τους (κυρίως στις γυναίκες), είναι από τις προτεραιότητες στην ενασχόλησή τους.

Οι 4 φάσεις ζωής των ατόμων ώριμης ηλικίας

1. Από 50-59 ετών:

Αρχίζουν να ετοιμάζονται για να πάρουν τη σύνταξη. Θέλουν να εκμεταλλεύονται όσο το δυνατόν καλύτερα τον ελεύθερο χρόνο τους (ταξίδια, εκδρομές...) και να φροντίζουν τον εαυτό τους περισσότερο

2. Από 60-74 ετών

Είναι ήδη στη σύνταξη οι περισσότεροι και έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο για να φροντίσουν ιδιαίτερα τον εαυτό τους. Έχουν αρχίσει τα προβλήματα υγείας να είναι συχνότερα

3. Από 75-84 ετών

Η κατάσταση της υγείας τους αρχίζει και δυσκολεύει την ποιότητα ζωής τους. Γενικά μειώνονται οι κοινωνικές δραστηριότητες

4. Πάνω από 85 ετών

Είναι η ηλικία της εξάρτησης από τους άλλους

Πώς να επικοινωνούμε μαζί τους;

Πρώτα απ' όλα πρέπει να αλλάξουμε αντίληψη απέναντι στους ηλικιωμένους. Πρέπει να δεχθούμε την κατάστασή τους σαν κάτι φυσιολογικό. Προσοχή, συχνά οι πολύ νέοι συνεργάτες μας εκνευρίζονται όταν επεξηγούν τα φάρμακα σε ηλικιωμένους πελάτες!

Η επικοινωνία με τα άτομα της τρίτης ηλικίας μέσα στο φαρμακείο, καλό είναι να γίνεται με αγάπη, κατανόηση και υπομονή, λαμβάνοντας υπόψη τις

ανάγκες και τις ιδιαιτερότητές τους, έτσι ώστε να παρέχονται οι καλύτερες δυνατές συμβουλές και υπηρεσίες, ενισχύοντας ταυτόχρονα το ρόλο του φαρμακοποιού ως πρεσβευτή υγείας.

Πιο συγκεκριμένα:

■ Οι ηλικιωμένοι είναι συναισθηματικά ευάλωτα άτομα, γι' αυτό απαιτείται σεβασμός, προσωπική επαφή και εξατομικευμένη υποδοχή. Τους καλούμε με το όνομά τους, τους ρωτάμε αρχικά, όχι πώς πάει η υγεία τους, γιατί σίγουρα θα παραπονεθούν για κάτι, αλλά τι κάνουν τα εγγόνια τους, πού τα πάνε βόλτα ή ερωτήσεις σχετικά με τις ασχολίες τους (περίπατο, σινεμά, εκδρομές...), ερωτήσεις που με χαρά απαντούν και έτσι δημιουργούμε μια θετική ατμόσφαιρα στη φάση υποδοχής.

■ Συχνά αντιμετωπίζουν προβλήματα μνήμης και συγκέντρωσης, για το λόγο αυτό αφιερώνουμε χρόνο για την εξυπηρέτησή τους, χρησιμοποιώντας απλή γλώσσα. Μιλάμε αργά και πολλές φορές χρειάζεται να επαναλάβουμε, ρωτώντας αν όλα είναι κατανοητά. Δίνουμε έμφαση στο γραπτό λόγο, χωρίς όμως υποτίμηση των νοητικών τους ικανοτήτων.

■ Κατά την εκτέλεση της συνταγής, μη διστάσετε να κάνετε γραπτά ένα εβδομαδιαίο πλάνο λήψης των φαρμάκων. Ρωτήστε τους για συνήθειες διατροφής, ανακαλύψτε με ερωτήσεις συχνές ελλείψεις σε βασικά διατροφικά στοιχεία και προτείνετε ένα κατάλληλο διατροφικό σχήμα και γιατί όχι και ειδικά συμπληρώματα διατροφής.

■ Συχνά η συνήθεια εμποδίζει την καλή επικοινωνία! Φροντίστε να ακούτε κάθε φορά αυτά που προσπαθεί να σας πει ο πελάτης, αλλά και να τον προκαλείτε με ερωτήσεις να σας πει για την πορεία της αγωγής του. Έτσι μπορεί να ανακαλύψετε ανεπιθύμητες ενέργειες, αλλά και τη μη σωστή λήψη των φαρμάκων.



Η τάση για κατάθλιψη και μονοτονία είναι γεγονός για τους μεγαλύτερους.

Στο φαρμακείο οφείλουμε να δίνουμε **μια νότα αισιοδοξίας**, κινητοποιώντας τους για απλές χαρές της ζωής.

Δίνουμε συμβουλές για ένα όμορφο και άνετο δέρμα στις γυναίκες ή προτείνουμε συμπληρώματα διατροφής για τόνωση στους άνδρες.

■ Ορισμένοι τομείς είναι ακόμη ταμπού, όπως η στυτική δυσλειτουργία, η μείωση της διάθεσης για σεξ, η ακράτεια ούρων... κ.ά. Είναι πολύ σημαντικό να φροντίσετε να υπάρχει ένα σημείο στο φαρμακείο που να μπορείτε να μιλήσετε με εμπιστευτικότητα στον ηλικιωμένο πελάτη σας για προβλήματα που διατάζει να σας εκφράσει.

Οι προτιμήσεις τους σε ότι αφορά τα προϊόντα του φαρμακείου

Από έρευνες που γίνονται κατά καιρούς σε φαρμακεία σχετικά με τις προτιμήσεις των ηλικιωμένων, υπάρχουν κάποια κοινά στοιχεία προτίμησης που αξίζει να αναφέρουμε.

- Σε ότι αφορά τα συνταγογραφούμενα φάρμακα, τους αρέσει η επεξήγηση της αγωγής και κυρίως οι οδηγίες χρήσης τις οποίες προτιμούν γραπτώς. Η παρακολούθηση της συμμόρφωσης του ασθενή με την αγωγή, είναι βασικό καθήκον του φαρμακοποιού.
- Υπάρχουν αξιόλογα συστήματα αποθήκευσης και ταξινόμησης της ημερήσιας, εβδομαδιαίας, μηνιαίας δόσης των φαρμάκων σε blister, έτσι ώστε να μην ξεχνούν να πάρουν τα φάρμακά τους την κατάλληλη στιγμή.
- Τα παραφαρμακευτικά προϊόντα αρέσουν στα άτομα της τρίτης ηλικίας, γιατί νιώθουν ότι φροντίζουν την ευεξία και την ομορφιά τους, στοιχεία συνυφασμένα με τη νιότη και τη ζωή. Θέλουν όμως λίγα προϊόντα, απλά στον τρόπο χρήσης τους και σε λογικές τιμές.
- Εκτιμούνται ιδιαίτερα τα γαληνικά παρασκευάσματα, όπως για παράδειγμα ένα καταπραϋντικό γαλάκτωμα σώματος ή μια κρέμα για σκασμένα χέρια, ειδική φόρμουλα του φαρμακείου!

Ποιες υπηρεσίες εκτιμούν ιδιαίτερα;

- Οι δωρεάν υπηρεσίες είναι κάτι που χαίρει εκτίμησης από τους ηλικιωμένους. Η μέτρηση πίεσης, σακχάρου και άλλες μετρήσεις, αποτελούν βάση έναρξης της επικοινωνίας για πρόληψη και θεραπεία.
- Η διανομή προϊόντων κατ'οίκον κυρίως για τα άτομα με κινητικά προβλήματα, είναι ευεργετική υπηρεσία με κοινωνικό περιεχόμενο.

Πόσο καλοί δέκτες συμβουλών είναι;

- Ποιός δε θέλει δωρεάν συμβουλές από έναν εκπρόσωπο υγείας που εκτιμά ιδιαίτερως! Συμβουλές επικεντρωμένες στην ασφάλεια, την άνεση αλλά κυρίως την ανακούφιση.

A-DERMA

AVOINE RHEALBA®



Όταν η βρώμη
γίνεται κίνηση
απαλότητας
για όλη
την οικογένεια

ΒΑΣΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΜΕ ΓΑΛΑΚΤΩΜΑ ΒΡΩΜΗΣ RHEALBA®

Οι αρετές του Γαλακτώματος Βρώμης Rhealba®

Το Γαλάκτωμα της βρώμης είναι ένα παραδοσιακό «γιατρικό» αναγνωρισμένο για τις καταπραϊντικές, μαλακτικές και προστατευτικές του ιδιότητες από πολλούς πολιτισμούς παγκοσμίως.

Εμπνευσμένα από την παράδοση και με ισχυρή τεχνογνωσία στη δερμοκοσμετολογία για πάνω από τριάντα χρόνια, τα Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA ανέπτυξαν το δικό τους Γαλάκτωμα Βρώμης Rhealba® που απαντά στις ανάγκες όλων των ευαίσθητων δερμάτων, προσφέροντάς τους απαλότητα και προστασία.

Βασικές φροντίδες με Γαλάκτωμα Βρώμης Rhealba®

Η απαλότητα των προϊόντων βασικής φροντίδας τα καθιστά ιδανικά για το ευαίσθητο δέρμα όλης της οικογένειας. Περιέχουν τον ελάχιστο αριθμό συστατικών, ενώ η απουσία αλκοόλης και χρωστικών τους προσδίδει εξαιρετική ανεκτικότητα. Όλα τα προϊόντα υπόκεινται σε δερματολογικές δοκιμές.



Δερματολογική υπεροχή με τη σοφία της Φύσης

Pierre Fabre

Πώς τους επηρεάζει ο χώρος πελατών του φαρμακείου;

- Η ειδική ράμπα όταν υπάρχει έντονη υψομετρική διαφορά στην είσοδο και η καθημένη θέση εξυπηρέτησης, αποτελούν για τους ηλικιωμένους εργονομικό πλεονέκτημα του χώρου.
- Επίσης ο καλός φωτισμός και η ευκρινής σήμανση και τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια, διευκολύνει την επικοινωνία.

Ποιός τρόπος επικοινωνίας τους αγγίζει πιο πολύ;

Η επικοινωνία μέσα στο χώρο πρέπει να εναρμονίζεται με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις και των ηλικιωμένων πελατών του φαρμακείου.

- Αποφεύγουμε τους όρους «ηλικιωμένος» ή «γέρος» στην επικοινωνία μας.

«Μη μου λέτε πόσο χρονών είμαι, ανακαλύψτε ποιος είμαι».

- Αναδεικνύουμε τα πλεονεκτήματα και τα αποτελέσματα των προϊόντων.

Μείωση της χοληστερίνης, ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος...

- Αναφερόμαστε σε θέματα υγείας, ευεξίας, ομορφιάς και όχι σε συγκεκριμένα προϊόντα. Όσο μεγαλώνουμε μας επηρεάζει λιγότερο η φήμη και περισσότερο το αποτέλεσμα!

- Η χρήση ρημάτων βοηθά τα μηνύματα να μιλούν καλύτερα σε αυτούς τους πελάτες.

Αγαπώ την καρδιά μου, φροντίζω τη διατροφή μου.

- Φτιάχνουμε προβολές με περιορισμένη ποικιλία προϊόντων (έμφαση στην υγιεινή και τη φροντίδα του σώματος, στις κάλτσες βαθμιαίας συμπίεσης καθώς και στα συμπληρώματα διατροφής).

- Δίνουμε έμφαση στη θεματική βιτρίνα, με εκπαιδευτικό και λιγότερο εμπορικό χαρακτήρα.

Ένα παράδειγμα μηνύματος βιτρίνας:

Αποτελεσματική φροντίδα των τεχνητών οδοντοστοιχιών σε 3 βήματα: 1ο, 2ο, 3ο.

Οργανώνοντας την κατάλληλη προβολή

Ας πούμε λοιπόν ότι ξεκινάμε από αύριο στο φαρμακείο μας μια ενέργεια για να προσελκύσουμε και να ικανοποιήσουμε καλύτερα την ώριμη ηλικία.

Για να είναι ενδιαφέρουσα και πετυχημένη, πρέπει να έχει πρώτα απ' όλα στόχο, τόσο ποιοτικό όσο και ποσοτικό, θα πρέπει να έχει συγκεκριμένο πρόγραμμα του οποίου η θεματολογία να ανανεώνεται τακτικά, για παράδειγμα κάθε 2 μήνες, να έχει φυσι-

κά όνομα για να μπορούμε να την επικοινωνούμε με διάφορους τρόπους (βιτρίνα, έντυπο υλικό, οθόνη μνηυμάτων, ηχητικά μηνύματα).

Αν βαπτίζαμε λοιπόν την ενέργεια αυτή: **«ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ»**, το πρόγραμμα θα μπορούσε να οριστεί σύμφωνα με την εποχή και τις ιδιαιτερότητές της.

Χρησιμοποιούμε ρήματα στην επικοινωνία μας για να υπάρχει αμεσότητα, απλές συμβουλές και μηνύματα με περισσότερο εκπαιδευτικό και λιγότερο εμπορικό προφίλ.

Ας δούμε μερικά παραδείγματα:

1. ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ

«Αγαπώ την καρδιά μου, προσέχω τη διατροφή μου»

2. ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ

«Η φροντίδα του ώριμου δέρματος σε 3 βήματα»

1ο Σωστός καθαρισμός

2ο Αντηλιακή προστασία

3ο Διόρθωση βλαβών

3. ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ

«Το στόμα μου, ο καθρέφτης της υγείας μου»

4. ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ

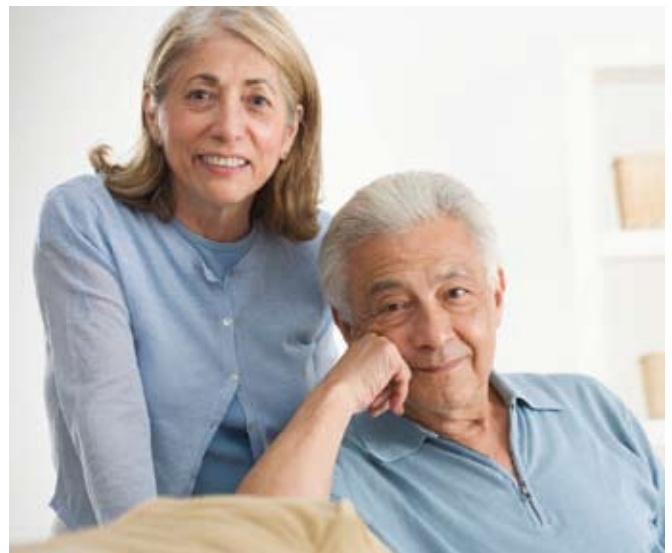
«Πρόληψη οφθαλμικών παθήσεων που σχετίζονται με την ηλικία»

5. ΗΛΙΚΙΑ, ΤΡΙΤΗ & ΚΑΛΥΤΕΡΗ

«Συμβουλές για ένα όμορφο και ασφαλές καλοκαίρι»

Μια θεματική βιτρίνα με το αντίστοιχο θέμα είναι η πρώτη επικοινωνία της ενέργειας στους πελάτες μας.

Θα πρέπει βέβαια η ενέργεια να μην περιορίζεται στη βιτρίνα.



Ξαναβρείτε τη σεξουαλική σας



* Althoff SE, Παύλιττα ζωής και στυτική δυσλειτουργία. *Urology* 2002; 59: 803-810 (η αδυναμία για σεξουαλική δραστηριότητα μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την αυτοεκτίμηση του ατόμου και να οδηγήσει σε συναισθηματικά ξεσπάσματα και εντάσεις στη σχέση).

Althoff SE, O'Leary MP, Cappelleri JC, et al. Αυτοεκτίμηση, αυτοπεποίθηση και σχέσεις των ανδρών που λαμβάνουν θεραπεία με κεντρική σιλденаφίλη για τη στυτική δυσλειτουργία: αποτελέσματα δύο διπλά-τυφλών, ελεγχόμενων με εικονικό φάρμακο μελετών. *J Gen Intern Med* 2006; 21:1069-1074 [Βελτίωση της αυτοεκτίμησης και των σχέσεων με το φάρμακο Viagra® έναντι εικονικού φαρμάκου]

VIAGRA®

(sildenafil citrate) tablets

Η ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΑΥΤΟΠΕΠΟΙΘΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΤΙΚΗ*

ΣΥΝΤΕΤΜΗΜΜΗΝΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, VIAGRA (sildenafil), ΕΠΙΚΑΛΥΜΜΕΝΑ ΜΕ ΛΕΠΤΟ ΥΜΕΝΙΟ ΔΙΣΚΙΑ 25, 50 και 100 mg, ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Θεραπεία ανδρών με δυσλειτουργία στύσης, η οποία είναι η ανικανότητα να επιτύχει και να διατηρήσει ο ασθενής επαρκή στύση ώστε να έχει ικανοποιητική σεξουαλική δραστηριότητα. Για να φέρει αποτέλεσμα το VIAGRA πρέπει να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. **ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ:** Από στόματος χρήση *Χρήση στους ενήλικες:* Η συνιστώμενη δόση είναι 50 mg και λαμβάνεται κατά περίπτωση περίπου μία 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 ανοχή 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 της μειώνεται και η διάρκεια της δράσης αυξάνεται. Η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 50 mg ή να ελαττωθεί σε 25 mg, ανάλογα με την κατάσταση υγείας. *Χρήση σε ηλικιωμένους:* Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσολογίας στους ηλικιωμένους ασθενείς. *Χρήση σε ασθενείς με διαταραχές της νεφρικής λειτουργίας:* Η συνιστώμενη δόσολογία, που περιγράφεται στο "Χρήση στους ενήλικες", ισχύει και για ασθενείς με ήπια έως μέτρια βαθμού νεφρική ανεπάρκεια (κάλθραση κρεατινίνης = 30 - 80 ml/min). Δεδομένου ότι σε ασθενείς με σοβαρή νεφρική ανεπάρκεια η κάθαρση του sildenafil είναι μειωμένη (κάλθραση κρεατινίνης < 30 ml/min) θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο χορήγησης δόσης 25 mg. Με βάση την αποτελεσματικότητα και την ανοχή έναντι του φαρμάκου, η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 50 mg και 100 mg. *Χρήση σε ασθενείς με διαταραχές της ηπατικής λειτουργίας:* Δεδομένου ότι σε ασθενείς με ηπατική ανεπάρκεια (π.χ. κίρρωση) η κάθαρση του sildenafil είναι μειωμένη θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο χορήγησης δόσης 25 mg. Με βάση την αποτελεσματικότητα και την ανοχή έναντι του φαρμάκου, η δόση μπορεί να αυξηθεί σε 50 mg και 100 mg. *Χρήση στα παιδιά και στους εφήβους:* Το VIAGRA δεν συνιστάται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων. *Χρήση σε ασθενείς που χρησιμοποιούν άλλα φαρμακευτικά προϊόντα:* Με εξαίρεση τη ριτονιράβη για την οποία δεν ενδείκνυται η συγχώρηση με sildenafil, πρέπει να εξετάζεται η περίπτωση χορήγησης αρχικής δόσης ίσης με 25 mg σε ασθενείς που λαμβάνουν ταυτόχρονα αναστολείς του CYP3A4 (βλ. κεφ. Ειδικές προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). Προκειμένου να μειωθεί το ενδεχόμενο εμφάνισης ορθοστατικής υπότασης, οι ασθενείς θα πρέπει να είναι σταθεροί σε θεραπεία με άλφα-αναστολείς, πριν από την έναρξη θεραπείας με sildenafil. Επιπλέον, θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο έναρξης χορήγησης του sildenafil στη δόση των 25 mg (βλ. Ειδικές προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). **ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Υπερτασισιαστική σταρτική ουσία ή σε οποιοδήποτε από τα έκοχα. Σύμφωνη με τη γνωστή επίδραση του επί της μεταβολικής οδού μονοξειδίου του αζώτου κυκλικής μονοφωσφορικής γουανυλίνης (cGMP), το sildenafil έχει αποδειχθεί ότι ενισχύει το υποστατικό αποτέλεσμα των νιτρικών και επομένως αντενδείκνυται η συγχώρηση του με δότες μονοξειδίου του αζώτου (όπως το νιτρώδες αμιλό) ή νιτρικά σε προεπιλεγμένη μορφή. Τα φάρμακα για τη θεραπεία της δυσλειτουργίας στύσης, συμπεριλαμβανομένου του sildenafil, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται από άνδρες στους οποίους δεν συνιστάται η σεξουαλική δραστηριότητα (π.χ. ασθενείς με σοβαρές καρδιαγγειακές διαταραχές, όπως σπαστική σπινθηγή ή σοβαρή καρδιακή ανεπάρκεια). Το VIAGRA αντενδείκνυται σε ασθενείς με απώλεια της όρασης στον ένα οφθαλμό λόγω μη-αρτηριακικής πρόσφασης ισχαιμικής οπτικής νευροπάθειας (NAION), ανεξάρτητα από το αν το συμβάν αυτό έχει συσχετισθεί ή όχι με προηγούμενη χορήγηση ενός αναστολέα της PDE5 (βλ. κεφ. Ειδικές προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). Η ασφάλεια του sildenafil δεν έχει μελετηθεί στις ακόλουθες υποκατηγορίες ασθενών και επομένως αντενδείκνυται η χρήση του στους ασθενείς αυτούς: σοβαρή ηπατική καρδιακή ανεπάρκεια, υποτασισιαστική (αρτηριακή πίεση < 90/50 mmHg), πρόσφατο ιστορικό εγκεφαλικού επεισοδίου ή εμφράγματος του μυοκαρδίου και γνωστές κληρονομικές, εκφυλιστικές αμφιβληστροειδοπάθειες όπως η μελαγχρωστική αμφιβληστροειδοπάθεια (μειοψιλία των ασθενών αυτών παρουσιάζουν γενετικές ανωμαλίες στις αμφιβληστροειδικές φωσφοδιεστεράσες). **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΥΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Πρέπει να προηγηθεί λήψη ιατρικού ιστορικού και φυσική εξέταση του ασθενή, ούτως ώστε να διαγνωστεί η δυσλειτουργία στύσης και να καθοριστούν τα πιθανά υποκείμενα αίτια, πριν εξεταστεί το ενδεχόμενο χορήγησης φαρμακευτικής αγωγής. Ο γιατρός πρέπει να κάνει εκτίμηση της καρδιαγγειακής κατάστασης του ασθενούς πριν την έναρξη οποιασδήποτε θεραπείας για τη δυσλειτουργία στύσης, εφόσον υπάρχει κάποια πιθανότητα εμφάνισης καρδιαγγειακών επεισοδίων σε συσχέτισμό με την σεξουαλική δραστηριότητα. Το sildenafil παρουσιάζει αγγειοδιασταλτικές ιδιότητες που προκαλούν ήπια και παροδική μείωση της αρτηριακής πίεσης. Πριν τη συνταγογράφηση του sildenafil, ο γιατρός πρέπει να εξετάσει αν ασθενείς με ορισμένες υποκείμενες νόσους θα μπορούσαν να επηρεασθούν δυσμενώς από παρόμοια αγγειοδιασταλτική επίδραση του φαρμάκου και ιδιαίτερα σε συσχέτισμό με σεξουαλική δραστηριότητα. Στους ασθενείς με αυξημένη ευαισθησία στα αγγειοδιασταλτικά συμπεριλαμβάνονται και αυτοί με αποφρακτικές παθήσεις του χώρου εξόδου της αριστεράς κοιλίας (π.χ. στένωση της αορτής ή υπερτροφική αποφρακτική μυοκαρδιοπάθεια) ή εκείνοι με το σπάνιο σύνδρομο ατροφίας πολλαπλών οργάνων συστημάτων, που παρουσιάζουν σοβαρή αδυναμία αυτονόμου ελέγχου της αρτηριακής πίεσης. Το VIAGRA ενισχύει το υποστατικό αποτέλεσμα των νιτρικών (βλ. Αντενδείξεις). Μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά αναφέρθηκαν σοβαρά καρδιαγγειακά συμβάντα, συσχετιζόμενα με ταυτόχρονη χρήση του VIAGRA, συμπεριλαμβανομένων εμφράγματων του μυοκαρδίου, ασταθούς σπινθηγής, αφιδνιδίου καρδιακού θανάτου, κοιλιακής αρρυθμίας, αγγειακής εγκεφαλικής αμφορραγίας, παροδικό ισχαιμικό επεισόδιο, υπέρτασης και υπότασης. Οι περισσότεροι, αλλά όχι όλοι, από τους ασθενείς αυτούς είχαν προϋπάρχοντες καρδιαγγειακούς παράγοντες κινδύνου. Πολλά από τα συμβάντα αναφέρθηκαν ότι συνέβησαν κατά τη διάρκεια της σεξουαλικής επαφής ή αμέσως μετά από αυτή και μερικά αναφέρθηκαν ότι συνέβησαν μετά τη χρήση του VIAGRA, χωρίς σεξουαλική δραστηριότητα. Δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί εάν τα συμβάντα αυτά συσχετίζονται 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 ανατομικές δυσμορφίες του πέους (όπως γυνώση, ίνωση των σπληνικών αγγείων ή νόσο του Peyronie) ή σε ασθενείς που η κατάσταση τους μπορεί να προδιαθέσει για πριαποτό (όπως σε δρεπανοκυτταρική αναιμία, πολλαπλό μυέλωμα ή λευχαιμία). Η ασφάλεια και η αποτελεσματικότητα του sildenafil, σε συνδυασμό με άλλες μεθόδους θεραπείας δυσλειτουργίας στύσης, δεν έχουν μελετηθεί. Κατά συνέπεια η εφαρμογή τέτοιων συνδυασμών δεν συνιστάται. Έχουν αναφερθεί διαταραχές της όρασης και περιπτώσεις μη αρτηριακικής πρόσφασης ισχαιμικής οπτικής νευροπάθειας με τη χορήγηση του sildenafil και των άλλων αναστολέων της PDE5. Ο ασθενής πρέπει να ενημερώνεται ότι σε περίπτωση αιφνίδιας διαταραχής της όρασης, πρέπει να σταματήσει τη λήψη του VIAGRA και να συμβουλευτεί άμεσα ιατρό (βλ. Ειδικές προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση). Δεν συνιστάται η συγχώρηση του sildenafil με ριτονιράβη. Συνιστάται προοχία ότι το sildenafil χορηγείται σε ασθενείς που λαμβάνουν ένα άλφα-αναστολέα, αφού η συγχώρηση μπορεί να οδηγήσει σε συμπτωματοποιημένη 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 αμυδυναμικά σταθεροποιημένοι στη θεραπεία με άλφα-αναστολείς πριν από την έναρξη θεραπείας με sildenafil. Θα πρέπει να εξετάζεται το ενδεχόμενο έναρξης χορήγησης του sildenafil στη δόση των 25 mg (βλ. κεφ. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης). Επιπλέον, οι γιατροί θα πρέπει να συμβουλεύονται τους ασθενείς τι να κάνουν σε περίπτωση που εμφανιστούν συμπτώματα ορθοστατικής υπότασης. Μελέτες με ανθρώπινα υποκείμενους έχουν δείξει ότι το sildenafil ενισχύει την ανοσιαγγειακή επίδραση του νιτροπρωσσικού νατρίου *in vivo*. Δεν υπάρχουν στοιχεία για την ασφάλεια στη χρήση, όσον αφορά στη χορήγηση του sildenafil σε ασθενείς με προβλήματα αμφορραγίας ή με ενεργό πεπτικό έλκος. Επομένως, 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 υμένιο που επικαλύπτει τα δισκία του VIAGRA πρέπει να λαμβάνεται με προσοχή. Το VIAGRA δεν θα πρέπει να χορηγείται σε άνδρες με σπάνιες κληρονομικές διαταραχές στα γονόσωμα, ανεπάρκεια της Lapp λακτάσης ή διαταραχή γλυκόζη-γαλακτόζης. Δεν ενδείκνυται η χρήση του VIAGRA από γυναίκες. **ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΚΥΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΓΑΛΛΟΥΣΙΑ:** Το VIAGRA δεν ενδείκνυται για χρήση στις γυναίκες. Σε μελέτες αναπαραγωγής σε αρσενικούς και θηλυκούς, μετά από χορήγηση sildenafil από το στόμα, δεν παρουσιάστηκαν σχετιζόμενες με το φάρμακο ανεπιθύμητες ενέργειες. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Το προφίλ ασφαλείας του VIAGRA βασίζεται σε 8691 ασθενείς, οι οποίοι έλαβαν το συνιστώμενο δοσολογικό σχήμα σε 67, ελεγχόμενες με εικονικό φάρμακο, κλινικές μελέτες. Οι πιο συχνά αναφερόμενες ανεπιθύμητες ενέργειες σε κλινικές μελέτες σε ασθενείς υπό θεραπεία με sildenafil, ήταν κεφαλαλγία, έξαψη, δυσπεψία, οφθαλμικές διαταραχές, ρινική συμφόρηση, ζάλη και οπτική χρωματική παραμόρφωση. Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που παρατηρήθηκαν μετά την κυκλοφορία του φαρμάκου στην αγορά έχουν συγκεντρωθεί, καλύπτοντας ένα περίοδο >9 χρόνια, κατ'επίσημο. Επειδή δεν αναφέρονται όλες οι ανεπιθύμητες ενέργειες στον Κατάλογο Αδείας Κυκλοφορίας και δε συμπεριλαμβάνονται όλες στη βάση δεδομένων ασφαλείας, οι συχνότητες αυτών των συμπτωμάτων δεν μπορούν να καθοριστούν με αξιοπιστία. Παράκατω παρατίθενται ανά συχνότητα (πολύ συχνές (≥1/10), συχνές (≥1/100 έως <1/10), όχι συχνές (≥1/1.000 έως <1/100), σπάνιες (≥1/10.000 έως <1/1.000), όλες οι κλινικές σημαντικές ανεπιθύμητες ενέργειες, οι οποίες παρατηρήθηκαν σε κλινικές μελέτες, με επίπτωση μεγαλύτερη από αυτή του εικονικού φαρμάκου. Επιπρόσθετα, καταγράφονται ως μη γνωστές, οι συχνότητες των κλινικών σημαντικών ανεπιθύμητων ενεργειών που αναφέρθηκαν από την εμπειρία μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά. Σε κάθε ομάδα συχνότητας, οι ανεπιθύμητες ενέργειες παρουσιάζονται με φθίνουσα σειρά σημαντικότητας. **Κλινικές σημαντικές ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν με επίπτωση μεγαλύτερη από ότι το εικονικό φάρμακο σε ελεγχόμενες κλινικές μελέτες, καθώς και μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά. Πολύ συχνές:** Κεφαλαλγία. **Συχνές:** Ζάλη, οπτικές διαταραχές, οπτική χρωματική παραμόρφωση, έξαψη, ρινική συμφόρηση, δυσπεψία. **Όχι συχνές:** Υπνηλία, υπαισθησία, διαταραχές του επιπεφυκτικού, οφθαλμικές διαταραχές, διαταραχές δακρύρροιας, άλλες οφθαλμικές διαταραχές, ίλιγγος, εμβοές, αίσθημα παλμών, ταχυκαρδία, δερματικό εξάνθημα, μυαλγία, θωρακικό άλγος, κόπωση, αυξημένος καρδιακός ρυθμός. **Σπάνιες:** Αντάρκωση υπερτασισιαστικής, αγγειακό εγκεφαλικό επεισόδιο, συγκοπή, κώφωση, υπέρταση, υπόταση, εμφράγμα μυοκαρδίου, κοιλιακή μαρμαρυγή, επίσπαση, έμετος, ναυτία, έηροστομία. **Μη γνωστές:** Παροδικό ισχαιμικό επεισόδιο, επιληπτική κρίση, υποτροπή επιληπτικής κρίσης, μη αρτηριακική πρόσφαση ισχαιμική αμφιβληστροειδοπάθεια (NAION), απόφραξη των αμφιβληστροειδικών αγγείων, έλλειμμα οπτικού πεδίου, κοιλιακή αρρυθμία, ασταθής σπινθηγή, αφιδνιδίου καρδιακού θανάτου, σύνδρομο Stevens-Johnson, τοξική επιδερμική νεκρόλυση πρωταριασός, παρατεταμένη στύση. * Διαταραχές του ωτός: Αφιδνιδία κώφωση. Αφιδνιδία μείωση ή απώλεια ακοής έχει αναφερθεί σε ένα μικρό αριθμό περιστατικών μετά την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά και σε κλινικές μελέτες με τη χρήση όλων των αναστολέων φωσφοδιεστεράσης τύπου 5, συμπεριλαμβανομένου του sildenafil. **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΛΤΑΧΡΩΜΑΤΟΣ:** 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 6785800 **ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** 4x25mg Λ.Τ.: 20,21€, 4 x 50mg Λ.Τ.: 24,77€, 4x100mg Λ.Τ.: 29,70€, 8x25mg Λ.Τ.: 40,46€, 8x50mg Λ.Τ.: 49,54€, 8x100mg Λ.Τ.: 59,44€. **ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΓΙΑ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΙΑΤΡΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ, ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ (ΜΕΡΙΚΗΣ) ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 01 Ιουλίου 2010, ΠΑ ΠΛΗΡΕΙΣ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΑΡΑΚΑΛΕΙΣΘΕ ΝΑ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ.



Οι ειδικές προβολές πάνω σε καλά μελετημένες κατασκευές ή πάνω σε γόνδολες, προϊόντων σε μικρή ποικιλία, απλών στη χρήση τους και σε προσιτές τιμές (έκπτωση, προσφορά), είναι απαραίτητες για μια ολοκληρωμένη ενέργεια.

Για παράδειγμα, μια ενέργεια για τη φροντίδα των ώριμων δερμάτων θα μπορούσε να περιλαμβάνει: ένα απαλό, υπερ-λιπαντικό προϊόν καθαρισμού, κατάλληλο για τέτοια δέρματα, ένα αντιηλιακό με υψηλό δείκτη προστασίας και πλούσια υφή, καθώς και προϊόντα θρέψης και αντιγήρανσης για τα δέρματα άνω των 60.

Η διανομή έντυπου υλικού καθώς και δειγμάτων, αρέσει στους ηλικιωμένους, τους αγγίζει συναισθηματικά, κάτι πολύ σημαντικό για τα άτομα αυτά. Τέλος, η ενέργεια αυτή θα πρέπει να αξιολογείται με ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια (πόσο άρεσε στους πελάτες, πόσοι έδειξαν ενδιαφέρον, τι αύξηση επισκεψιμότητας ατόμων είχαμε άνω των 60, καθώς και τι αύξηση τζίρου παρατηρήθηκε στα προϊόντα που προβλήθηκαν κατά τη διάρκεια του προγράμματος).

Η αξιολόγηση θα επιτρέψει να γίνουν διορθωτικές κινήσεις για ακόμη πιο αποδοτικές ενέργειες. Θα πρέπει να έχουμε κατά νου ότι οποιαδήποτε ενέργεια μέσα στο φαρμακείο που αφορά και ενδιαφέρει τους ηλικιωμένους, έχει παράλληλα θετική δράση και σε άτομα της μέσης και νεαρής ηλικίας, γιατί σκέφτονται και επικοινωνούν τέτοια μηνύματα σε γονείς, παππούδες και γιαγιάδες. ■



Η ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ

Αυτός είναι ο τίτλος του καινούργιου αλλά και καινοτόμου σεμιναρίου που προτείνει το **Εκπαιδευτικό Κέντρο Carla της Pierre Fabre Ελλάς Α.Ε.** που έχει σαν στόχο, εμείς οι φαρμακοποιοί, οι πρεσβευτές υγείας, να μπορέσουμε να έρθουμε σε επαφή με την ηλικία αυτή, παρέχοντάς της με αγάπη, κατανόηση και ιδιαίτερη φροντίδα, τις καλύτερες υπηρεσίες υγείας και ευεξίας.

Οι «μεγαλύτεροι» το έχουν ανάγκη περισσότερο από όλους, ενώ εμείς τους θέλουμε ικανοποιημένους, υγιείς και πιστούς πελάτες μας. Μια win-win σχέση είναι δίκαιη, αποδοτική και μπορεί να διαρκέσει στο χρόνο.

Αυτό δε θέλουμε άλλωστε:



Quest Vitamins
Οδηγός Στην Καλή Υγεία!

EXCELLENCE

Η Quest Vitamins προτείνει για την πρόληψη των καρδιαγγειακών παθήσεων

Η υγεία της καρδιάς και των αιμοφόρων αγγείων εξαρτάται από παράγοντες στους οποίους δεν μπορούμε να επεμβούμε, όπως η ηλικία, το φύλο και η κληρονομικότητα, και από παράγοντες που αντιμετωπίζονται, όπως η υψηλή πίεση, τα υψηλά επίπεδα χοληστερίνης, η συσσώρευση αθηρωματικής πλάκας στις αρτηρίες και η κακή κυκλοφορία του αίματος. Η πρόληψη ή η αντιμετώπιση αυτών των παραγόντων αποτελεί το καλύτερο μέτρο προκειμένου να προστατεύσουμε την καρδιά μας.



RESPONSE

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΤΟΜΕΑ ΥΓΕΙΑΣ

Το **Kyolic** είναι το μόνο που περιέχει άοσμο εκχύλισμα σκόρδου ψυχρής ωρίμανσης με αποδειγμένη δράση σε κλινικές μελέτες.

- Μειώνει πίεση, χοληστερίνη & καθυστερεί τη δημιουργία αθηρωματικής πλάκας.
- Έχει αντιοξειδωτικές και αντιθρομβωτικές ιδιότητες.
- Ενισχύει το κυκλοφορικό & μπορεί να μειώσει το κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων.

Άδεια Κυκλοφορίας ΕΟΦ: 6108/03



Το **Marine Omega 3** παρέχει συμπυκνωμένη πηγή Ω3 λιπαρών οξέων ισχυρής δράσης από ιχθυέλαιο.

- Τα Ω3 μπορούν να βοηθήσουν στη διατήρηση της υγείας των αρτηριών & στη διατήρηση της χοληστερίνης σε καλά επίπεδα.
- Η μέθοδος φυσικού φιλτραρίσματος εξασφαλίζει την καθαρότητα του ιχθυελαίου.

Συμπλήρωμα διατροφής. Δεν υποκαθιστά τη συνήθη διατροφή. Α. Π. Γ. ΕΟΦ 49017/25-07-2006



Καλωσόρισες Μωράκι!

Οδηγίες και συμβουλές
προς νέους γονείς για συχνά
προβλήματα...

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



Η γέννηση ενός μωρού, εκτός από τη μεγάλη χαρά και συγκίνηση, φέρνει και μεγάλη αναστάτωση στη ζωή της οικογένειας. Ιδίως αν είναι το πρώτο τους μωρό, οι γονείς γρήγορα αντιλαμβάνονται ότι στο μαιευτήριο ξέχασαν να τους δώσουν αρκετές οδηγίες και έστω και αν διάβασαν όλα τα σχετικά με τα μωρά βιβλία κατά τη διάρκεια της αναμονής του, στην πράξη όλα φαίνονται πιο δύσκολα και πιο πολύπλοκα... Το σίγουρο είναι ότι όλοι οι γονείς θα εκτιμήσουν τη γνώση και τη συμβουλή του φαρμακοποιού τους στα πρώτα προβλήματα και ερωτήματα σχετικά με το καινούργιο τους απόκτημα!

Στόχος σας είναι η υπενθύμιση βασικών οδηγιών περιποίησης και η δημιουργία ενός χώρου φιλικού προς τα βρέφη!

Οι απορίες των γονιών για συχνά προβλήματα των βρεφών ποικίλουν, από ασήμαντες έως αστείες μερικές φορές, μέχρι πολύ σοβαρές που χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης και προσοχής. Τρώει καλά άραγε, πώς ξέρω ότι παίρνει αρκετό βάρος, γιατί έχει πιτυρίδα, γιατί κλαίει, γιατί κάνει εμετούς, γιατί έχει σπυράκια, γιατί συγκάηκε, γιατί, γιατί, γιατί... Θα δούμε μερικές συχνές περιπτώσεις, καθώς και αποτελεσματικούς τρόπους συμβουλής και αντιμετώπισής τους στο φαρμακείο.

Η διατροφή

«Ενώ θήλασα πολύ καλά το μωρό μου στο μαιευτήριο, τώρα που γυρίσαμε σπίτι, του δίνω και συμπλήρωμα μήπως δε χορταίνει, αλλά κάνει διάρροιες με αίμα στα κακά και εμετούς με το ξένο γάλα. Τι να κάνω»;

Η απάντησή σας: «Το μωράκι σας πιθανόν παρουσιάζει αλλεργία στο επεξεργασμένο αγελαδινό γάλα. Για ένα υγιές τελειόμηνο μωρό, η ιδανική τροφή για τουλάχιστον τους πρώτους έξι μήνες της ζωής του είναι ο μητρικός θηλασμός. Έστω και αν δεν είχατε μια καλή αρχή, δεν είναι ακόμα αργά να προσπαθήσετε τον αποκλειστικό θηλασμό, είτε κατευθείαν από το στήθος ή μετά από άντληση με ένα ειδικό θήλαστρο με το μπιμπερό. Για να είστε σίγουρη ότι το μωρό σας τρέφεται σωστά, αρκεί να έχει 6-7 βρεγμένες πάνες ανά ημέρα και σε 3 από αυτές να έχει και «κακά». Μπορείτε να πάρετε βοήθεια από μια σύμβουλο θηλασμού ή το Σύνδεσμο Θηλασμού Ελλάδος, σχετικά με την αύξηση της ποσότητας του γαλακτός σας και τις επιλογές σας. Αν πρέπει να συνεχίσετε για ιατρι-

κούς ή προσωπικούς λόγους να δίνετε γάλα φόρμουλας, θα πρέπει να το αντικαταστήσετε με κάποιο υποαλλεργικό γάλα ή χωρίς λακτόζη και να παρακολουθείτε την προσαρμογή του μωρού σας».

Γαστροοισοφαγική παλινδρόμηση (ΓΟΠ)
«Το 5 μηνών αγοράκι μας κάνει εμετό αμέσως μόλις πει ή φάει κάτι και κλαίει σαν κάτι να το ενοχλεί, τι φταίει»;

Η απάντησή σας: «Το μωράκι σας πιθανότατα πάσχει από γαστροοισοφαγική παλινδρόμηση (ΓΟΠ), το οποίο σημαίνει ότι το οξύ του στομάχου ή το φαγητό από το στομάχι ανεβαίνει πίσω στον οισοφάγο (αναγωγή). Αυτό είναι πολύ συχνό στα βρέφη, γιατί ο μυς πάνω από το στομάχι δεν είναι ακόμα καλά αναπτυγμένος. Η ΓΟΠ είναι το συχνότερο αίτιο εμετών στη βρεφική ηλικία, ενώ προκαλεί και πόνο από τον ερεθισμό του οισοφάγου. Τα περισσότερα μωρά σταδιακά και με την εισαγωγή των στερεών τροφών ξεπερνούν το πρόβλημα τον πρώτο χρόνο της ζωής τους, με την ωρίμανση του σφιγκτήρα. Σε επίμονες περιπτώσεις, ο παιδίατρός σας θα σας παραπέμψει στο νοσοκομείο για να γίνουν συμπληρωματικές εξετάσεις.

Μπορείτε να ανακουφίσετε το μωρό σας με φαρμακευτικά σκευάσματα που μειώνουν το οξύ του στομάχου και καλύτερεύουν την προώθηση του φαγητού από το στομάχι προς τα κάτω στο έντερο. Υπάρχουν και ειδικά γάλατα για τέτοιες περιπτώσεις, για να μένουν στο στομάχι, αν το μωρό δε θηλάζει, καθώς και γάλατα με περισσότερες θερμίδες για μωρά που δεν παίρνουν βάρος.

Μπορείτε να βοηθήσετε το μωρό σας πρακτικά, με μικρά και συχνά γεύματα, ταιζοντάς το σε πιο όρθια

θέση και κάνοντας αρκετά διαλλείματα για να ρευτεί».

Οι Κολλικοί

«Έχουμε ένα μωράκι 40 ημερών και κάθε απόγευμα κλαίει πολύ, τινάζει τα πόδια του και τίποτα δεν το ανακουφίζει. Μας είπαν ότι ίσως είναι κολλικός. Πώς μπορούμε να το βοηθήσουμε»;

Η συμβουλή σας: «Οι κολλικοί βρεφών είναι μια δύσκολη και αρκετά αγχωτική κατάσταση για τους γονείς, εμφανίζονται σε ένα μεγάλο ποσοστό μωρών, συνήθως μετά την 2η εβδομάδα ζωής, αλλά σχεδόν πάντα υποχωρούν ως το τέλος του τρίτου μήνα. Το έντονο κλάμα του μωρού σας, αφού πρώτα έχετε αποκλείσει κάποιο άλλο πρόβλημα του, όπως πείνα, αλλαγή πάνας, κρύο, ζέστη, μπορεί να οφείλεται σε κολλικό.

Μπορείτε να βοηθήσετε το μωρό σας, κρατώντας το όρθιο στην αγκαλιά σας, με τα πόδια του μαζεμένα στην κοιλιά του. Βάλτε απαλή μουσική την ώρα που το κρατάτε αγκαλιά ή όταν το αφήνετε στο δωμάτιό του. Ξαπλώστε το μωρό μπρούμυτα στα πόδια σας και τρίβετε την πλάτη του. Επίσης ένα χλιαρό μπάνιο, η τοποθέτηση ζεστών επιθεμάτων στην κοιλιά του για μερικά λεπτά, σχεδόν πάντα ανακουφίζουν ένα μωρό που κλαίει και πονάει. Επίσης, μετά το μπάνιο μπορείτε να του κάνετε μασάζ με κυκλικές κινήσεις στην κοιλιά του με ένα ειδικό λαδάκι».



Αν υπάρχει πρόβλημα δυσκοιλιότητας και το νεογνό έχει να κάνει «κακά» για 3 ημέρες ή περισσότερο, μπορούμε να προτείνουμε υπόθετα γλυκερίνης ή κλυσματάκια για νεογνά. Τέλος, αν το πρόβλημα είναι πολύ έντονο και δεν υποχωρεί με τους παραπάνω τρόπους, προτείνουμε κάποιο σκεύασμα ειδικό για κολλικούς.

Το σύγκαμα

«Αλλάζω συχνά το μωρό μου, αλλά εξακολουθεί να έχει σύγκαμα από τις πάνες και το πρόβλημα είναι ότι δε φεύγει».

Η απάντησή σας: «Καθώς η περιοχή που καλύπτεται από την πάνα δεν αερίζεται, είναι εκτεθειμένη σε πολλή υγρασία και σε πολλές και διαφορετικές χημικές ουσίες και μολυσματικούς μικροοργανισμούς που υπάρχουν στα ούρα και στα κόπρανα, το μωρό σας μπορεί να ταλαιπωρείται με συγκαμάτα όσο εξα-



κολουθεί να φοράει πάνες.

Η καλύτερη θεραπεία του συγκαμάτος είναι η πρόληψη - αν και δεν είναι πάντα δυνατή. Το κοινό σαπούνι μπορεί να ξηράνει

και να ερεθίσει το δέρμα, γι' αυτό καλό είναι να το αποφεύγετε. Όταν το βρέφος έχει κένωση και το αλλάζετε, πλύνετε το δέρμα του με άφθονο νερό και ένα υποαλλεργικό και απαλό βρεφικό σαπούνι και σκουπίστε με βαμβάκι αντί για χαρτί ή πετσέτα. Χρησιμοποιείτε μωρομάντηλα μόνο εκτός σπιτιού και όταν δεν έχετε πρόσβαση σε νερό και σαπούνι. Απλώνετε ένα παχύ προστατευτικό στρώμα αλοιφής με ψευδάργυρο στον ποπό του μωρού, κάθε φορά που το αλλάζετε, αφού το πλύνετε. Έτσι θα εμποδίσετε τα ούρα να έρχονται σε άμεση επαφή με το δέρμα. Τα οικονομικά μεγέθη αυτών των προϊόντων, σας επιτρέπουν να τα χρησιμοποιήσετε χωρίς φειδώ και αυτό είναι το καλύτερο. Τέλος, αφήνετε όσο πιο συχνά μπορείτε το μωρό χωρίς πάνα, με ένα προστατευτικό υποσέντονο από κάτω, ακόμα και για ολόκληρη τη νύχτα, ώστε να αερίζεται επαρκώς ή περιοχά».

Ο Πυρετός

«Το παιδάκι μου είναι ενός έτους και έχει 38,5° C. Να του δώσω κάτι ή να περιμένω»;

Η απάντησή σας: «Στην παιδική ηλικία ο πυρετός είναι ένα συχνό φαινόμενο. Η πιο συχνή αιτία του πυρετού σε αυτή την ηλικία είναι οι λοιμώξεις. Υπάρχουν οι ιογενείς που είναι αθώες, κάνουν τον κύκλο τους και περνούν από μόνες τους, και οι μικροβιακές που είναι σοβαρές και πρέπει να πάρει κανείς αντιβιοτικά για να περάσουν. Αν η διάθεση του παιδιού σας είναι καλή, έχει όρεξη για παιχνίδι και τρώει, συνήθως ο πυρετός οφείλεται σε ίωση και δεν υπάρχει λόγος ανησυχίας, ενώ αν το παιδί είναι κακοδιάθετο, έχει υπνηλία και γκρινιάζει συνεχώς, μπορεί να κρύβει μια μικροβιακή λοίμωξη.

Αν ο πυρετός ανέβει πάνω από 38,5° C μπορείτε να του δώσετε κάποιο κοινό αντιπυρετικό φάρμακο για



παιδιά, ενώ θα το ανακουφίσουν οι κομπρέσες και τα χλιαρά μπάνια στα οποία το παιδί πρέπει να μένει μέσα στο νερό πάνω από μισή ώρα.

Αν η διάθεσή του

Κάθε λεπτό γεννιέται ένα μωρό με χαμηλό βάρος*...

*The State Of America's Children Yearbook (2010). Δεν υπάρχουν αναφορές για τον Ελλαδικό χώρο.



Νέο

Χ.Τ. €11,53
Λ.Τ. €14,98

S-26 PDF GOLD

Οδηγώντας το πρόωρο νεογνό
σε ένα υγιέστερο μέλλον



Nutrition

Pfizer Hellas A.E. Λ. Μεσογείων 243, 154 51 Ν. Ψυχικό, Τηλ. 210 6785800

ΤΟ ΜΗΤΡΙΚΟ ΓΑΛΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΓΙΑ ΤΑ ΜΩΡΑ. Σε περίπτωση αδυναμίας μητρικού θηλασμού συμβουλευτείτε τον παιδίατρό σας για τη χρήση του S-26 PDF GOLD. Οι οδηγίες ειδικών πρέπει να ακολουθούνται, όσον αφορά την ανάμειξη και σωστή μέθοδο κρήσης του γάλακτος για βρέφη και για όλα τα θέματα διατροφής βρεφών.



αλλάξει, ο πυρετός δεν κατεβαίνει με το αντιπυρετικό, κρατάει πάνω από δύο 24ωρα ή παρουσιάσει και άλλα συμπτώματα, όπως έντονο βήχα ή εξανθήματα, θα πρέπει να εξεταστεί από παιδίατρο».

Σμηγματορροϊκή δερματίτιδα (Νινίδα)

«Παρόλο που λούζω τα μαλλιά του μωρού μας κάθε μέρα, δεν εξαφανίζονται αυτές οι φλούδες από το κεφάλι του. Τι φταίει»;

Η απάντησή σας: «Πρόκειται για νινίδα, μια πολύ συνηθισμένη κατάσταση που παρατηρείται κυρίως στα βρέφη και νεογέννητα και δεν πρέπει να σας ανησυχεί. Δεν προκαλεί δυσφορία ή πόνο στο βρέφος και θεωρείται πρόβλημα μόνο από αισθητικής πλευράς. Παρατηρείται συνήθως πάνω στο κεφάλι, γιατί στην περιοχή αυτή υπάρχουν πολλοί σμηματογόνοι αδένες που δραστηριοποιούνται από τις ορμόνες της μητέρας. Αν είναι ήπιας μορφής μπορείτε να την αντιμετωπίσετε τοποθετώντας στην περιοχή λίγο λαδάκι ή βαζελίνη και λούζοντας με ένα ήπιο και πολύ ενυδατικό βρεφικό σαμπουάν. Αυτό είναι αρκετό τις περισσότερες φορές για να λύσει το πρόβλημα».

Αν το πρόβλημα είναι πιο έντονο, μπορείτε να προτείνετε το καθημερινό λούσιμο με ένα σαμπουάν με αντι-σμηματορροϊκή δράση και μια αλοιφή με σαλικυλικό οξύ, ενώ αν μιλάμε για πολύ έντονο πρόβλημα που μπορεί να εξαπλώνεται στο πρόσωπο και το λαιμό, θα πρέπει να χορηγηθούν σκευάσματα με κορτιζόνη για κάποιο χρονικό διάστημα, με τη σύμφωνη γνώμη του παιδίατρου όμως. Σε κάθε περίπτωση, το μεγαλύτερο ποσοστό των βρεφών ξεφορτώνονται τη νινίδα μέσα στον πρώτο χρόνο της ζωής τους και ελάχιστες περιπτώσεις χρήζουν πιο εντατικής θεραπείας.

Νεογνική επιπεφυκίτιδα (Οφθαλμία)

«Τα μάτια του μωρού μας κάθε πρωί είναι ηρησμένα και τιμπλιάζουν. Τι να κάνουμε»;

Η απάντησή σας: «Η νεογνική επιπεφυκίτιδα είναι πολύ συχνή στα βρέφη και είναι το αποτέλεσμα μόλυνσης των ματιών του μωρού σας. Παρουσιάζεται συνήθως την πρώτη εβδομάδα της ζωής. Τα μάτια του παιδιού σας θα τιμπλιάζουν (τρέχει πύον από τα μάτια) και τα βλέφαρα θα κολλούν μεταξύ τους. Ένας απλός τρόπος για να τα καθαρίζετε, είναι με τη χρήση φυσιολογικού ορού και με κομπρέσες με χαμομήλι σε μια αποστειρωμένη γάζα. Αν παρά τη θεραπεία, τα ματάκια του μωρού σας εξακολου-



θούν να τιμπλιάζουν, συμβουλευτείτε το γιατρό σας, ο οποίος θα σας συνταγογραφήσει ειδικό αντιβιοτικό κολλύριο για τα μάτια, ενώ αν το πρόβλημα επιμένει, τότε πιθανό είναι να είναι κλειστός ο δακρυϊκός πόρος. Από τον πόρο αυτό φεύγουν τα δάκρυα από τα μάτια και πηγαίνουν στη μύτη. Σε ορισμένα παιδιά ο πόρος αυτός είναι κλειστός και συνήθως ανοίγει από μόνος του. Σε αντίθετη περίπτωση, το μωρό υποβάλλεται σε μια μικρή χειρουργική επέμβαση στην ηλικία περίπου των 6 μηνών».

Ατοπική Δερματίτιδα

«Το κοριτσάκι μας κατά καιρούς εμφανίζει πολύ έντονη ξηρότητα στο δέρμα της και κοκκινίλες. Μερικές φορές είναι τόσο έντονες που την ενοχλούν και έχει έντονη φαγούρα».



Η απάντησή σας: «Πρόκειται για μια χρόνια φλεγμονώδη νόσο του δέρματος (έκζεμα) με συνοδό έντονο κνησμό (φαγούρα) που ονομάζεται ατοπική δερματίτιδα. Η έναρξη της νόσου εμφανίζεται

στο 60% πριν τους 12 μήνες, ενώ το 50% των παιδιών που θα εμφανίσουν ατοπική δερματίτιδα στα πρώτα 2 χρόνια της ζωής τους, θα αναπτύξουν άσθμα τα επόμενα έτη.

Οι παράγοντες εμφάνισης του εκζέματος μπορεί να είναι γενετικοί και περιβαλλοντικοί, όπως το μικρό διάστημα θηλασμού, η έκθεση σε αλλεργιογόνα, όπως τα ακάρεα από τα στρώματα ή τα χαλιά στο σπίτι, οι γύρεις και οι τρίχες των κατοικίδιων ζώων, το κρύο και φυσικά τα τροφικά αλλεργιογόνα, κ.ά.

Βασικός στόχος στην προσπάθεια προστασίας και φροντίδας του ατοπικού δέρματος είναι να ενισχύσουμε την ενυδάτωση της επιδερμίδας, που επιτυγχάνεται με την καθημερινή χρήση μαλακτικών προϊόντων, όπως του ειδικού αφρόλουτρου και κρέμας ενυδάτωσης, πλούσια σε φυτικά έλαια, που θα βοηθήσουν την επιδερμίδα να παραμένει επαρκώς ενυδατωμένη.

Σημαντικό είναι να επισκεφθείτε έναν ειδικό δερματολόγο ή τον παιδίατρό σας, για να χορηγηθεί η κατάλληλη φαρμακευτική αγωγή. Τέλος, θα πρέπει να κρατάτε ένα ιστορικό με τις τροφές, τις καιρικές συνθήκες ή άλλους παράγοντες που προκαλούν έξαρση του εκζέματος και να τους αποφεύγετε ή να προετοιμάζεστε κατάλληλα».

Novalac

ολοκληρωμένη σειρά διατροφής

προσαρμοσμένη στις ανάγκες των βρεφών



STANDARD

Novalac 1,2



ΔΥΣΚΟΙΛΙΟΤΗΤΑ

Novalac IT 1,2



ΜΕΤΑ ΤΟ 1^ο ΕΤΟΣ

Novalac 3



ΚΟΛΙΚΟΙ

Novalac AC



ΑΝΑΓΩΓΕΣ

Novalac AR



Novalac AR Digest



ΑΛΛΕΡΓΙΕΣ

Novalac HA

Novalac Allernova



ΔΙΑΡΡΟΙΕΣ

Novalac AD



ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΣΗΜΕΙΩΣΗ:
Το μητρικό γάλα είναι η κατάλληλότερη τροφή για τα βρέφη. Η σωστή διατροφή της μητέρας είναι αναγκαία για την διατήρηση του θηλασμού. Αν ο μητρικός θηλασμός δεν εφαρμόζεται, θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί ξένο γάλα, σύμφωνα με ιατρική συμβουλή. Μη κατάλληλη παρασκευή του ξένου γάλακτος, μπορεί να οδηγήσει την υγεία του βρέφους σε κίνδυνο.

MEDISPES

we invent because we care™

Κεντρικά Γραφεία: Σωρού 38, Τ.Κ. 151 25 Μαρούσι-Αττική, Τηλ.:210 6109090, Fax:210 6108748

Υποκατάστημα: Τομπάζη 20, Τ.Θ.21083, Πυλαία Θεσσαλονίκης, Τ.Κ.:555 10, Τηλ.: 2310 477122, Fax: 2310 477130

e-mail: nutrition@medispes.gr / www.medispes.gr

Ο ΑΙΦΝΙΔΙΟΣ ΘΑΝΑΤΟΣ ΤΟΥ ΒΡΕΦΟΥΣ

Πρόκειται για ένα θάνατο συνήθως κατά τη διάρκεια του ύπνου, που μπορεί να συμβεί σε βρέφη κάτω των 2 ετών χωρίς καμία προηγούμενη ένδειξη. Αυτός ο ανεξήγητος θάνατος μπορεί να οφείλεται σε ορισμένες αιτίες όπως ανωμαλίες στο καρδιοαναπνευστικό, σε διαταραχές του καρδιακού ρυθμού, σε πνευμονογαστρική υπερτονικότητα.

Από επιδημιολογικά δεδομένα ο μέγιστος κίνδυνος είναι τον χειμώνα και σε ηλικία 2-4 μηνών, κυρίως σε αγόρια που γεννήθηκαν πρόωρα ή από μητέρες που κάπνιζαν κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης και φυσικά σε οικογένειες μη προνομιούχες και αμόρφωτες που δεν έχουν γνώση ή πρόσβαση στην πρόληψη.



Τι θα πρέπει να προσέξουν οι γονείς

Ο τρόπος τοποθέτησης του βρέφους για ύπνο

Να μην τοποθετείτε το βρέφος για ύπνο με την κοιλία κάτω (μπρούμυτα), ούτε στο πλάι. Μόνο ανάσκελα είναι η σωστή θέση ύπνου.

Το περιβάλλον ύπνου

Ένας κίνδυνος είναι τα σκεπάσματα να φράξουν την αναπνευστική οδό. Προσοχή!

Η θερμοκρασία του δωματίου να μην ξεπερνά τους 20° C. Το κρεβατάκι του μωρού να έχει στέρεο

στρώμα, προσαρμοσμένο στις διαστάσεις του κρεβατιού. Όχι πολλά κλινοσκεπάσματα που θα προκαλέσουν υπερθερμία στο βρέφος. Αποφυγή κάθε είδους παιχνιδιού και αντικειμένου στο κρεβάτι κατά τη διάρκεια του ύπνου. Μην κοιμίζετε το βρέφος σε καναπέδες ή στο κρεβάτι μαζί σας. Αντίθετα, το να βάλετε το κρεβατάκι του στο δωμάτιο σας ενδείκνυται για τους 6 πρώτους μήνες, πράγμα που διευκολύνει παράλληλα και τον μητρικό θηλασμό, που αποτελεί προστατευτικό παράγοντα για τον αιφνίδιο θάνατο.



Το κάπνισμα

Η έκθεση της μητέρας στο παθητικό ή ενεργό κάπνισμα κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης και η έκθεση του βρέφους στον καπνό του τσιγάρου αποτελούν παράγοντες κινδύνου.

Καταστάσεις στρες

Η στέρηση ύπνου, ο απότομος χωρισμός από τη μητέρα, η μακρά διαδρομή με αυτοκίνητο, αποτελούν παράλληλα παράγοντες κινδύνου. Πρέπει να αποφεύγονται απότομες αλλαγές στις συνήθειες φαγητού και ύπνου στο βρέφος.

Μια πρόσφατη λοίμωξη

όπως ο κοκίτης, έχουν βρεθεί συχνά πριν από τη μέρα του αιφνιδίου θανάτου του βρέφους. Ο χειμώνας και οι λοιμώξεις του συνάδου με αιφνίδιους θανάτους στα βρέφη.

Η γαστροοισφαγική παλινδρόμηση μπορεί να προκαλέσει απόφραξη της αναπνευστικής οδού ή μια άπνοια που οδηγούν σε θάνατο.

Η χορήγηση κατασταλτικών σε βρέφος κάτω του ενός έτους είναι παράγοντας κινδύνου.

Ο εμβολιασμός με ένα πλήρες πρόγραμμα, είναι ένας προστατευτικός παράγοντας για τέτοιου είδους ατυχήματα.





Χαρίζετε του κάθε μέρα την πιο ασφαλή φροντίδα μαζί με το χέρι σας!

Novalou

baby care



**Novalou
Baby shampoo**

Απαλό σαμπουάν για το καθημερινό λούσιμο βρεφών και παιδιών.

e 200ml



**Novalou
Baby bath**

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

e 250ml



**Novalou
Baby body milk**

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

e 200ml



**Novalou
Baby protective
cream**

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

e 100ml

Novalou

sun care



**Novalou
Family sun care
milk**

Αντιηλιακό γαλάκτωμα προσώπου και σώματος πολύ υψηλής προστασίας με δείκτη **SPF 50 plus**. Παρέχει πολύ υψηλή προστασία σε όλη την οικογένεια με τα φωτοσταθερά φίλτρα νέας τεχνολογίας που διαθέτει.

e 150ml



**Novalou
Baby sun care
cream**

Αντιηλιακή κρέμα προσώπου και σώματος υψηλής προστασίας με δείκτη **SPF 30** για βρέφη και παιδιά. Περιέχει φυσικά αντιηλιακά φίλτρα.

e 100ml

• υποαλλεργικά • δερματολογικά ελεγμένα • με αντιμικροβιακή δράση • με φυτικά εκχυλίσματα



www.novalou.com

Υπεύθυνος κυκλοφορίας
MEDISPES

MENTISPES A.E.B.E.
Σωρού 38, 151 25 Μαρούσι, Αθήνα, Τ: 210 6109090
U: www.medispes.gr // E: novalou@medispes.gr

Φιλικά προς τα βρέφη φαρμακεία

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας και τη Διεθνή Φαρμακευτική Ένωση, «οι φαρμακοποιοί έχουν τη δύναμη να βελτιώνουν τα θεραπευτικά αποτελέσματα και την ποιότητα ζωής των ασθενών, και πρέπει να θέσουν τους εαυτούς τους στην πρώτη γραμμή του συστήματος υγείας».

Βασισμένος σε αυτές τις αρχές, ένας Ιταλικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ο «Il Melograno», έχει πρόσφατα ξεκινήσει την καμπάνια «Πρωτοβουλία για Φιλικά προς τα Βρέφη Φαρμακεία». Η πρώτη επίσημη πιστοποίηση Φιλικού προς τα Βρέφη Φαρμακείου έγινε στη Βερόνα το 2007 και μέχρι το 2009, 17 φαρμακεία έκαναν αίτηση για να γίνουν Φιλικά προς τα Βρέφη, ενώ 63 φαρμακοποιοί έλαβαν ειδική εκπαίδευση βασισμένη σε υλικό του ΠΟΥ / UNICEF. Πολλοί άλλοι επαγγελματίες υγείας, όπως και υποστηρικτικές ομάδες μητέρων, συμμετείχαν στις δραστηριότητες.

Για να γίνει ένα φαρμακείο **Φιλικό προς τα Βρέφη**, πρέπει να τηρήσει τα ακόλουθα 9 βήματα:

1. Να διαθέτει ένα γραπτό πρωτόκολλο σχετικά με τη διατροφή βρεφών και μικρών παιδιών, σύμφωνο με τις διεθνείς πολιτικές και τον Διεθνή Κώδικα για την Εμπορία Υποκατάστατων Μητρικού Γάλακτος.
2. Να εκπαιδεύει όλο το προσωπικό του στις δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την εφαρμογή του πρωτοκόλλου.
3. Να ενημερώνει όλες τις μητέρες για τα οφέλη του μητρικού θηλασμού και για τους κινδύνους της διατροφής με επεξεργασμένο γάλα αγελάδας για βρέφη.
4. Να υποστηρίζει και να ενθαρρύνει όλες τις μητέρες να ξεκινούν και να διατηρούν το θηλασμό.
5. Να διαθέτει έναν κατάλληλο, διακριτικό χώρο στο φαρμακείο, για να νιώθουν άνετα οι μητέρες με τα βρέφη τους και τα παιδιά για το άλλαγμα ή το τάισμά τους.
6. Να προωθεί την εικόνα του μητρικού θηλασμού ως το φυσιολογικό και να αποφεύγει εικόνες διατροφής με μπιμπερό.
7. Να πουλάει υποκατάστατα μητρικού γάλακτος μόνο μετά από ειδική ένδειξη και να αποφεύγει οποιαδήποτε προώθηση με εκπτώσεις.
8. Να αγοράζει και να πουλάει τα υποκατάστατα μητρικού γάλακτος στην κανονική τιμή της αγοράς, να αποφεύγει εκπαιδευτικές καμπάνιες και να απορρίπτει τα δώρα προς τις μητέρες που προωθούν τα υποκατάστατα αυτά.
9. Να ενθαρρύνει ενεργά προγράμματα και πρωτοβουλίες στην κοινότητα, φτιάχνοντας δίκτυο με όλους όσους ενδιαφέρονται τοπικά για την προστασία, την προαγωγή και την υποστήριξη του θηλασμού.



Επίλογος

Μια μητέρα έρχεται στο φαρμακείο μας για να βρει βοήθεια ή λύση σε κάποιο πρόβλημα του μωρού της. Πολλές φορές μπορεί να μην έχει καταλάβει το πρόβλημα ή τη σοβαρότητά του και εμείς θα πρέπει να της δώσουμε λύση. Είναι ευκαιρία για το φαρμακείο να επενδύσει σε αυτή τη νέα σχέση, δημιουργώντας ένα χώρο φιλικό για βρέφη και μαμάδες, όπου η μητέρα θα μας αισθάνεται σαν σύμμαχο και σύμβουλό της στη νέα αυτή πραγματικότητα. Και πράγματι το όφελος θα είναι πολύ μεγαλύτερο γιατί υπάρχουν πάρα πολλά προϊόντα που χρειάζεται μια νέα οικογένεια και μπορεί να τα προμηθευτεί από το φαρμακείο και όχι από κάποιο άλλο κανάλι διανομής. ■

Aveeno®

ACTIVE NATURALS™

Baby™



Χωρίς Parabens
Κατάλληλο για νεογέννητα

Aveeno® Baby Fluid: Το 98% των περιστατικών* δήλωσε, ότι το προϊόν προστατεύει από την ξηρότητα και ηρεμεί ακόμα και την πολύ ξηρή και ερεθισμένη επιδερμίδα.

Η Aveeno®, πρωτοπόρος στην επιστήμη των φυσικών ενεργών συστατικών, ενσωμάτωσε τις ευεργετικές ιδιότητες της βρώμης σε ένα καθαριστικό προϊόν για την ευαίσθητη επιδερμίδα του βρέφους. Το κολλοειδές βρώμης, γνωστό για τις καθαριστικές και καταπραυντικές ιδιότητές του σε συνδυασμό με τη γλυκερίνη και

τη Βιταμίνη E για ενυδάτωση της επιδερμίδας δημιουργούν ένα απαλό καθαριστικό για καθημερινή χρήση. Η απαλή σύνθεσή του χωρίς σαπούνι και χωρίς parabens το καθιστά κατάλληλο ακόμα και για την επιδερμίδα του νεογέννητου. Η δύναμη της βρώμης τώρα στην υπηρεσία του μωρού σας!

Όλα όσα πρέπει να γνωρίζουμε για την υπογονιμότητα



Τι είναι υπογονιμότητα;

Η «υπογονιμότητα» ορίζεται ως η αδυναμία ενός ζευγαριού να επιτύχει σύλληψη και να αποκτήσει παιδί έπειτα από τουλάχιστον ένα έτος τακτικών σεξουαλικών επαφών (2-3 φορές την εβδομάδα κατά την περίοδο της ωορρηξίας), χωρίς αντισυλληπτική προστασία. Δεν πρέπει να συγχέεται με τη «στεριότητα», που είναι η απόλυτη βιολογική αδυναμία τεκνοποίησης. Για παράδειγμα, μια γυναίκα που έχει υποβληθεί σε ολική αφαίρεση μήτρας και ωοθηκών αδυνατεί προφανώς να τεκνοποιήσει. Επιπλέον, η «υπογονιμότητα» μπαίνει συχνά ως διάγνωση, όταν μια γυναίκα δεν είναι ικανή να διατηρήσει μια εγκυμοσύνη (καθ'έξιν αποβολές). Σύμφωνα με τον ορισμό, όπως αυτός έχει διατυπωθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (Π.Ο.Υ.), η υπογονιμότητα αποτελεί διαταραχή της υγείας και χρήζει αντιμετώπισης. Η τεκνοποίηση και η δημιουργία οικογένειας θεωρούνται δικαίωμα του κάθε ανθρώπου.

Συχνότητα της υπογονιμότητας

Σύμφωνα με διάφορες επιδημιολογικές μελέτες και εκτιμήσεις του Π.Ο.Υ., περίπου το 8-12% των ζευγαριών που βρίσκονται σε αναπαραγωγική ηλικία αντιμετωπίζει κάποιας μορφής δυσκολία στην προσπάθειά του να αποκτήσει παιδιά. Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν ακόμη πλήρεις επιδημιολογικές μελέτες, αλλά εκτιμάται ότι περίπου 300.000 ζευγάρια δυσκολεύονται να αποκτήσουν παιδιά.

Η συχνότητα της υπογονιμότητας μπορεί να ποικίλλει από περιοχή σε περιοχή και από πληθυσμό σε πληθυσμό. Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι δεν υπάρχει ειδικό «προφίλ» του υπογόνιμου ζευγαριού. Η υπογονιμότητα είναι πολυσύνθετη και ρευστή κατάσταση: το ίδιο άτομο, ή ζευγάρι, μπορεί να διανύσει μεγάλες χρονικές περιόδους στις οποίες αδυνατεί να συλλάβει και η αδυναμία αυτή μπορεί να επέλθει, ή να λήξει, χωρίς προειδοποίηση.

Είδη υπογονιμότητας

Είναι σημαντικό να θυμάται κανείς πως ο όρος υπογονιμότητα, αφορά εξίσου και τους άντρες και τις γυναίκες.

Παραδοσιακά όμως και πολύ λανθασμένα, η γυναίκα είναι αυτή που κυρίως ενοχοποιείται, όταν ένα ζευγάρι δεν καταφέρνει να αποκτήσει παιδί, συχνά δίκως και να περιμένουν τη συμπλήρωση 12 μηνών συστηματικών προσπαθειών. Έτσι, ακόμη και η διερεύνηση για την πιθανή υπογονιμότητα ενός ζευγαριού, συχνά ξεκινά και τελειώνει με την ιατρική εκτίμηση μόνο της συζύγου!

Σήμερα έχει πλέον αποδειχθεί πως στο 40% των ζευγαριών που δεν μπορούν να συλλάβουν, η υπογονιμότητα σχετίζεται με προβλήματα υγείας του άντρα, και σε ένα άλλο 40% των ζευγαριών εξαιτίας προβλημάτων της αναπαραγωγικής υγείας της γυναίκας. Από τα ζευγάρια

αυτά, άλλα δεν έχουν ποτέ αποκτήσει παιδιά και η κατάσταση ονομάζεται **πρωτογενής υπογονιμότητα**, ενώ άλλα ζευγάρια εμφανίζουν δυσκολίες στη σύλληψη, ενώ έχουν ήδη καταφέρει να αποκτήσουν ένα τουλάχιστον παιδί, οπότε χαρακτηρίζεται ως **δευτερογενής υπογονιμότητα**.

Η επιτυχία της σύλληψης

Για να μείνει μια γυναίκα έγκυος, από μία από τις ωοθήκες της θα πρέπει να απελευθερωθεί αρχικά ένα ωάριο στα μέσα του κύκλου (ωορρηξία), να ενωθεί μέσα στις σάλπιγγες με ένα σπερματοζωάριο του άντρα (γονιμοποίηση), να μεταφερθεί το γονιμοποιημένο ωάριο από τις σάλπιγγες στη μήτρα και να προσκολληθεί στο ενδομήτριο, μια εβδομάδα περίπου μετά τη γονιμοποίηση. Εκεί πρόκειται να εξελιχθεί σε έμβρυο.

Τα περισσότερα ζευγάρια φαίνεται να αγνοούν το πόσο μικρή είναι η ευκαιρία που υπάρχει για απόκτηση εγκυμοσύνης κάθε μήνα.

Η επιτυχία της σύλληψης εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και κυρίως από την καλή λειτουργία ή/και μορφολογία του αναπαραγωγικού συστήματος τόσο της γυναίκας όσο και του άντρα.

Η πρώτη εξέταση για την εκτίμηση της γονιμότητας ενός ζευγαριού θα πρέπει να είναι μια εξέταση σπέρματος. Εάν η ανάλυση σπέρματος είναι απόλυτα φυσιολογική και δεν υποδεικνύει γενικά τη συμμετοχή ενός παράγοντα του άντρα που να προκαλεί υπογονιμότητα, τότε η έρευνα εστιάζεται περισσότερο προς τη γυναίκα.

Αίτια υπογονιμότητας

Η ηλικία παίζει ένα σπουδαίο ρόλο στη γονιμότητα της γυναίκας. Η γονιμότητα μειώνεται σταδιακά μετά τα 30 χρόνια. Ορισμένα μάλιστα επαγγέλματα αποτελούν κίνδυνο για τη γονιμότητα του άνδρα, όπως αυτά που έχουν σχέση με ακτινοβολία, μικροκύματα, χειρισμό μετάλλων όπως μόλυβδος, υδράργυρος, μαγνήσιο, χρώμιο, ή εντομοκτόνων... Ορισμένα φάρμακα επίσης προκαλούν διαταραχές στη σπερματογένεση και άλλα στη σεξουαλικότητα του άνδρα.

Μετά τον ενδελεχή διαγνωστικό έλεγχο, η υπογονιμότητα παραμένει ανεξήγητη μόνο στη μειονότητα των ζευγαριών. Σε πολύ αδρές γραμμές, η υπογονιμότητα οφείλεται είτε σε φλεγμονές του γεννητικού συστήματος, είτε σε ορμονικές διαταραχές. Στη γυναίκα μπορεί να είναι διαταραχές ωορρηξίας, συμφύσεις στον τράχηλο και στις σάλπιγγες, ενδομητρίωση... Στον άνδρα συνήθως είναι το ασθενές και ολίγο σπέρμα, αλλά και η παντελής έλλειψη σπέρματος. Στην Ελλάδα μάλιστα, θεωρείται ότι ο μεγάλος αριθμός αμβλώσεων, καθώς και διάφορες λοιμώξεις του γεννητικού συστήματος που δεν καταπολεμούνται εγκαίρως και επαρκώς, προκαλούν χρόνιες φλεγμονές και οδηγούν τελικά σε υπογονιμότητα.

ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΩΘΥΛΑΚΙΟΡΡΗΞΙΑΣ ΓΙΑ ΕΞΩΣΩΜΑΤΙΚΗ ΓΟΝΙΜΟΠΟΙΗΣΗ



Βασίλειος Κ. Ταρλατζής

Καθηγητής Μαιευτικής - Γυναικολογίας και Ανθρώπινης Αναπαραγωγής
Διευθυντής Α΄ Μαιευτικής Γυναικολογικής Κλινικής,
Νοσοκομείο «Παπαγεωργίου»
Θεσσαλονίκης

Ελένη Μπίλη

Επίκουρη Καθηγήτρια Μαιευτικής Γυναικολογίας
Α΄ Μαιευτική - Γυναικολογική Κλινική, Νοσοκομείο
«Παπαγεωργίου» Θεσσαλονίκης

Η εξωσωματική γονιμοποίηση (in vitro fertilization, IVF) αποτελεί την πλέον εξελιγμένη μέθοδο υποβοηθούμενης αναπαραγωγής, κατά την οποία η γονιμοποίηση και τα πρώτα βήματα της ανάπτυξης του γονιμοποιημένου ωαρίου δεν πραγματοποιούνται στο γεννητικό σύστημα της γυναίκας, αλλά στο εργαστήριο. Υποψήφια ζευγάρια για εξωσωματική γονιμοποίηση είναι αυτά που: οι σάλπιγγες της γυναίκας δεν είναι διαβατές ή είναι υδροσάλπιγγες, το σπέρμα του άνδρα παρουσιάζει σοβαρές διαταραχές, η εφαρμογή απλούστερων μεθόδων υποβοηθούμενης αναπαραγωγής απέτυχε, η ηλικία της γυναίκας είναι προχωρημένη και απαιτείται η ιατρική παρέμβαση όταν επιβάλλεται η πραγματοποίηση προεμφυτευτικής γενετικής διάγνωσης. Η επιστημονική εξέλιξη στον τομέα της υποβοηθούμενης αναπαραγωγής είναι συνεχής, αφορά όλα τα στάδιά της και έχει ως σκοπό την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση της υπογονιμότητας. Ειδικότερα, όσον αφορά στη διέγερση των ωοθηκών, είναι διαθέσιμα νέα φάρμακα που επιτρέπουν την εξατομικευμένη θεραπευτική προσέγγιση των ασθενών.

Τα βασικά στάδια της κλασικής εξωσωματικής γονιμοποίησης είναι:

- Ελεγχόμενη διέγερση των ωοθηκών
- Ωοληψία
- Εξωσωματική γονιμοποίηση
- Εμβρυομεταφορά

Πρόκληση πολλαπλής ωοθυλακιορρηξίας

Για να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της εξωσωματικής γονιμοποίησης, χρειάζονται περισσότερα από ένα ωάρια της γυναίκας σε κάθε προσπάθεια, γιατί:

- α) κάποια από τα γονιμοποιημένα ωάρια είναι πιθανό να μη συνεχίσουν την ανάπτυξη τους,
- β) κατά την εμβρυομεταφορά χρησιμοποιούνται τα καλύτερα ποιοτικώς έμβρυα και επομένως πρέπει να υπάρχει δυνατότητα επιλογής, και
- γ) αν υπάρξουν πλεονάζοντα έμβρυα μπορούν να καταψυχθούν ώστε να χρησιμοποιηθούν σε αποτυχία ή

σε επιθυμία για δεύτερο παιδί, χωρίς η γυναίκα να υποβληθεί εκ νέου σε φαρμακευτική διέγερση των ωοθηκών.

Η διέγερση των ωοθηκών θα πρέπει να γίνεται με εξατομικευμένο τρόπο για κάθε γυναίκα, ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και να ελαχιστοποιηθούν οι επιπλοκές. Οι γυναίκες που υποβάλλονται σε πρόκληση πολλαπλής ωοθυλακιορρηξίας μπορούν να ακολουθούν το συνήθη τρόπο ζωής τους χωρίς υπερβολές.

Τα φάρμακα που χρησιμοποιούνται στα πρωτόκολλα διέγερσης των ωοθηκών είναι:

Οι γοναδοτροπίνες, οι οποίες διεγείρουν τις ωοθήκες, χορηγούνται με τη μορφή ενέσεων (συνήθως υποδορίως, στην κοιλιά ή στο μηρό με μικρή βελόνα τύπου ινσουλίνης ή με τη χρήση ειδικής πέννας), πρέπει να γίνονται την ίδια περίπου ώρα καθημερινά, ενώ η δόση τους ρυθμίζεται και αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τη γυναίκα και την εξέλιξη του κύκλου. Υπάρχουν διάφορα σκευάσματα γοναδοτροπινών, που διαφέρουν ως προς την περιεκτικότητά τους σε FSH, LH, ή συνδυασμό τους και με την προέλευσή τους (όπως ανασυνδυασμένες ή ανθρώπινες κεκαθαρμένες από τα ούρα εμμηνοπαυσιακών γυναικών).

Η κοριφολιτροπίνη-α (Elonva) ή μακράς δράσης FSH είναι μια νέα φαρμακευτική μορφή της ανασυνδυασμένης FSH, που βοηθά στη βελτιστοποίηση της διέγερσης των ωοθηκών. Μια ένεση κοριφολιτροπίνης-α αντικαθιστά 7 ημερήσιες δόσεις FSH. Περίπου 30% των γυναικών δε θα χρειασθούν επιπρόσθετη χορήγηση FSH μέχρι την ωοληψία.

Τα ανάλογα της υποθαλαμικής ορμόνης που διεγείρει την έκλυση των γοναδοτροπινών (GnRH)

Η χορήγηση των ουσιών αυτών επιτυγχάνει την καταστολή των ενδογενών γοναδοτροπινών της γυναίκας, δηλαδή αυτών που παράγει η ίδια. Η καταστολή αυτή είναι σημαντική γιατί ελαττώνει την πιθανότητα να συμβεί αιφνίδια αύξηση (αιχμή) της ενδογενούς LH, που θα έχει ως αποτέλεσμα την πρόωρη ωοθυλακιορρηξία και την ακύρωση της προσπάθειας. Τα ανάλογα χορηγούνται σε καθημερινή βάση και την ίδια περίπου ώρα, με τη μορφή υποδορίων ενέσεων ή σπανιότερα με τη μορφή εισπνοών από τη μύτη. Στο παρελθόν, όταν δεν υπήρχαν GnRH ανάλογα, σημειώνονταν ακυρώσεις κύκλων σε ποσοστό περίπου 20-30%. Υπάρχουν δύο βασικοί τύποι αναλόγων που διαφέρουν ως προς το χρονικό διάστημα που χρειάζονται για να επιτύχουν την καταστολή της υπόφυσης και των ωοθηκών. Τα φάρμακα είναι:

- α) GnRH αγωνιστές (εμπορικές ονομασίες: Arvekar, Daronda, Suprefact), και
- β) GnRH ανταγωνιστές (εμπορικές ονομασίες: Orgalutran, Cetrotide)

Η χοριακή γοναδοτροπίνη (ανθρώπιος από ούρα ή ανασυνδυασμένη), η οποία χορηγείται εφάπαξ σε ενέσιμη μορφή σε προκαθορισμένη ώρα (ανάλογα με την ανάπτυξη των ωοθυλακίων και την προβλεπόμενη ώρα της ωοληψίας) και προκαλεί την τελική ωρίμανση των ωοθυλακίων και την ωοθυλακιορρηξία.

Πρωτόκολλα διέγερσης των ωοθηκών

Υπάρχουν διάφορα πρωτόκολλα διέγερσης των ωοθηκών που ουσιαστικά διαφέρουν στο χρονικό διάστημα έναρξης της καταστολής με τη χορήγηση των GnRH αναλόγων.

Μακρύ πρωτόκολλο

Η έναρξη της θεραπευτικής αγωγής στο μακρύ θεραπευτικό πρωτόκολλο αρχίζει την 1η ημέρα του κύκλου ή την 21η ημέρα του προηγούμενου κύκλου.

Χρησιμοποιούμε στην πρώτη φάση μόνο GnRH ανάλογο (Arvekar, Daronda, Gonareptyl ή Suprefact spray ή ενέσιμο). Σκοπός της θεραπείας με GnRH ανάλογο είναι η καταστολή της λειτουργίας της υπόφυσης και των ωοθηκών και η δημιουργία τεχνητού κύκλου υπό έλεγχο.

Εάν το ανάλογο ξεκινήσει την πρώτη ημέρα του κύκλου, περίπου 14 ημέρες αργότερα γίνεται: α) μέτρηση οιστραδιόλης (E2) στο αίμα και β) υπερηχογράφημα ωοθηκών. Αν τα επίπεδα της E2 είναι μικρότερα από 30 pg/ml και το υπερηχογράφημα δε δείχνει κυστικά μορφώματα, τότε χωρίς να σταματήσει η χορήγηση του GnRH αναλόγου αρχίζει και η χορήγηση των γοναδοτροπινών.

Η δόση των γοναδοτροπινών εξατομικεύεται κατά περίπτωση (ηλικία, προηγούμενες προσπάθειες IVF, πολυκυστικές ωοθήκες).

Αν το ανάλογο χορηγηθεί από την 21η ημέρα του κύκλου, το υπερηχογράφημα και η μέτρηση οιστραδιόλης γίνονται αφού έρθει η έμμηνος ρύση.

Βραχύ πρωτόκολλο

Η έναρξη του GnRH αγωνιστή αρχίζει συνήθως την 1η – 2η ημέρα του κύκλου και η έναρξη χορήγησης των γοναδοτροπινών την 2η – 3η ημέρα του κύκλου και η διάρκειά του υπολογίζεται περίπου σε 10-14 ημέρες. Τελικά, όποιο πρωτόκολλο και αν ακολουθηθεί, όταν τα ωοθυλάκια έχουν μεγαλώσει ικανοποιητικά σε μέγεθος και παράγουν ικανοποιητικά επίπεδα οιστραδιόλης, γίνεται η ένεση χοριακής γοναδοτροπίνης, συνήθως κάποια βραδινή ώρα, 36 ώρες πριν την προγραμματισμένη ωοληψία. Ακολουθεί μια ημέρα χωρίς ενέσεις και την επομένη προγραμματίζεται η ωοληψία. Το βραχύ πρωτόκολλο επιλέγεται συνήθως για γυναίκες με πτωχή απάντηση των ωοθηκών στην πρόκληση πολλαπλής ανάπτυξης ωοθυλακίων.

Πρωτόκολλο με GnRH ανταγωνιστές

Στο πρωτόκολλο γοναδοτροπινών – GnRH ανταγωνιστών, η διέγερση με γοναδοτροπίνες αρχίζει την 2η ή 3η ημέρα του κύκλου, ενώ ακολουθεί η καταστολή με τη χρησιμοποίηση των ανταγωνιστών. Η διάρκεια του πρωτοκόλλου γοναδοτροπινών – ανταγωνιστών υπολογίζεται περίπου σε 10-12 ημέρες. Η έναρξη χορήγησης του ανταγωνιστή μπορεί να γίνει είτε την 6η ημέρα της διέγερσης με γοναδοτροπίνες, είτε με βάση υπερηχογραφικά και ορμονικά κριτήρια κατά τη διάρκεια της πρόκλησης πολλαπλής ωοθυλακιορρηξίας.

Η χορήγηση των GnRH ανταγωνιστών συνδέεται με στατιστικά χαμηλότερα ποσοστά εμφάνισης του συνδρόμου υπερδιέγερσης των ωοθηκών.

Χορήγηση χοριακής γοναδοτροπίνης για την τελική ωρίμανση των ωοθυλακίων (Pregnyl, Ovitrelle)

Γίνεται συγκεκριμένη ώρα με οδηγίες από το κέντρο υποβοηθούμενης αναπαραγωγής και μετά από 36 ώρες γίνεται η ωοληψία. Με τη χορήγησή της σταματά η θεραπεία με τα GnRH ανάλογα και τις γοναδοτροπίνες.

Χορήγηση φυσικής προγεστερόνης

Μετά την εμβρυομεταφορά, η υποστήριξη της ωχρινικής φάσης του κύκλου γίνεται με φυσική προγεστερόνη (Utrogestan χάπια 100 mg και 200 mg ή Crinone 8%). Το Utrogestan χορηγείται με το δοσολογικό σχήμα 200mg/8ωρο κολπικά ή από του στόματος. Το Crinone 8% χορηγείται ενδοκολπικά κάθε πρωί, ξεκινώντας μετά την ωοληψία. Η στενή παρακολούθηση της γυναίκας που υποβάλλεται σε φαρμακευτική διέγερση είναι επιβεβλημένη, με διαδοχικά υπερηχογραφήματα και μετρήσεις των ορμονών (E2 και LH) στο αίμα.

Πιθανές παρενέργειες των φαρμάκων

Τα ήπια συμπτώματα από ορισμένα φάρμακα και οι σπάνιες αλλεργικές αντιδράσεις (εξάψεις, τοπική αντίδραση στο σημείο της ένεσης, πονοκέφαλος, εφιδρώσεις) δεν είναι έντονες και αντιμετωπίζονται εύκολα.

Το σύνδρομο υπερδιέγερσης των ωοθηκών μπορεί να εμφανιστεί με οποιοδήποτε σχήμα πρόκλησης πολλαπλής ωοθυλακιορρηξίας (κυρίως με χρήση γοναδοτροπινών). Εμφανίζεται σε ποσοστό 2% στο γενικό πληθυσμό, αλλά σε 20-30% σε γυναίκες με πολυκυστικές ωοθήκες. Στις περισσότερες περιπτώσεις μπορεί να προληφθεί, αλλά όταν εκδηλωθεί αντιμετωπίζεται με ειδική φαρμακευτική αγωγή.

Ο κίνδυνος ανάπτυξης καρκίνου ωοθήκης, μήτρας ή μαστού μετά από πρόκληση πολλαπλής ωοθυλακιορρηξίας είναι παρόμοιος με εκείνον του γενικού πληθυσμού, όπως δείχνουν μεγάλες επιδημιολογικές μελέτες.

ΦΑΡΜΑΚΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΩΟΘΥΛΑΚΙΟΡΡΗΞΙΑΣ

GnRH αγωνιστές

Daronda: inj fl 14 mg/2,8 ml

Δοσολογία: 20 γραμμές της σύριγγας ινσουλίνης/ημέρα υποδόρια

Suprefact spray: 100 mcg/δόση

Δοσολογία: 2 εισπνοές/8 ώρες εναλλάξ σε κάθε ρουθούμι

Suprefact inj.: ενέσιμο διάλυμα – 1 mg/ml

Δοσολογία: 50 γραμμές της σύριγγας ινσουλίνης/ημέρα υποδόρια

Arvekap: amp 0,1 mg

Δοσολογία: 1 ένεση/ημέρα υποδόρια

Gonapeptyl: ενέσιμο διάλυμα

Δοσολογία: 0,1 mg/ml/ημέρα υποδόρια

GnRH ανταγωνιστές

Cetrotide: 0,25 mg/φιαλίδιο

Orgalutran: 0,25 mg/0,5 ml

Γοναδοτροπίνες

Γοναδοτροπίνες υψηλής καθαρότητας από ούρα εμμηνόπαυσιακών γυναικών

Merional: 75 IU FSH και 75 IU LH υποδόρια χορήγηση

Altermon: 75 IU FSH υποδόρια χορήγηση

Menopur: 75 IU FSH και 75 IU LH υποδόρια χορήγηση

Bravelle: 75 IU FSH υποδόρια χορήγηση

Ανασυνδυασμένες γοναδοτροπίνες

Puregon: rFSH (50IU, 100IU), (300IU, 600IU, 900IU) cartridges χορηγούμενο με την πένα Puregon pen, υποδόρια χορήγηση

Gonal F: rFSH (75IU, 1050IU) (300IU, 900IU pen) υποδόρια χορήγηση

Pergoveris: 150 IU rFSH και 75 IU rLH υποδόρια χορήγηση

Elonva: Corifolotropin-α 100μg και 150 μg υποδόρια χορήγηση (1 ένεση καλύπτει 7 ημέρες)

Η δόση των γοναδοτροπινών εξατομικεύεται

Χοριακή Γοναδοτροπίνη (hCG)

Προερχόμενη από ούρα

Pregnyl: amp. 1500 IU και 5.000 IU

Δοσολογία: 10.000 IU ενδομυϊκά ή υποδόρια

Ανασυνδυασμένη hCG

Ovitrelle: amp - rhCG

Δοσολογία: 250 mcg/0,5ml

Βιβλιογραφία

Fatemi HM, Blockeel C, Devroey P. Ovarian Stimulation: Today and Tomorrow. Curr Pharm Biotechnol 2011 June 9. (Epub ahead of print)

Al-Inany HG, Youssef MA, Aboulghar M, Broekmans F, Sterrenburg M, Smit J, Abou-Setta AM. GnRH antagonists are safer than agonists: an update of a Cochrane review. Hum Reprod Update 2011 Jul-Aug 17(4): 435

Basil C. Tarlatzis, Helen Bili. Safety of GnRH agonists and antagonists. Expert Opinion on Drug Safety Jan 2004; 3(1): 39

Διάγνωση

Η διάγνωση της υπογονιμότητας τίθεται από εξειδικευμένο ιατρό (γυναικολόγο, ουρολόγο-ανδρολόγο ή ενδοκρινολόγο, ανάλογα με την περίπτωση). Εκτός από την κλινική εξέταση και τη λεπτομερή λήψη του ιατρικού ιστορικού του ζευγαριού, ο διαγνωστικός έλεγχος μπορεί να συμπεριλάβει:

- Μικροβιολογικές εξετάσεις (συνήθως καλλιέργεια σπέρματος και κολπικού υγρού)
- Εργαστηριακές αναλύσεις αίματος, σπέρματος και τραχηλικής βλέννης
- Ειδικές απεικονιστικές εξετάσεις (υπερηχογράφημα κάτω κοιλίας ή οσχέου, υστεροσαλιπιγογραφία, αξονική ή μαγνητική τομογραφία)
- Κολποσκόπηση, πεσκόπηση
- Χειρουργικές επεμβάσεις (υστεροσκόπηση, λαπαροσκόπηση)
- Άλλες ειδικές εξετάσεις και αναλύσεις (ανοσολογικές, σπέρματος, κ.λπ.)

Η ορθή διάγνωση είναι εξαιρετικά σημαντική, διότι αυτή καθοδηγεί την επιλογή της θεραπευτικής στρατηγικής.

Διεθνώς διαφαίνεται πλέον η τάση για εξατομικευμένη θεραπεία, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του κάθε ζευγαριού. Είναι επομένως χρήσιμο τα ζευγάρια να απευθύνονται σε οργανωμένες ιατρικές μονάδες, είτε μετά από σύσταση του γενικού τους παθολόγου, είτε του ειδικευμένου επιστήμονα με τον οποίον είχαν την πρώτη τους επαφή, είτε ακόμη και απευθείας. Έτσι το ζευγάρι δεν υποχρεώνεται σε άσκοπες ή πολλαπλές εξετάσεις και σε αποσπασματικές ή ημιτελείς διαγνωστικές διαδικασίες, ενώ μειώνεται και ο χρόνος αναμονής από τη διαπίστωση του προβλήματος μέχρι την κατάστρωση του σχεδίου αντιμετώπισής του.

Θεραπεία της υπογονιμότητας

Για την επιλογή της κατάλληλης θεραπευτικής στρατηγικής πρέπει να σταθμιστούν προσεκτικά όλα τα



δεδομένα και το ζευγάρι να οδηγηθεί, με τη βοήθεια της θεραπευτικής ομάδας, σε μια νηφάλια και καθαρή απόφαση. Παράγοντες όπως η ηλικία της γυναίκας και οι οικονομικές δυνατότητες του ζευγαριού πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν, δεδομένου ότι η διάγνωση και η θεραπεία της υπογονιμότητας μπορεί μερικές φορές να αποβεί και χρονοβόρος και δαπανηρή.

Ανάλογα με τη διάγνωση, προσφέρονται διαφορετικές επιλογές.

Οι απλούστερες είναι: οι προγραμματισμένες συχνές επαφές, η σπερματέγχυση, η φαρμακευτική αγωγή για την καταπολέμηση λοιμώξεων, ή για τη ρύθμιση ή τη διέγερση της λειτουργίας των ωοθηκών ή των όρχεων, η χειρουργική επέμβαση για τη θεραπεία ανατομικών προβλημάτων του αναπαραγωγικού συστήματος, ή ενδομητρίωσης, αλλά και ο συνδυασμός φαρμακευτικής και χειρουργικής θεραπείας, εάν αυτό κριθεί απαραίτητο.

Εάν αυτές οι μέθοδοι δεν αποδώσουν, ή εάν η εφαρμογή τους είναι περιττή, απαιτείται η προσφυγή σε πιο πολύπλοκες μεθόδους.

Αυτές ονομάζονται **μέθοδοι ή τεχνικές Ιατρικώς Υποβοηθούμενης Αναπαραγωγής (ΙΥΑ)**. Εδώ ανήκει και η γνωστή μας εξωσωματική γονιμοποίηση. ■

Πόπη Χαραμή

Οι συμβουλές προς τους ενδιαφερόμενους

Το πλέον σημαντικό είναι να απευθυνθούν σε ειδικές ιατρικές μονάδες υπογονιμότητας.

Συμβουλές υγιεινής ζωής

- Όχι έντονη και συχνή άσκηση (4 ώρες την εβδομάδα για αρκετά χρόνια), που μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη ωορρηξίας
- Όχι τσιγάρο που μειώνει αποδεδειγμένα τη γονιμότητα στη γυναίκα και στον άνδρα την ποιότητα του σπέρματος
- Η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ αλλά και ναρκωτικών οδηγεί σε αποβολές
- Η παχυσαρκία αλλά και η απίσχναση οδηγούν σε διαταραχές ωορρηξίας
- Τα ζεστά μπάνια και η σάουνα επηρεάζουν αρνητικά τη σπερματογένεση

Ψυχολογική υποστήριξη

Πολύ σημαντική να παρέχεται από τους επαγγελματίες υγείας, αλλά και το στενό περιβάλλον του ζευγαριού. Ιδιαίτερα σε περίπτωση αποβολής, η ανησυχία στη γυναίκα μεγαλώνει υπέρμετρα. Εδώ συνιστάται μια ευχάριστη περίοδος διακοπών και να ξαναπροσπαθήσουν μετά από 3-4 κύκλους.

Η MSD στην Υπογονιμότητα



Για απευθείας παραγγελίες επικοινωνήστε χωρίς χρέωση με το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD: 800 11 33 333



ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Άλιμος, Τηλ.: 210 989 7300
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9^ο χλμ. Θεσ/νίκης-Θέρμης, 570 01 Πυλαία, Τηλ.: 2310 863 634
www.merck.com

Πελατομανία

Ξεπεράστε τις προσδοκίες των πελατών σας



Πάντα η εξυπηρέτηση του πελάτη αποτελούσε το παλαιότερο αλλά και πιο σύγχρονο θέμα στις επιχειρήσεις.

Οι πρώτοι επιτυχημένοι έμποροι προσπαθούσαν, καθώς ο ανταγωνισμός γινόταν όλο και πιο έντονος, να βρουν τρόπους να γίνουν ξεχωριστοί στα μάτια του πελάτη τους.

Σήμερα στον πολύ σκληρό ανταγωνισμό, οι επιχειρήσεις για να επιβιώσουν δεν αρκούνται πια στην τιμή ή στην καινοτομία του προϊόντος, γνωρίζοντας ότι αυτά έχουν πρόσκαιρο χαρακτήρα. Ασκούνται και παράλληλα γυμνάζουν το προσωπικό τους σε βαθύτερες έννοιες, στη διαδικασία "εξυπηρέτηση του πελάτη".

♦ Από τον **ΑΝΔΡΕΑ ΚΑΛΛΙΒΩΚΑ**, Φαρμακοποιό

Σίγουρα με την πρώτη ματιά ο τίτλος του άρθρου ξενίζει. Μανία με τον πελάτη; Απλά ο πελάτης στο κέντρο του κόσμου μας!

Γιατί ο πελάτης είναι αυτός που πληρώνει τους μισθούς μας, τα μερίσματα στις επιχειρήσεις και ο μόνος που έχει τη δύναμη να απολύσει κάθε εργαζόμενο, από την κορφή της εργασιακής πυραμίδας μέχρι τη βάση της.

Οι επιχειρηματίες σήμερα γνωρίζουν ότι το παιχνίδι πλέον κερδίζεται με τον συνεχή και απρόβλεπτο εντυπωσιασμό του πελάτη, μέσα από τη διαδικασία εξυπηρέτησής του. Γνωρίζουν ότι οι έννοιες όπως "ότι θέλει ο πελάτης", ή "να εξυπηρετείς όπως θέλεις να σε εξυπηρετούν", έχουν περάσει στην ιστορία της εξυπηρέτησης, είναι πλέον έννοιες ξεπερασμένες

που δεν έχουν καμία αξία στο σύγχρονο κόσμο των επιχειρήσεων.

Τα τελευταία 20 χρόνια στον τομέα "εξυπηρέτηση πελάτη", μπαίνουν νέες διαδικασίες αλλά και έννοιες, που λίγο ως πολύ έχουν να κάνουν με την αξία του κάθε ανθρώπου αλλά και την ιδιοσυγκρασία του, τον χαρακτήρα του και τη συμπεριφορά του, που εκκαλούμεθα να κατανοούμε και να διαχειριζόμαστε με ιδιαίτερη ευχέρεια στην καθημερινότητα των επιχειρήσεών μας.

Κάποτε πιστεύαμε ότι με την εκπαίδευση του προσωπικού μας που έρχεται άμεσα σε επαφή με τον πελάτη, αρκούσε απλά και μόνο να είναι ευγενικοί. Κτίστηκαν έτσι προγράμματα, τα γνωστά και ως "εκπαίδευση - χαμόγελο", με σκοπό κάτω από κάθε συνθήκη να χαμογελάμε στον πελάτη.



Ήρθαν όμως έτσι στην επιφάνεια 2 αλήθειες που έμελλαν να αλλάξουν το χάρτη της εξυπηρέτησης, αλλάζοντας και την έννοια αυτή καθ' εαυτή του πελάτη.

Η πρώτη, το κατά πόσο ή όχι το προσωπικό χαμογελούσε, είχε να κάνει περισσότερο με το πώς τους αντιμετώπιζαν μέσα στην εργασία τους και λιγότερο με την εκπαίδευσή τους.

Η δεύτερη ήταν ότι ο σκοπός δεν ήταν τόσο το χαμόγελο στον πελάτη, όσο η παροχή ολοκληρωμένης ποιοτικής εμπειρίας, ώστε να σου χαμογελάει ο ίδιος ο πελάτης.

Αυτή η δεύτερη προσέγγιση αναγνωρίζει ότι η πραγματική ενασχόληση μιας επιχείρησης οφείλει να είναι κυρίως η δημιουργία μιας συνεπούς και διαρκούς εμπειρίας ποιότητας προς τους πελάτες, με τρόπο που να αποφέρει κέρδη στην επιχείρηση και όχι τόσο μια εσωστρεφής προτεραιότητα σε προϊόντα και διαδικασίες.

Ένα και μόνο ένα είναι το μετρήσιμο αποτέλεσμα. Ο ικανοποιημένος πελάτης!

Αυτή η ικανοποίηση προέρχεται από την προσπάθεια να γίνουν όλα σωστά.

Ποιοτική εμπειρία εξυπηρέτησης

Μια ποιοτική εμπειρία εξυπηρέτησης είναι αποτέλεσμα ενός ολιστικού, πολύπλευρου μανάτζμεντ πολλών παραγόντων και παρέχεται μόνο από επιχειρήσεις που έχουν βαθιά συναίσθηση του ρόλου τους και ακολουθούν δοκιμασμένες προσεγγίσεις.

Αναλύοντας αυτά τα δεδομένα, η επιτυχία πλέον μιας επιχείρησης χτίζεται κατανοώντας τις προσδοκίες των πελατών που θέλει κάποιος να κερδίσει, ξεκαθαρίζοντας τον τρόπο και το χρόνο και προσδιορίζοντας το πώς μπορείς να προσφέρεις μια άψογη υπηρεσία, παρέχοντας σε όλα τα στάδια και σε κάθε ευκαιρία ποιοτικές εμπειρίες. Αναφέρω κατ' επανάληψη τη λέξη εμπειρία, διότι στο σήμερα δε μετρά μόνο το προϊόν και η τιμή, δεδομένα εύκολα αντιγράψιμα, αλλά και κατά πόσο μέσα από τη διαδικασία πώλησης χτίζουμε εικόνες και εμπειρίες στο σύγχρονο και απαιτητικό πελάτη. Η άψογη εξυπηρέτηση είναι προϊόν διαρκούς

και επίμονης εκπαίδευσης, ώστε να μπορεί εύκολα ο κάθε εργαζόμενος να κατανοεί τον χαρακτήρα, τις ιδιαιτερότητες, τη διαφορετικότητα του κάθε πελάτη, κατανοώντας και καλύπτοντας τις ανάγκες του και τις επιθυμίες του πριν και ο ίδιος τις αναγνωρίσει. Δίνοντας αξία μέσα από την πώληση, όχι στην επιχείρηση ή στον εαυτό του ή και στο προϊόν, αλλά κάνοντας τον πελάτη να νιώθει ξεχωριστός, σαν να είναι το επίκεντρο του "προσωρινού κόσμου", δηλαδή του κόσμου της στιγμής της εξυπηρέτησης.

Η ενσωμάτωση αυτής της λειτουργίας στην καθημερινότητα της επιχείρησής μας, θα προκύψει μέσω της εκπαίδευσης των ανθρώπων μας, μέσω της γνώσης των χαρακτήρων και συμπεριφορών των πελατών μας, χτίζοντας πρότυπα σε κάθε στάδιο λειτουργίας της, χτίζοντας γερές σχέσεις μεταξύ των ατόμων εντός της επιχείρησης, μετρώντας και ανταμείβοντας παράλληλα την υψηλή απόδοση των συνεργατών μας.

Ζούμε στον αιώνα της εξυπηρέτησης. Για αιώνες ο άνθρωπος ζούσε και κέρδιζε το ψωμί του, πουλώντας αγαθά. Αυτό ήταν εν μέρη αρκετό για τον πελάτη του χτες. Ο πελάτης του αύριο, έχοντας τη δυνατότητα να επιλέξει από μια τεράστια ποικιλία αγαθών και ανταγωνιστικών τιμών, θα στραφεί με μεγαλύτερη ευκολία σε αυτόν που μέσα από την πώληση θα του παρέχει υψηλές υπηρεσίες, ώστε να νιώθει "στιγμιαία σημαντικός".

Σήμερα οι ανάγκες μας έχουν ξεφύγει από το απλό "κατέχω". Αναζητούμε κάτι περισσότερο εξεζητημένο. Επιθυμούμε να μας συμπεριφέρονται με αξία, να μας υπολογίζουν, να μας αναγνωρίζουν, να μας σέβονται. Διψάμε για ποιοτική αντιμετώπιση σε κάθε μας στιγμή, απόρροια της "μοναχικότητας" της εποχής μας. Η ποιοτική αντιμετώπιση αποτελεί κεντρικό θέμα στην εποχή της υπηρεσίας.

Στο παρελθόν ήταν αρκετό να σκεφτούμε:

"κάνω και φέρομαι στον πελάτη σαν να είμαι εγώ".

Σήμερα αυτό πια είναι παρελθόν:

"κάνω και φέρομαι στον πελάτη όπως ο ίδιος θα προσδοκούσε να του φερθούν"!

Αυτή η διαφορά των λέξεων κρύβει και την τεράστια διαφορά της εξυπηρέτησης του χτες με το αύριο.

4 Επίπεδα Υπηρεσιών προς τον Πελάτη

1. Βασικές υπηρεσίες.

Πρόκειται για μια minimum εξυπηρέτηση που οφείλει το φαρμακείο να προσφέρει στους πελάτες του.

Παράδειγμα: Η εκτέλεση των συνταγών.

2. Προσδοκούμενες υπηρεσίες.

Είναι η υπηρεσία που ο πελάτης αναμένει από το φαρμακείο μας.

Παράδειγμα: Γενικά σχόλια πάνω στη συνταγή, η επεξήγηση του τρόπου λήψης των φαρμάκων και αναφορά σε ανεπιθύμητες ενέργειες...

3. Η ενισχυμένη υπηρεσία.

Προσφέρει ένα επιπλέον συν στις προσδοκίες του πελάτη.

Παράδειγμα: Ένα δείγμα δοκιμής, ένα έντυπο με συμβουλές διατροφής, πληροφορίες για πηγές επιπλέον πληροφόρησης για την πάθησή του.

4. Η δυναμική υπηρεσία.

Προσφέρει μια πραγματική προστιθέμενη αξία, αυθεντική, που δεν προσφέρεται συνήθως από άλλα φαρμακεία, που δημιουργεί μια ευχάριστη έκπληξη στον πελάτη.

Παράδειγμα: Μια θεματική συγκέντρωση πελατών (π.χ. για τον διαβήτη, την αντηλιακή προστασία... κ.ά.), ένα βιβλιαράκι για διατροφή με έξυπνες συνταγές, ο συνεχής έλεγχος των μετρητών σακχάρου, φροντίδα αισθητικής περιποίησης ή μακιγιάζ...



Αναγνωρίζοντας τον πελάτη

Σήμερα καλούμεθα να αναγνωρίζουμε τον κάθε πελάτη μας από το ντύσιμο, τη γλώσσα του σώματος, τη γλωσσική και εκφραστική συμπεριφορά, το χρώμα και τον τονισμό της φωνής του. Έτσι αυτόματα τον κατατάσσουμε σε κάποια από τις 4 κατηγορίες των ανθρώπων, ήτοι: Κυρίαρχικός, Επικοινωνιακός, Σταθερός, Τυπικός, ή κατά την προσφιλή ονοματολογία του Ιπποκράτη: Χολερικός, Αιματώδης, Φλεγματικός, Μελαγχολικός. Η κατανόηση του τύπου του πελάτη, προσδιορίζει και ορίζει άμεσα και τη δική μας συμπεριφορά, ή όπως μου αρέσει να λέω τη Χαμαιλεοντική συμπεριφορά. Παράλληλα, πιθανή γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του πελάτη, όπως οικογενειακή κατάσταση, επάγγελμα κ.λπ., μας βοηθά προκειμένου να χτίσουμε πιο χρηστικές και πολύτιμες σχέσεις μαζί του, προσφέροντάς του έστω και στιγμιαία εξυπηρέτηση πέρα από το αναμενόμενο ή και το προσδοκώμενο.

Το ζητούμενο δεν είναι ο όγκος των πελατών, αλλά ο βαθμός ικανοποίησής τους!

Είναι όμως τόσο απλά ή πολύπλοκα όλα αυτά; Τίποτα από τα δύο. Απλά είναι θέμα "διαχείρισης συναισθημάτων". Γίνονται απλά ή δύσκολα από εμάς τους ίδιους. Σίγουρα όμως κάποιος θα πρέπει να εκπαιδευτεί ώστε να μπορεί να κάνει την υπέρβαση και να διαχειρίζεται τον πελάτη με τέτοιο τρόπο που ο ανταγωνισμός δύσκολα μπορεί να αντιγράψει. Παράλληλα όμως, θα πρέπει να κατανοήσει ότι η τέλεια εξυπηρέτηση του πελάτη ξεκινά από την εσωτερική εξυπηρέτηση του "εσωτερικού πελάτη". Θα πρέπει να κατανοήσει ότι η εξυπηρέτηση του πελάτη έχει μεγάλη αξία για τη δημιουργία ισχυρής "πελατειακής αλυσίδας". Τέλος, να είναι αποφασισμένος να αλλάξει τη δομή της λειτουργίας της επιχείρησής του ως προς το ύψος της, από εωστροπή, με σημασία στο προϊόν και την τιμή, σε εξωστροπή με σημασία στον πελάτη. Οι πιο πάνω έννοιες από μόνες τους αποτελούν ολόκληρες διδακτικές ενότητες και σίγουρα στο περιορισμένο χώρο ενός άρθρου δεν είναι εύκολο να αναλυθούν. Απλή αναφορά όμως, έτσι σαν ερέθισμα διεκδίκησης πίστωσης γνώσης δεν είναι απλά επιτρεπτή, αλλά επιβάλλεται σε σκεπτόμενα άτομα που αναζητούν την εξέλιξη.

Η έννοια του εσωτερικού και εξωτερικού πελάτη

Οι εξωτερικοί πελάτες

Είναι τα άτομα εκείνα με τα οποία συναλλάσσομαστε, είτε πρόσωπο με πρόσωπο, είτε τηλεφωνικά, και γενικά τα άτομα που αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Τα άτομα αυτά είναι πελάτες με την παραδοσιακή έννοια του όρου. Χωρίς τους εξωτερικούς πελάτες δε θα υπήρχαν ούτε πωλήσεις, ούτε επιχειρήσεις. Συνεπώς, δε θα είχαν και οι εργαζόμενοι τις δουλειές τους, ούτε τους μισθούς τους. Αυτή είναι η μια μεριά του νομίσματος.

Οι εσωτερικοί πελάτες

Η άλλη μεριά του νομίσματος είναι τα άτομα που εργάζονται μέσα στην επιχείρηση και στηρίζονται σε σας για τις υπηρεσίες, τα προϊόντα και τις πληροφορίες που χρειάζονται για να κάνουν τη δουλειά τους. Δεν είναι παραδοσιακοί πελάτες, χρειάζονται όμως την ίδια φροντίδα που δείχνουμε στους εξωτερικούς μας πελάτες. Με το να επεκτείνουμε την ερμηνεία της λέξης πελάτης, έτσι ώστε να συμπεριλαμβάνονται μέσα σ' αυτήν και οι συνεργάτες μας, κάνουμε ένα ζωτικό βήμα προς την "εξαιρετική εξυπηρέτηση".

Η αλυσίδα της εσωτερικής πελατείας λειτουργεί αμφίδρομα. Άλλοτε είμαστε πελάτες των εαυτών μας και των συνεργατών μας, όταν ανταλλάσσουμε μεταξύ μας πληροφορίες, γνώση, ιδέες, εμπειρία, απόψεις, ακόμη και συναισθήματα και άλλοτε προσφέρουμε τα ίδια ακριβώς σε εξωτερικούς μας πελάτες.

Για παράδειγμα, ένας συνεργάτης σας ζητά ένα φάρμακο από κάποιο ράφι που δε φτάνει. Η σωστή εξυπηρέτηση που εσείς θα κάνετε στο "στιγμιαίο εσωτερικό πελάτη", δηλαδή στο συνεργάτη σας, θα προκαλέσει αντίστοιχα κίνητρο σωστής εξυπηρέτησης και στον εξωτερικό πελάτη που εξυπηρετείται από το συνεργάτη σας. Παράδειγμα, να τρέξει να βοηθήσει μια ηλικιωμένη να κάτσει σε μια καρέκλα ή μια μητέρα με ένα καρτοτάκι να ανέβει το σκαλοπάτι του φαρμακείου μας.

Αντίστοιχα, όταν εσείς ζητάτε από το συνεργάτη σας να καλέσει για λογαριασμό σας τη φαρμακαποθήκη για κάποιο φάρμακο, ώστε να μη διακόψετε την εξυπηρέτηση με κάποιον εξωτερικό σας πελάτη, τότε εσείς γίνετε ο "στιγμιαίος εσωτερικός πελάτης".

Ας κρατήσουμε στο μυαλό μας: η αποτελεσματική εξυπηρέτηση των εσωτερικών πελατών αποτελεί τη βάση για την εξυπηρέτηση των εξωτερικών πελατών.

Η Πελατειακή αλυσίδα

Η εσωτερική μας συμπεριφορά έχει μεταδοτική τάση προς τη συμπεριφορά του εξωτερικού πελάτη. Τα συναισθήματα και τις εμπειρίες που θα αποκομίσει από εμάς, θα τις μεταφέρει μέσω του κοινωνικού του ιστού, σε άτομα συνδεδεμένα μεταξύ τους και αυτά με τη σειρά τους, ανάλογα με το μέγεθος της συναισθηματικής εικόνας που έχτισαν από τη μεταφορά της εμπειρίας και το μέγεθός της, σε άτομα του δικού τους κοινωνικού ιστού. Το μέγεθος της συναισθηματικής εικόνας και αξίας που πήρε το άτομο – πελάτης από τη δική μας

εξυπηρέτηση, ωθεί νέα άτομα να θέλουν στιγμιαία και αυτά να νιώσουν το ίδιο σημαντικά και θα διεκδικήσουν συμμετοχή στη διαδικασία του να γίνουν πελάτες της ίδιας επιχείρησης.

Είναι σαφές στο πιο κάτω σχήμα η αξία της πελατειακής αλυσίδας.



Εξωστρεφείς και Εσωστρεφείς επιχειρήσεις

Παραδοσιακά οι ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθούν το μοντέλο όπου ο λόγος του μάνατζερ ή του αφεντικού είναι η κατεύθυνση, μιας και αυτός βρίσκεται στην κορυφή της πυραμίδας.

Σήμερα η πυραμίδα αντιστράφηκε. Στην κορυφή – βάση είναι ο πελάτης και στην άκρη ο μάνατζερ – αφεντικό που λαμβάνει τα μηνύματα μέσω του εσωτερικού πελάτη του συνεργάτη του δηλαδή, και έτσι ισορροπεί την πυραμίδα.

Το δύο πιο κάτω σχήματα είναι απόλυτα ενδεικτικά:



Όλες αυτές οι αλλαγές έχουν ένα και μόνο σκοπό: την απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη.

Αφήνοντας στην άκρη την πένα μου, θα αναφέρω την πάγια φράση που λέω τόσο στους συνεργάτες μου, αλλά και σε νέους συναδέλφους:

Ο ΠΕΛΑΤΗΣ ΕΡΧΕΤΑΙ ΠΑΝΤΑ ΠΡΩΤΟΣ, είναι το πιο πολύτιμο εργαλείο μιας επιχείρησης

Και κάτι για να το θυμόμαστε.

Σαφής και ξεκάθαρη επικοινωνία
Τους κάνω να νιώθουν ξεχωριστοί

Στάση ζωής – τα βλέπω όλα θετικά
Σωστή εντύπωση στην αρχή και το τέλος
Αντoχή στην πίεση
ΑΣτείρευτη ενέργεια.

Φαρμακευτική Φροντίδα: Ανάγκη και Πρόκληση για το μέλλον του φαρμακευτικού επαγγέλματος

Παρόλο που η πρακτική της φαρμακευτικής επιστήμης διαφέρει από χώρα σε χώρα ανάλογα με το πολιτισμικό επίπεδο, την κουλτούρα, τη νομοθεσία και τις ιδιαιτερότητες, η «φαρμακευτική φροντίδα» αποτελεί πλέον γεγονός και είναι σημαντικό σήμερα να συνειδητοποιήσουμε ότι δεν είναι απλώς εφικτή, αλλά είναι εξαιρετικά απαραίτητη.

◆ Από την **κα. ΠΙΠΕΡΑΚΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ**, φαρμακοποιό



Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 20 ετών, ο ρόλος του φαρμακοποιού δεν περιορίζεται πλέον στην απλή χορήγηση φαρμακευτικών προϊόντων, αλλά έχει εξελιχθεί σε έναν επιστήμονα που προσφέρει «υπηρεσίες» και προσπαθεί να καλύψει ένα ευρύ φάσμα αναγκών των ασθενών που απευθύνονται σε αυτόν. Η φαρμακευτική εργασία στην καθημερινή πρακτική της, έχει όλο και περισσότερο στο επίκεντρό της τον άνθρωπο.

Αυτό ισχυροποιεί καθημερινά το ρόλο του **«φαρμακοποιού συμβούλου»**.

Ο φαρμακοποιός του ιδιωτικού φαρμακείου, που βρίσκεται πάντα στην «πρώτη γραμμή» της πρωτοβάθμιας περίθαλψης, είναι πιθανώς ο πρώτος άνθρωπος στον οποίο οι ασθενείς απευθύνονται για ένα πρόβλημα υγείας που αντιμετωπίζουν και σε κάποιες απομακρυσμένες περιοχές από αστικά κέντρα είναι ίσως και ο μόνος!

Κάτω από αυτό το πρίσμα γεννήθηκε η έννοια της **«φαρμακευτικής φροντίδας»**, η οποία αποτελεί πλέον ιδιαίτερο προπτυχιακό, αλλά και σειρά μεταπτυχιακών μαθημάτων σε πολλά ξένα πανεπιστήμια.

Οι πληροφορίες που συλλέγονται μέσω της «φαρμακευτικής φροντίδας» χρησιμεύουν για τη διεξαγωγή κλινικών μελετών, για την κατάρτιση προγραμμάτων φαρμακο-επαγρύπνησης, για την εκτίμηση του κόστους των φαρμακευτικών δαπανών, καθώς και για τη δημιουργία μίας μεγάλης βάσης δεδομένων στην οποία έχουν πρόσβαση για την άντληση πληροφοριών, όλες οι ομάδες επιστημόνων που εργάζονται στο χώρο της υγείας. (1)

Στη Σκωτία για παράδειγμα, έχουν πάει ένα βήμα ακόμα πιο πέρα και επιτρέπουν στους φαρμακοποιούς τη συνταγογράφηση κάποιων ειδικών κατηγοριών φαρμάκων. Επίσης, θεσμοθετούν την έκδοση συνταγών συνεχούς θεραπείας για χρόνια νοσήματα από τους γενικούς παθολόγους μέχρι 18 μηνών και την παρακολούθηση σε αυτό το διάστημα των ασθενών από τους φαρμακοποιούς, οι οποίοι οφείλουν να αξιολογήσουν την ασφάλεια και αποτελεσματικότητα της αγωγής, την ανάγκη του ασθενή να επισκεφθεί ή όχι τον θεράποντα οικογενειακό γιατρό, καθώς και να διαφοροποιήσουν εάν κρίνουν αναγκαίο τη φαρμακευτική αγωγή. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ακόμα και κατ' οίκον επισκέψεις του φαρμακοποιού, καθώς και την υποχρέωσή του να αναφέρει τις ανεπιθύμητες Ενέργειες που καταγράφει στο Κέντρο Ανεπιθύμητων Ενεργειών. Όλες αυτές δε οι ενέργειες που σχετίζονται με την παροχή υπηρεσιών στον τομέα της φαρμακευτικής φροντίδας, αμβιβονται και περιλαμβάνονται στις αποζημιώσεις των ασφαλιστικών φορέων. (2)

Είναι προφανές ότι σε κάποιες χώρες και επίσημα πλέον ο ρόλος του φαρμακοποιού αναβαθμίζεται συνεχώς, αλλά και οι αρμοδιότητές του και οι υποχρεώσεις του αυξάνονται, απαιτώντας συνεχή επιμόρφωση και μοναδική οργάνωση τόσο του χώρου των φαρμακείων, όσο και του χρόνου, αλλά και του τρόπου εργασίας.

Τι είναι φαρμακευτική φροντίδα (3,4)

Η φαρμακευτική φροντίδα είναι μία συστηματική και ολιστική προσέγγιση της υγείας του ασθενή, η οποία βελτιώνει την ποιότητα ζωής του και εγγυάται ότι ο ασθενής παίρνει τη σωστή φαρμακευτική αγωγή, στην ορθή δοσολογία, τη σωστή στιγμή και για τις σωστές αιτίες. Είναι εκείνη η διαδικασία που επιβεβαιώνει ότι η αγωγή του ασθενή είναι όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματική και πιο ασφαλής.

Επιπλέον, η φαρμακευτική φροντίδα είναι η συστηματική και εξατομικευμένη αξιολόγηση αλλά και βελτιστοποίηση της χρήσης των φαρμάκων από τους ασθενείς.

Πραγματοποιείται από τον φαρμακοποιό σε συνεργασία με τον συνταγογράφο ιατρό, με σκοπό:

- τη δημιουργία αρχείων σχετικά με τη συμπτωματολογία της ή των ασθενειών,
- τον καθορισμό της φαρμακευτικής αγωγής,
- την αξιολόγηση της ασφάλειας και αποτελεσματικότητας των χορηγηθέντων φαρμάκων, καθώς και της ποιότητας ζωής των ασθενών.
- και όλα αυτά μέσα σε ένα ρεαλιστικό οικονομικό πλαίσιο. (5)

Ποια είναι τα βασικά βήματα πρακτικής στη φαρμακευτική φροντίδα; (6)

1ο βήμα. Πρέπει να αναπτυχθεί μία επαγγελματική σχέση ανάμεσα στον ασθενή και τον φαρμακοποιό.

Στην Ελλάδα η φαρμακευτική φροντίδα βρίσκεται στη συνείδηση των ασθενών και των φαρμακοποιών που αγαπούν το επάγγελμά τους και έχουν συνειδητοποιήσει τη σπουδαιότητά του, όμως απουσιάζει από τη νομοθεσία και την πλειονότητα του ιατρικού κατεστημένου, χωρίς να αποκλείονται και οι εξαιρέσεις.

Είναι γεγονός ότι ο πιο έμπιστος άνθρωπος του ασθενή είναι ο φαρμακοποιός του, γιατί αυτός συνήθως βρίσκει το χρόνο να μιλήσει μαζί του σε

προσωπικό επίπεδο. Έτσι γνωρίζει την προσωπική, οικογενειακή, κοινωνική και οικονομική του κατάσταση, με αποτέλεσμα να μπορεί πολλές φορές να τον καθοδηγήσει στην εφαρμογή και επιλογή της θεραπείας που μπορεί να ακολουθήσει.

Συνεπώς ο φαρμακοποιός και ο ασθενής στην ελληνική πραγματικότητα έχουν εγκαταστήσει μία πολύ καλή επαγγελματική σχέση (πρώτο σκέλος της φαρμακευτικής πρακτικής).

2ο βήμα. Πρέπει να συλλεχθούν, να οργανωθούν, να καταχωρηθούν και να τηρούνται ενήμερες όλες οι πληροφορίες οι σχετικές με το ιατρικό και φαρμακευτικό ιστορικό του ασθενή.

Οι πληροφορίες που ο φαρμακοποιός συλλέγει για κάθε ασθενή του, σπανίως είναι καταχωρημένες σε κατάλληλα αρχεία, διότι τέτοια έντυπα χειρόγραφα ή ηλεκτρονικά δεν υπάρχουν διαμορφωμένα από τη νομοθεσία, τις Φαρμακευτικές Σχολές ή ακόμα και από τους Φαρμακευτικούς Συλλόγους.

Όμως όσοι φαρμακοποιοί επιθυμούν, υπάρχουν σήμερα στην αγορά προγράμματα λογισμικού, τα οποία σου δίνουν τη δυνατότητα να καταχωρήσεις πληροφορίες και να διαμορφώσεις ένα ηλεκτρονικό αρχείο. Γεγονός που γίνεται από μερικούς συναδέλφους και αφορά κυρίως:

- Προσωπικά στοιχεία
- Ιστορικό (Η ύπαρξη κάποιου χρόνιου νοσήματος, π.χ. διαβήτη, καρδιαγγειακά νοσήματα, επιληψία, νεφροπάθεια κ.τ.λ.)
- Θέματα ασφάλειας (όπως έλλειψη ενζύμων, διαπιστωμένη αλλεργία σε συγκεκριμένες δραστικές ουσίες ή τροφές, κ.τ.λ.)
- Την πραγματοποίηση εμβολιασμών
- και τέλος υπάρχει η δυνατότητα καταχώρησης αλλά και αναζήτησης συνταγών που έχουν εκτελεστεί στο όνομα του συγκεκριμένου ασθενή, είτε πρόκειται για έτοιμα σκευάσματα, είτε για ιδιοσκευάσματα, αλλά ακόμα και για ομοιοπαθητικά παρασκευάσματα.

Έτσι και το Δεύτερο βήμα της συλλογής και ταξινόμησης στοιχείων μπορούμε να πούμε ότι μπορεί, κάτω από προϋποθέσεις, να πραγματοποιηθεί σήμερα.

3ο βήμα. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να αξιολογηθούν, να συσχετισθούν και να διαμορφωθεί σε

συνεργασία με τον ασθενή, μία φαρμακευτική αγωγή που αυτός θα ακολουθήσει (7,8).

4ο βήμα. Ο φαρμακοποιός διασφαλίζει ότι ο ασθενής έχει προμηθευτεί όλα τα απαραίτητα φαρμακευτικά σκευάσματα ή ιδιοσκευάσματα, τα όργανα ή μηχανήματα, τις συσκευές ή τα ιατρικά βοηθήματα, ότι έχει τη σωστή πληροφόρηση και γνώση, προκειμένου να ακολουθήσει σωστά το θεραπευτικό σχήμα που του έχει συνταγογραφηθεί.

Ο φαρμακοποιός στην Ελλάδα προσφέρει σημαντικότατο έργο στο τέταρτο σκέλος της προμήθειας των απαραίτητων προϊόντων και υλικών, για να ακολουθήσει σωστά το θεραπευτικό σχήμα που του έχει συνταγογραφηθεί.

Ο Έλληνας ασθενής, σε ένα ποσοστό 80%, όταν φεύγει από το ιατρείο του θεράποντος ιατρού δε γνωρίζει πώς θα ακολουθήσει τη συνταγογραφούμενη αγωγή, είτε γιατί ο ίδιος δεν έχει αρκούντως προσέξει και ταυτόχρονα δε νιώθει την άνεση να ξαναρωτήσει τον ιατρό του, είτε γιατί συχνά πυκνά ακούμε το σχόλιο από τον ασθενή: «μου είπε ο γιατρός ότι θα σου τα εξηγήσει ο φαρμακοποιός».

Έτσι ο φαρμακοποιός είναι εκείνος που επεξηγεί τη χρήση των εισπνεόμενων φαρμάκων, επιδεικνύει στους διαβητικούς ασθενείς πώς θα πραγματοποιούν τις ατομικές λήψεις μετρήσεως σακχάρου, χοληστερόλης, επεξηγεί τη χρήση των ιατρικών βοηθημάτων, επιβλέπει ή και πραγματοποιεί ακόμα και εκτός ωραρίου τη διεξαγωγή «αυτοενέσεων» (π.χ. χορήγηση ινσουλίνης, φάρμακα εξωσωματικής γονιμοποίησης, θεραπείες αντιπηκτικών σε κλινήριες ασθενείς, ή ακόμα και τη χορήγηση υποδοριώς αυξητικών παραγόντων σε ασθενείς που υπόκεινται σε αντικαρκινική χημειοθεραπεία).

Πολύ συχνά παρακολουθούμε ακόμα τους ασθενείς εάν παίρνουν τη φαρμακευτική τους αγωγή και προτείνουμε λύσεις σε ασθενείς που δε συγκατοικούν με οικείους τους, ώστε να μην παραλείπουν δοσολογικά σχήματα (π.χ. πώς θα θυμάται μία ηλικιωμένη κυρία να παίρνει μία φορά την εβδομάδα το Fosamax one a week).

Υπάρχουν περιπτώσεις που τους υπενθυμίζουμε ακόμα ότι πρέπει να επισκεφτούν τον συνταγογράφο ιατρό, γιατί σύντομα τα φάρμακά τους θα τελειώσουν.

Τους υπενθυμίζουμε εμβολιασμούς που πρέπει να πραγματοποιήσουν ή να επαναλάβουν (εμβόλιο πνευμονοκόκκου, αντιγριππικά εμβόλια, παιδιατρικοί εμβολιασμοί).

Επίσης οι φαρμακοποιοί επιτελούν σημαντικό έργο στον τομέα της πρόληψης, αλλά και στην αντιμετώπιση επιδημιών. Συμβάλλουν στην πληροφόρηση

ση σχετικά με την ασφάλεια και την ποιότητα της σεξουαλικής ζωής, αλλά και με τον οικογενειακό προγραμματισμό (χάπι της επόμενης ημέρας, τεστ ωορρηξίας, κ.τ.λ.), τη διακοπή του καπνίσματος, την αντιμετώπιση της παχυσαρκίας, καθώς και με ότι σχετίζεται με τη χρήση φαρμάκων που έχουν χαρακτηριστεί ως «life style».

Τέλος, ένα πρόβλημα στο οποίο επιδιόχονται σήμερα οι φαρμακοποιοί είναι να καλύψουν τις ελλείψεις των φαρμάκων, διότι αντιμετωπίζουν τεράστιες δυσκολίες ώστε να εξασφαλίσουν επαρκή αριθμό εμβλαγγίων για κάθε ιδιοσκεύασμα, για να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους.

Επίσης φροντίζουν την αναζήτηση ομοειδών σκευασμάτων (generics), γεγονός που θα αλλάξει κατά πολύ απ' όσο φαίνεται το χώρο της υγείας, στα πλαίσια της μεγάλης οικονομικής κρίσης που διανύουμε.

5ο βήμα. *Ο φαρμακοποιός αξιολογεί, εκτιμά και τροποποιεί το θεραπευτικό σχήμα, εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο και απαραίτητο, σε συνεργασία με τον ασθενή και τον ιατρό ή άλλον επαγγελματία υγείας που συμμετέχει στη θεραπεία του ασθενή.*

Ο φαρμακοποιός στην Ελλάδα δεν μπορεί να διαμορφώσει και φυσικά να αξιολογήσει, πόσο μάλλον να τροποποιήσει ένα θεραπευτικό σχήμα, ούτε να προτείνει λύσεις, ακόμα και όταν βλέπει και διαπιστώνει ότι για κάποιο λόγο ο ασθενής δε συμμορφώνεται στη θεραπευτική αγωγή ή δεν του είναι καλά ανεκτή (βήματα 3 και 5).

Ποιοί παράγοντες δρουν περιοριστικά στην εξέλιξη της φαρμακευτικής φροντίδας;

Αυτό συμβαίνει εν γένει για τους κάτωθι λόγους:

• **Έλλειψη νομοθεσίας.** Δεν υπάρχει στην Ελλάδα επαρκής νομοθεσία για τη «φαρμακευτική φροντίδα», που να τη νομιμοποιεί ως φαρμακευτική εργασία και να παρέχει στους φαρμακοποιούς τη δυνατότητα να εκτελούν τα καθήκοντά τους και να αμείβονται γι' αυτό.

• **Θέμα νοοτροπίας** από την πλευρά των ιατρών, που δε βλέπουν τον φαρμακοποιό σαν συνεργάτη που θα μπορούσε να τους αποφορτίσει από ένα μεγάλο όγκο εργασίας, αλλά ταυτόχρονα να διασφαλίσει ότι ο ασθενής θα επισκέπτεται τον ιατρό του όταν είναι απαραίτητο, διότι ένα μεγάλο πρόβλημα είναι η έλλειψη παιδείας των ασθενών.



• Έλλειψη χρόνου, εξοπλισμού και χώρου.

Φαρμακοποιοί που δεν απασχολούν άλλους φαρμακοποιούς ή υπαλλήλους στα φαρμακεία τους δεν μπορούν εκ των πραγμάτων να αφιερώσουν τον απαιτούμενο χρόνο για να παρέχουν συνεχή φαρμακευτική φροντίδα, δεδομένου ότι καθημερινά μεγάλο μέρος του χρόνου τους αναλίσκεται σε γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Πολλές φορές η απουσία ενός ιδιαίτερου χώρου, όπου μπορεί ο φαρμακοποιός να δεχθεί τον ασθενή, διασφαλίζοντας το ιατρικό απόρρητο, καθώς και η απουσία εξοπλισμού όπως ηλεκτρονικού υπολογιστή, κατάλληλου λογισμικού και συστήματος καταγραφής δεδομένων, αποτελούν έναν ακόμα περιοριστικό παράγοντα στα προγράμματα φαρμακευτικής φροντίδας.

• Έλλειψη οργανωμένης συνεχούς εκπαίδευσης,

είτε από τα Φαρμακευτικά τμήματα των Πανεπιστημίων της χώρας, είτε από τους οικείους Φαρμακευτικούς Συλλόγους. Η μόνη πηγή μελέτης για τους φαρμακοποιούς των φαρμακείων είναι οι γνώσεις που αποκτούν από δική τους πρωτοβουλία, ανατρέχοντας στη διεθνή βιβλιογραφία και έχοντας πρόσβαση στο διαδίκτυο. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι γνώσεις που αποκτούν οι φαρμακοποιοί στα Ελληνικά Πανεπιστήμια είναι πράγματι εξαιρετικές, όμως δεν είναι καθόλου προετοιμασμένοι για τα φάρμακα που πραγματικά κυκλοφορούν στην αγορά και για θέματα εμπορευματολογίας, αλληλεπιδράσεων φαρμάκων, καινούργιων φαρμακευτικών μορφών και τεχνολογιών.

Οι εξελίξεις στη φαρμακευτική βιομηχανία είναι πολύ πιο γρήγορες σε σχέση με το ρυθμό που αυτές προσαρμόζονται στο πανεπιστημιακό πρόγραμμα σπουδών.

Το μόνο που πραγματοποιείται συνήθως ως προς τα βήματα 3 και 5 είναι, ο φαρμακοποιός να συντάσσει ένα σχέδιο αγωγής όπου αναγράφονται τα δοσολογικά σχήματα, η χρονική στιγμή της λήψης τους, η ακρίβεια των δόσεων και ο αριθμός των σκευασμάτων.

Μια ενέργεια πολύ χρήσιμη σε περιπτώσεις ασθενών με πολλαπλά νοσήματα, όπου κρίνεται αναγκαίο να κατανοήσουν πώς θα λάβουν σε διηρημένες δόσεις μεγάλο αριθμό φαρμάκων (9,10).

Εκεί ο φαρμακοποιός έχει τη δυνατότητα, εφόσον γνωρίζει ή έχει την πληροφορία σε ηλεκτρονική μορφή, να εκφράσει την άποψή του για πιθανή αλληλεπίδραση φαρμάκων, ή αναγκαστικό αποκλεισμό κάποιου σκευάσματος. Αυτό συμβαίνει σε ασθενείς που επισκέπτονται γιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων και δεν παρακολουθούνται ταυτόχρονα από ένα γενικό παθολόγο, γεγονός πολύ συχνό στη χώρα μας.

Είναι αξιόλογο να σημειωθεί ότι σε αυτές τις περιπτώσεις και οι ίδιοι οι ιατροί δέχονται ευχαρίστως τη συνεργασία του φαρμακοποιού, αν και όχι πάντα.

Προτάσεις και διαπιστώσεις για το μέλλον

Αυτή σε γενικές γραμμές, κατά την άποψη του γράφοντος, είναι η πραγματικότητα. Εάν λοιπόν θέλουμε να αναδείξουμε την αξία της «Φαρμακευτικής Φροντίδας» στην Ελλάδα, θα πρέπει να προβούμε σε κάποιες ενέργειες.

Πρώτη μέριμνά μας θα πρέπει να είναι η διασφάλιση της ύπαρξης τόσο προπτυχιακής εκπαίδευσης, όσο και συνεχούς μεταπτυχιακής εκπαίδευσης. Εδώ αξίζει να σημειώσουμε ότι στις ΗΠΑ, εκτός από τα οργανωμένα μεταπτυχιακά προγράμματα, υπάρχει συνεχής εκπαίδευση μέσω του διαδικτύου, διαθέσιμη σε όλους τους φαρμακοποιούς της χώρας, όσο απομακρυσμένοι και εάν είναι.

Πρέπει επίσης να διαμορφωθεί το απαραίτητο νομοθετικό πλαίσιο και οι Φαρμακευτικοί Σύλλογοι, αλλά και οι ίδιοι οι φαρμακοποιοί να πληροφορηθούν και να εκπαιδευθούν την κοινή γνώμη για το νέο ρόλο του φαρμακοποιού.

Τέλος, οι φαρμακοποιοί οφείλουν να διαμορφώσουν σωστά το χώρο και το χρόνο τους και να τους δοθούν κίνητρα για να προσλάβουν και να εκπαιδεύσουν το κατάλληλο προσωπικό. ■

Βιβλιογραφία

- 1 <http://www.aphanet.org/pharmcare/prinprac.html> "Pharmacist practice activity classification 0.ht".
- 2 Pharmacists confirmed in front-line role.html, Scottish executive news, 4.2.2002.
- 3 European Association of Faculties of pharmacy, Report of the Task Force for implementing Pharmaceutical Care into the curriculum, May 1999.
- 4 EuroPharmForum Observatory: Definitions of Pharmaceutical Care, 2010.
- 5 C. Perraudin, F. Brion, O. Bourdon, and N. Pelletier, "The future of the pharmaceutical care in France: a survey of a survey of final-year pharmacy students' opinions", BMC Clinical Pharmacology, 11:6, 2011.
- 6 <http://www.aphanet.org/pharmcare/prinprac.html> "Principles of practice for Pharmaceutical Care".
- 7 Guidelines to optimize the practice of pharmaceutical care in the health care facility, CSHP Official Publications 2001.
- 8 The Pharmaceutical Journal, Vol. 265 No 7104 p67-67, July 8, 2000 Forum, «Pharmaceutical care – training pharmacists to do it».
9. J. Krska, G.B.A. Veitch, Providing pharmaceutical care – the views of Scottish pharmacists, The Pharmaceutical Journal, Vol. 267, p549-555, October 20, 2001.
10. The dynamics of Pharmaceutical Care, Continuing Education Monograph Series, <http://www.aphanet.org/education/dpcm/dpcmmain.asp>

ΠΡΟΦΙΛ

Η κυρία Πιπεράκη Σταυρούλα είναι φαρμακοποιός με PhD και μεγάλη εμπειρία στην έρευνα και την εκπαίδευση, καθώς και στη Φαρμακευτική Βιομηχανία και στην Πληροφορική. Επιστημονικά της άρθρα έχουν δημοσιευτεί σε έγκυρα διεθνή περιοδικά και έλαβε μέρος ως ομιλήτρια σε Διεθνή Συνέδρια.

Εδώ και αρκετά χρόνια διατηρεί φαρμακείο στα Μελίσσια Αττικής, όπου και έχει αναπτύξει με την ομάδα της ένα πρότυπο Κέντρο Φαρμακευτικής Φροντίδας.

Roiplon®

ΕΤΟΦΕΝΑΜΑΤΕ

Σύνθεση Επιδρομίας

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:** Πιθανός αποτελεσματικό σε υποξείες και χρόνιες ρευματικές παθήσεις των μαλακών μορίων του μυοσκελετικού συστήματος π.χ. • μυϊκός ρευματισμός, • μυϊκές συσπάσεις σε επίμονες δυσκαμψίες του ώμου (περιορθροπάθεια του ωμοπλάστοβραχίονα), • οσφυαλγία, • ισχιαλγία, • τενοθαλακίδια, • θυλακίδια, • 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 ενδείκνυται 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 κατώτατη αποτελεσματική δόση στην πλέον μικρή διάρκεια θεραπείας που απαιτείται για τον έλεγχο των συμπτωμάτων (βλέπε κινδύνους από το γαστρεντερικό και το καρδιαγγειακό). **Καρδιαγγειακές και αγγειακές εγκεφαλικές επιδράσεις:** Δεδομένα από κλινικές δοκιμές και επιδημιολογικές μελέτες υποδεικνύουν ότι η χρήση μερικών ΜΣΑΦ (ιδιαίτερα σε υψηλές δόσεις και σε μακροχρόνιες θεραπείες) μπορεί να συσχετίζεται με μια μικρή αύξηση του κινδύνου για εμφάνιση θρομβωτικών αρτηριακών συμβάντων (για παράδειγμα έμφραγμα του μυοκαρδίου ή εγκεφαλικό επεισόδιο). Υπάρχουν ανεπαρκείς πληροφορίες για να 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 (αυξήτηση με ιατρό ή φαρμακοποιό) πριν την έναρξη της θεραπείας σε ασθενείς με ιστορικό υπέρτασης και/ή με καρδιακή ανεπάρκεια, καθώς έχει αναφερθεί κατακράτηση υγρών, υπέρταση και οίδημα σε σχέση με τη θεραπεία με ΜΣΑΦ. Να μην έρχεται σε επαφή με τους βλεννογόνους και τους οφθαλμούς. Να αποφεύγεται η εισπνοή του εκνεφώματος. Να χορηγείται με προσοχή και υπό παρακολούθηση σε ασθενείς με ηπατική ή νεφρική ανεπάρκεια και ιστορικό πεπτικού έλκους ή γαστροεργαγών. Επί μακροχρόνιας χρήσης συνιστάται παρακολούθηση της ηπατικής και νεφρικής λειτουργίας. **4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα και άλλες μορφές αλληλεπιδράσεων:** Δεν έχουν αναφερθεί αλληλεπιδράσεις όταν το Etofenamate χρησιμοποιείται σύμφωνα με τις οδηγίες. **4.6. Κύηση και γαλουχία:** Δεν ενδείκνυται η χορήγηση του προϊόντος σε εγκύους και θηλάζουσες γυναίκες λόγω ανεπαρκούς κλινικής εμπειρίας. **4.7. Επιδράση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων:** Δεν έχει αναφερθεί επιδράση 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 εγκεφαλικό επεισόδιο, βλέπε Λήμμα 4.4.). Οίδημα, υπέρταση και καρδιακή ανεπάρκεια έχουν αναφερθεί σε σχέση με τη θεραπεία με ΜΣΑΦ. Επίσης, έχουν αναφερθεί σπάνιες περιπτώσεις ερεθισμού του δέρματος και ακόμα σπάνιες αλλεργικές αντιδράσεις. Τα φαινόμενα αυτά υποκαθάρνονται τακτικά με την διακοπή του φαρμάκου. **4.9. Υπερδόσολογία:** Συνήθεις παρανέργειες όπως κεφαλαλγία, ζάλη ή επιαστικός πόνος μπορεί να εμφανισθούν όταν όλη η ποσότητα Etofenamate που περιέχεται σε μια συσκευασία εφαρμοστεί σε όλη την επιφάνεια του σώματος σε μικρό χρονικό διάστημα. Άμεση πλύση με άφθονο νερό. Σε περίπτωση λήψης από του στόματος (ισοκολογικά μεγάλες δόσεις δεν μπορεί να καταποθούν εξαιτίας της γεύσης), συνιστάται πρόκληση εμέτου ή πλύση του στομάχου και χορήγηση ενεργού άνθρακα. **6.7. Κάτοχος άδειας κυκλοφορίας:** Δικαιούχος: MEDA Manufacturing GmbH, D-51063 Köln - GERMANY. Υπεύθυνος Κυκλοφορίας στην Ελλάδα: MENARINI HELLAS A.E. Av. Δαμβέργη 7 - ΑΘΗΝΑ / Τηλ. 831611-13. **7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ. Κωδικός 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.

Φαρμακείο, Πρόληψη, Εμβολιασμός

Ο φαρμακοποιός μπορεί και πρέπει να παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην αναμόρφωση του πολύπαθου συστήματος υγείας της Ελλάδας.

Μια πτυχή της αναμόρφωσης αυτής, είναι η προαγωγή της πρόληψης. Και σε αυτήν, ο φαρμακοποιός έχει μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής από όσο θα μπορούσε να φανταστεί.

Παράλληλα, η ευαισθητοποίηση του κοινού στον εμβολιασμό, αποτελεί μια σημαντική υπηρεσία φαρμακευτικής φροντίδας.

◆ Από τον **ΑΛΕΞΑΝΔΡΟ ΤΣΙΤΟΜΕΝΕΑ**, Φαρμακοποιό



Το μόνιμο θέμα που συζητείται τελευταία και απολύτως δικαιολογημένα, είναι η οικονομική κρίση. Μείωση τζίρου, μείωση κερδών, μείωση τιμών των φαρμάκων, rebate... Το φαρμακείο χτυπιέται αλύπητα από τα σημεία των καιρών και όχι μόνο...

Και ενώ η συζήτηση για την αντιμετώπιση της κρίσης είναι δυναμική και αέναη, το μόνο δεδομένο το οποίο πρέπει να έχει κανείς κατά νου είναι ένα: η γρήγορη και αποφασιστική αλλαγή. Στο χώρο του φαρμακείου, ευτυχώς, η ανάγκη για αλλαγή έχει διαφανεί από το παρελθόν και η κινητικότητα που παρατηρείται από πολλούς συναδέλφους είναι αξιοσημείωτη. Η στροφή στην ποιοτική παροχή υπηρεσιών είναι κατά κοινή αποδοχή αναγκαία και οι προσπάθειες που γίνονται σε παγκόσμιο επίπεδο, διαγράφουν το μέλλον του φαρμακευτικού επαγγέλματος όλο και πιο καθαρά.

Ποιο είναι αυτό το μέλλον; Δυο λέξεις το περιγράφουν στην ολότητά του: Φαρμακευτική Φροντίδα, όπως είναι η ελληνική μετάφραση του διεθνώς γνωστού όρου Pharmaceutical Care.

Οι χώρες με τα πιο αναπτυγμένα συστήματα υγείας στον κόσμο, σιγά-σιγά συναινούν στην αναβάθμιση του φαρμακείου και τη μετατροπή του από ένα φαρμακοπωλείο σε ζωτικό κρίκο της Πρωτοβάθμιας Περίθαλψης, με βασικό όχημα τη φαρμακευτική φροντίδα. Και πώς να μην είναι ένας ζωτικός κρίκος, όταν για παράδειγμα στις ΗΠΑ, οι επισκέψεις που δέχονται τα φαρμακεία όλης της χώρας σε μία εβδομάδα, ισούνται με το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της (250 εκατομμύρια);

Η καλύτερη συνταγή για την οικονομική βιωσιμότητα των συστημάτων υγείας είναι αναμφισβήτητη η αποσυμφόρηση των νοσοκομείων και η αναβάθμιση της Πρωτοβάθμιας Περίθαλψης, καθώς και η διευκόλυνση της πρόσβασης του ασθενή στον επαγγελματία της υγείας.

Εδώ αξίζει να σημειωθεί, ότι σύμφωνα με επαναλαμβανόμενες μετρήσεις, ο πιο προσβάσιμος και έμπιστος επαγγελματίας υγείας είναι ο φαρμακοποιός!

Τα φαρμακεία στην Ελλάδα, επί πολλά χρόνια, επιτελούν ένα σημαντικότατο κοινωνικό έργο, ενώ ο βαθμός εμπλοκής του εκάστοτε φαρμακοποιού στην Πρωτοβάθμια Περίθαλψη επαφίεται στη διακριτική ευχέρειά του.

Πόσες φορές δεν έχει διαβάσει ο φαρμακοποιός εξετάσεις ασθενών, δίνοντας μια πρώτη ερμηνεία των αποτελεσμάτων και παραπέμποντας στον κατάλληλο γιατρό;

Πόσες φορές δεν έχει προλάβει αλληλεπιδράσεις μεταξύ φαρμάκων, δεν έχει διορθώσει λανθασμένες δοσολογίες;

Πόσες φορές δεν έχει προτρέψει τις κατάλληλες ομάδες ασθενών να εμβολιαστούν, γλυτώνοντάς τους από την ταλαιπωρία των ελληνικών νοσοκομείων, ακόμα και εμβολιάζοντας ο ίδιος, ενώ δεν έχει νομική κάλυψη;

Η Πρόληψη περιλαμβάνει τρία στάδια:

α) Πρωτογενής πρόληψη: περιλαμβάνει τα μέτρα που αποσκοπούν στον περιορισμό της εμφάνισης νέων περιπτώσεων

Τι είναι όμως η πρόληψη;

“ Η πρόληψη εκφράζει τις προσπάθειες των λειτουργών της υγείας, να προλάβουν την εκδήλωση νόσων και ασθενειών και τις συνέπειές τους για το άτομο, την κοινωνία και το περιβάλλον, μέσω προγραμμάτων προαγωγής της υγείας ”

(Αικ. Κωνσταντοπούλου)

μιας νόσου στον πληθυσμό και είναι μέτρα ατομικής και ομαδικής προστασίας. Παραδείγματα πρωτογενούς πρόληψης αποτελούν η κλωρίωση και φθορίωση του νερού, η διαχείριση των λυμάτων και οι εμβολιασμοί.

β) Δευτερογενής πρόληψη: αποσκοπεί στη μείωση του επιπολασμού μιας αρρώστιας στον πληθυσμό, δηλαδή την πρόωπη διάγνωση και θεραπεία. Παραδείγματα αποτελούν η εφαρμογή του test pap και της μαστογραφίας στις γυναίκες και ο έλεγχος όλων των νεογνών για συγγενή υποθυρεοειδισμό και έλλειψη ενζύμου G6PD.

γ) Τριτογενής πρόληψη: στοχεύει στη μείωση του επιπολασμού της χρόνιας ανικανότητας ή των υποτροπών της στον πληθυσμό, προσφέροντας προγράμματα αποκατάστασης και επαγγελματικής και κοινωνικής επανένταξης.

Βλέπουμε λοιπόν πως το μόνο στάδιο της πρόληψης το οποίο δε ρυθμίζεται από τις διάφορες υπηρεσίες του κράτους και στο οποίο μπορούν να εμπλακούν ενεργά οι φαρμακοποιοί, είναι ο εμβολιασμός, και δη ο εμβολιασμός των ενηλίκων.

Στην Ελλάδα, ενώ η εμβολιαστική κάλυψη των βρεφών και των παιδιών κυμαίνεται στο μέσο όρο της Ε.Ε. και είναι αρκετά υψηλή, λόγω όμως της σημαντικής υστέρησης στον τομέα της Δημόσιας Υγείας και της Πρόληψης, έχουμε ένα από τα χαμηλότερα ποσο-

στά εμβολιαστικής κάλυψης ενηλίκων μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ και ένα από τα υψηλότερα ποσοστά έκθεσης σε κρίσιμους παράγοντες κινδύνου, όπως είναι το κάπνισμα, η παχυσαρκία, η έλλειψη φυσικής άσκησης. (μελέτη ΟΟΣΑ, Ι. Τούντας, 2009). Και ενώ η Εθνική Επιτροπή Εμβολιασμών και το Υπουργείο Υγείας έχουν καταρτίσει ένα πρόγραμμα εμβολιασμού ενηλίκων, αυτό τηρείται στο ελάχιστο και εξαρτάται από την ευαισθητοποίηση του εκάστοτε ασθενή...

Εδώ λοιπόν είναι η θέση του φαρμακοποιού! Αν και όλοι οι φαρμακοποιοί δεν έχουν το δικαίωμα να εμβολιάσουν, εκτός αν έχουν ειδική πιστοποίηση, έχουν ίσως τον πιο σημαντικό ρόλο –δεδομένης της σχέσης τους με τους

πελάτες τους και της μεγάλης επισκεψιμότητας του Ελληνικού φαρμακείου- στην ευαισθητοποίηση του κοινού για τον εμβολιασμό και τα οφέλη του, με διάφορους τρόπους:

- Με την καταγραφή του ιστορικού και την παρακολούθηση του κάθε ασθενή - πελάτη. Εδώ θα μπορούσε να εφαρμοστεί αφ' ενός από μέρους του ασθενή η τήρηση ενός καρτέ εμβολιασμού του, αφ' έτερου από την πλευρά του φαρμακείου η καταγραφή των εμβολιασμών στο σύστημα CRM του φαρμακείου, για υπενθύμιση όποτε υπάρχει ανάγκη επανάληψης του εμβολιασμού.
- Τη γνώση και διαχείριση των φαρμάκων κάθε ασθενή.
- Τις καμπάνιες επιμόρφωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού στα φαρμακεία, κ.ά.

Ηλικία →	Γέννηση	1 μήνα	2 μηνών	4 μηνών	6 μηνών	12 μηνών	15 μηνών	18 μηνών	24 μηνών	4-6 ετών	11-12 ετών	13-18 ετών
Ηπατίτιδας Β (Hep B)	Hep B	Hep B (1-2 δόσεις)			Hep B					Hep B (όλες οι δόσεις)		
Διφθερίτιδας, Τετάνου, Κοικακίτη (DTaP)			DTaP	DTaP	DTaP			DTaP			DTaP	Tdap
Πολιομυελίτιδας (IPV)			IPV	IPV		IPV					IPV	
Αιμόφιλου τύπου Β			Hib	Hib	Hib	Hib						
Μηνιγγιτιδόκοκκου C (MCC)			MCC	MCC		MCC						
Πνευμονιόκοκκου (PCV)			PCV	PCV	PCV	PCV			PCV(PPV)			
Ίλαρας, Παρωτίτιδας, Ερυθράς (MMR)						MMR					MMR	
Ανεμευλογιά (Var)						Var					Var	
Ίός Ανθρώπινων Θηλωμάτων (HPV)												HPV κορίτσια 12-15 ετών 3 δόσεις
Ηπατίτιδας Α (Hep A)						Hep A (2 δόσεις)						
Φυματίωσης (BCG)						Mantoux					Mantoux BCG	Mantoux
Γρίπης (INFL)						INFL (ετησίως)						

Εικόνα 1 Χρονοδιάγραμμα Εμβολιασμών για παιδιά και εφήβους.

----- Το εμβόλιο κάτω από τη διακεκομμένη γραμμή συνιστώνται για επιλεκτικό εμβολιασμό.

Εύρος ηλικιών διενέργειας του εμβολιασμού. Στην παρένθεση αναγράφονται οι δόσεις του εμβολίου που γίνονται σ' αυτό το εύρος ηλικιών όταν είναι περισσότερες από μία. Το εύρος ηλικιών διενέργειας του εμβολιασμού δίνει τη δυνατότητα να χρησιμοποιούνται μονοδύναμο ή πολυδύναμο (συνδυασμένο) εμβόλιο ή και συνδυασμός μονοδύναμων-συνδυασμένων.

Εύρος ηλικιών διενέργειας του εμβολιασμού όταν αυτός δεν έχει προηγηθεί κατά το συνιστώμενο σχήμα ως προς την ηλικία και τις δόσεις.

Εμβόλιο ?/ Ηλικιακή ομάδα ?	19-26 ετών	27-49 ετών	50-59 ετών	60-64 ετών	765 ετών
Γρίπη	1 δόση ετησίως				
Τετάνου, Διφθερίτιδας (Td)	1 δόση ανά 10 χρόνια (εμβολιασμός με εμβόλιο Td αντί Tdap)				1 δόση ανά 10 χρόνια
Ανεμευλογιά	2 δόσεις				
Ίού Ανθρώπινων Θηλωμάτων (HPV)	3 δόσεις (σε γυναίκες)				
Έρπη Ζωστήρα				1 δόση	
Ίλαρας, Ερυθράς, Παρωτίτιδας (MMR)	1 ή 2 δόσεις		1 δόση		
Ηπατίτιδας Α	2 δόσεις				
Ηπατίτιδας Β	3 δόσεις				
Μηνιγγιτιδόκοκκου	1 ή παραπάνω δόσεις				
Πνευμονιοκόκκου (Πολυσακχαριδικό)	1 ή 2 δόσεις				1 δόση

- Κίτρινο πλαίσιο: Αφορούν όλα τα άτομα της κατηγορίας που πληρούν τα όρια ηλικίας και για τα οποία δεν υπάρχουν ενδείξεις ανοσίας
- Μωβ πλαίσιο: Συνιστώνται όταν συντρέχει κάποιος παράγοντας κινδύνου (π.χ. ιατρικός λόγος, επάγγελμα, τρόπος ζωής ή άλλες ενδείξεις)
- Άσπρο πλαίσιο: Δεν υπάρχουν συστάσεις

(Πίνακες Εθνικού Προγράμματος Εμβολιασμών παιδιών από το Ελληνικό υπουργείο υγείας & ενηλίκων, από το Αμερικανικό CDC -2011)

Ευρύτερη κάλυψη από οποιοδήποτε συζευγμένο πνευμονιοκοκκικό εμβόλιο

PRE1068-SEP2011



Prevenar 13*

Συζευγμένο Πολυσακχαριδικό Πνευμονιοκοκκικό Εμβόλιο (13-δύναμη, προροφημένο)

ΣΥΝΤΕΤΗΜΜΗΝ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ PREVENAR 13. Πνευμονιοκοκκικός πολυσακχαριδικός ορός τύπου 11, 3^a, 4^a, 5^a, 6A^a, 6B^a, 7F^a, 9V^a, 14^a, 18CV^a, 19A^a, 19F^a, 23F^a (Συζευγμένος με την CRM197 πρωτεΐνη φορέα και προροφημένος σε φασφορικό αργίλιο) **ΕΝΕΙΣΜΟ ΕΝΔΕΙΞΗΜΑ 0,5 ML/PF.SYR. ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Ενεργητική ανοσοποίηση για την πρόληψη της διεσποδτικής νόσου, της πνευμονίας και της οξείας μέσης ωτίτιδας που προκαλούνται από το Streptococcus pneumoniae σε βρέφη και παιδιά ηλικίας από 6 εβδομάδων έως 5 ετών. Βλέπε παράγραφο **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ** για πληροφορίες για προστασία έναντι συγκεκριμένων πνευμονιοκοκκικών ορόσημων. Η χρήση του Prevenar 13 πρέπει να καθορίζεται με βάση τις επίσημες συστάσεις. Λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις της διεσποδτικής νόσου στις διάφορες ηλικιακές ομάδες, όπως και τη διακρίσιμη στην επιδημιολογία των ορόσημων στις διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, **ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Υπερευαίσθησία στις βραστικές ουσίες ή σε κάποιο από τα έκδοχα ή στη διαθερμική αναστολή. Όπως και με τα άλλα εμβόλια, η χορήγηση του Prevenar 13 θα πρέπει να αναβάλλεται σε άτομα που υποφέρουν από οξεία, σοβαρή επίκτητη νόσο. Ωστόσο, η παρουσία μίας ελάσσονος λοίμωξης, όπως ένα κρυολάγημα, δεν θα πρέπει να οδηγεί σε αναβολή του εμβολιασμού. **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Όπως με όλα τα ενέσιμα εμβόλια, πρέπει να είναι άμεσα διαθέσιμη η κατάλληλη ιατρική θεραπεία και επίβλεψη κατά τη σπάνια περίπτωση ενός αναφυλακτικού επεισοδίου μετά από τη χορήγηση του εμβόλιου. Αυτό το εμβόλιο δεν πρέπει να χορηγείται ως μία ενδομυϊκή ένεση σε βρέφη ή παιδιά με θρομβοπενία ή άλλη διαταραχή της πήξης του αίματος που μπορεί να συνιστά αντένδειξη για ενδομυϊκή ένεση, όμως μπορεί να χορηγηθεί υποδορίως εάν το δυνατόν οφείλει να σταματήσει η εκκένωση του κινδύνου της χορήγησης. Το Prevenar 13 θα προστατεύει μόνο από τους ορόσημους του Streptococcus pneumoniae που περιέχονται στο εμβόλιο, και δε θα προστατεύει από άλλους μικροοργανισμούς που προκαλούν διεσποδτική νόσο, πνευμονία, ή μέση ωτίτιδα. Όπως με κάθε εμβόλιο, το Prevenar 13 ενδέχεται να μην προστατεύει από την πνευμονιοκοκκική νόσο όλα τα άτομα στα οποία χορηγείται. Σε κλινικές μελέτες, το Prevenar 13 προκάλεσε μία ανοσολογική αντίκριση σε όλους τους 13 ορόσημους που περιλαμβάνονται στο εμβόλιο. Η ανοσολογική απόκριση για τον ορόσημο 3 μετά την αναμνηστική δόση δεν ήταν αυξημένη πάνω από τα επίπεδα που παρατηρήθηκαν μετά την αρχική σειρά εμβολιασμού σε βρέφη: η κλινική συσχέτιση αυτής της παρατήρησης σχετικά με την πρόκληση ανοσοανεπάρκειας μίνιμης έναντι του ορόσημου 3 είναι άγνωστη. Τα ποσοστά των συμπεριλαμβανόμενων επιγραφών εμβολιασμού (τίτλοι ORA ≥ 18) στους ορόσημους 1, 3 και 5 ήταν υψηλά. Ωστόσο, οι γεωμετρικοί μέσοι τίτλοι των λειτουργικών αντιεμψύμων (ORAs) ήταν χαμηλότεροι έναντι κάθε ενός από τους υπόλοιπους πρόσθετους ορόσημους του εμβολιασμού: η κλινική συσχέτιση αυτής της παρατήρησης σχετικά με την προστατευτική δραστηριότητα είναι άγνωστη. Παιδιά με διαταραχή στην ανοσολογική απόκριση, είτε οφειλόμενη σε χρήση ανοσοκατασταλτικών θεραπειών, γενετική αιτιολογία, λοίμωξη από HIV, ή άλλες αιτίες, μπορεί να έχουν μειωμένη ανοσοαποκρίση στην ενεργητική ανοσοποίηση. Περιορισμένα στοιχεία έχουν δείξει ότι το Prevenar 7 δύναμη (σερά αρχικής ανοσοποίησης τριών δόσεων) επέχει απόθετη ανοσολογική απόκριση σε βρέφη με δρεπανοκυτταρική νόσο με εκείνα που παρατηρήθηκε σε ομάδες μη υψηλού κινδύνου (βλ. παράγραφο 5.1). Δεν υπάρχουν ακόμη διαθέσιμα στοιχεία ασφαλείας και ανοσογονικότητας σε παιδιά άλλων ειδικών κατηγοριών υψηλού κινδύνου για νόσηση από διεσποδτική πνευμονιοκοκκική νόσο (π.χ. παιδιά με συγγενή ή επίκτητη διαταραχή του σπλήνα, μολυσμένα με τον ιό HIV, με κοκαίτιες, με νεφρικό σύνδρομο). Ο εμβολιασμός σε ομάδες υψηλού κινδύνου θα πρέπει να αξιολογείται από αθροιστικά μεμονωμένα κλινικά στοιχεία που είναι ακόμη διαθέσιμα για το Prevenar 13. Παιδιά νεότερα των 2 ετών πρέπει να λάβουν το κατάλληλο για την ηλικία τους σχήμα εμβολιασμού με Prevenar 13. Η χρήση του συζευγμένου πνευμονιοκοκκικού εμβολίου δεν αντικαθιστά τη χρήση του 23 δύναμη πολυσακχαριδικού πνευμονιοκοκκικού εμβολίου σε παιδιά ηλικίας ≥ 2 ετών με καταστάσεις που το προδιθέτουν σε αυξημένο κίνδυνο διεσποδτικής νόσου οφειλόμενης σε Streptococcus pneumoniae (όπως δρεπανοκυτταρική νόσο, σπληνία, λοίμωξη με HIV, χρόνια νοσήματα ή ανοσοκαταστολή). Οποιαδήποτε συστάσεις, παιδιά σε κίνδυνο ηλικίας ≥ 24 μηνών που έχουν ανοσοποιηθεί αρχικά με Prevenar 13, θα πρέπει να λαμβάνουν 23 δύναμη πολυσακχαριδικό πνευμονιοκοκκικό εμβόλιο. Το διάστημα μεταξύ του 13 δύναμη συζευγμένου πνευμονιοκοκκικού εμβολίου (Prevenar 13) και του 23 δύναμη πολυσακχαριδικού πνευμονιοκοκκικού εμβολίου δεν πρέπει να είναι μικρότερο των 8 εβδομάδων. Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία που να αποδεικνύουν αν η χορήγηση του 23 δύναμη πνευμονιοκοκκικού πολυσακχαριδικού εμβολίου σε παιδιά που δεν είναι ή είχαν ανοσοποιηθεί στο παρελθόν με Prevenar 13, μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένη απόκριση σε επόμενες δόσεις του Prevenar 13. Κατά τη χορήγηση της αρχικής σειράς ανοσοποιήσεων σε ιδιαίτερα πρόωρα βρέφη (διάστημα κύησης ≤ 28 εβδομάδες), θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο πιθανός κίνδυνος θνητότητας και η ανάγκη παρακολούθησης της αναπτυξιακής λειτουργίας για 48-72 ώρες. Ιδιαίτερα για τα βρέφη με προηγούμενο ιστορικό αναπτυξιακών αναμνησμάτων, δεδομένου ότι το οφέλος του εμβολιασμού σε αυτή την ομάδα βρεφών είναι υψηλό, ο εμβολιασμός δε θα πρέπει να αναβάλλεται ή να καθυστερεί. Τα ορόσημους του εμβολιασμού, η προστασία έναντι της μέσης ωτίτιδας αναμένεται να είναι μικρότερη από την προστασία έναντι της διεσποδτικής νόσου. Επειδή η μέση ωτίτιδα προκαλείται από πολλούς μικροοργανισμούς εκτός των πνευμονιοκοκκικών ορόσημων που περιέχονται στο εμβόλιο, η προστασία από κάθε μέση ωτίτιδα αναμένεται να είναι μικρή. Η αντιψυκτική θεραπεία πρέπει να εφαρμόζεται σύμφωνα με τις τοπικές κατευθυντήριες γραμμές θεραπείας για τα παιδιά με διαταραχές με απορρόφηση ή ιστορικό πυρετικών επεισοδίων και για όλα τα παιδιά που παίρνουν Prevenar 13 ταυτόχρονα με εμβόλια που περιέχουν αλκοόλη κύτταρα κοκκία. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Η ασφάλεια του εμβολίου αξιολογήθηκε σε ελεγχόμενες κλινικές μελέτες όπου 14.267 δόσεις χορηγήθηκαν σε 4.429 υγιή βρέφη από την ηλικία των 6 εβδομάδων στον πρώτο εμβολιασμό και ηλικίας 11-16 μηνών στην αναμνηστική δόση. Σε όλες τις μελέτες σε βρέφη, το Prevenar 13 αναχρημάθηκε με καθιερωμένα παιδιατρικά εμβόλια. Επίσης αξιολογήθηκε ο ασφάλεια σε 354 προηγούμενες μη εμβολιασμένα παιδιά (ηλικίας από 7 μηνών έως 5 χρονών). Οι πιο συχνές ανεπιθύμητες αντιδράσεις που αναφέρθηκαν ήταν αντιδράσεις στη θέση ένεσης, πυρετός, ευερεθιστότητα, κωμωμένη όρεξη, και αυξημένος και/ή μειωμένος ύπνος. Μια αύξηση των αντιδράσεων στη θέση ένεσης αναφέρθηκε σε παιδιά ηλικίας μεγαλύτερης των 12 μηνών συγκρινόμενα με το ποσοστό που παρατηρήθηκε σε βρέφη κατά τη διάρκεια της αρχικής σειράς ανοσοποιήσεων με Prevenar 13. Οι ανεπιθύμητες αντιδράσεις που αναφέρθηκαν σε κλινικές μελέτες ή από την εμπειρία μετά την κυκλοφορία του φαρμάκου, αναγράφονται στον ακόλουθο πίνακα ανά σύστημα οργάνων και συχνότητα για όλες τις ομάδες ηλικιών. Η συχνότητα καθορίζεται ως εξής: πολύ συχνές ($\geq 1/10$), συχνές ($\geq 1/100$ έως $< 1/10$), όχι συχνές ($\geq 1/1.000$ έως $< 1/100$), σπάνιες ($\geq 1/10.000$ έως $< 1/1.000$), πολύ σπάνιες ($\leq 1/10.000$). Εντός κάθε κατηγορίας συχνότητας εμφάνισης, οι ανεπιθύμητες ενέργειες παρατίθενται κατά φθίνουσα σειρά σοβαρότητας. **Ανεπιθύμητες αντιδράσεις από κλινικές μελέτες:** Σε κλινικές μελέτες, το προφίλ ασφαλείας του Prevenar 13 ήταν παρόμοιο με αυτό του Prevenar. Οι ακόλουθες συχνότητες βασίζονται στις ανεπιθύμητες αντιδράσεις που αξιολογήθηκαν ως σχετιζόμενες με τον εμβολιασμό στις κλινικές μελέτες του Prevenar 13: Πολύ συχνές: Μειωμένη όρεξη, πυρετός, ευερεθιστότητα, κόπωση, ερυθρότητα στη θέση ένεσης, σκλήρυνση/πρήξιμο ή πόνος/ευαισθησία, υπνηλία, μειωμένη τιμότητα ύπνου, ερυθρότητα στη θέση ένεσης ή σκλήρυνση/πρήξιμο 2,5 cm - 7,0 cm (μετά τη βραβική σειρά ανοσοποιήσεων). Όχι συχνές: Ψευδής διάρροια, ερυθρότητα στη θέση ένεσης, σκλήρυνση/πρήξιμο > 7,0 cm, κλάμα. Σπάνιες: Αντιδράσεις υπερευαίσθησης συμπεριλαμβανομένου οίδηματος του προσώπου, διόνησης, βρογχόσπασμου, σπασμού (συμπεριλαμβανομένων πυρετικών σπασμών), υποτονικό υποσφιγερικό επεισόδιο, εξάνθημα, κνίδωση ή κνιδιωτικό εξάνθημα. **Ανεπιθύμητες αντιδράσεις του Prevenar που βασίζονται στην εμπειρία μετά την κυκλοφορία:** Παρότι οι ακόλουθες ανεπιθύμητες αντιδράσεις του φαρμάκου δεν παρατηρήθηκαν στις κλινικές μελέτες του Prevenar 13, θεωρούνται ως ανεπιθύμητες ενέργειες τόσο του Prevenar όσο και του Prevenar 13. Οι συχνότητες αυτές βασίζονται στα ποσοστά αυθόρμητων αναφορών για το Prevenar. Σπάνιες: Αναφυλακτική/αναφυλακτοειδής αντίδραση περιλαμβανομένης της καταπληξίας, αγγειοοίδημα, κνίδωση στο σημείο της ένεσης, δερματίτιδα στο σημείο της ένεσης, κνίδωση στη θέση ένεσης, έσφιξη. Πολύ σπάνιες: Λεμφοβλαστώματα (ενημερωθείτε στην περιοδική της θέσης ένεσης), πολυμόρφο ερύθημα. Πρόσθετες πληροφορίες σε ειδικούς πληθυσμούς: Άνωση σε ιδιαίτερα πρόωρα βρέφη (διάστημα κύησης ≤ 28 εβδομάδες) (βλ. παράγραφο **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ**). **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** Wyeth Lederle Vaccines S.A., Rue Pleinlaan 17 Boulevard de la Plaine, 1050 Brussels- Bruxelles, Βέλγιο. **ΤΟΠΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ:** Pfizer Hellas A.E., Λ. Μεσογείων 243, 154 51 Ν. Ψυχικό, Τηλ: 21 06785800. **ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** EU/1/09/590/002 - 1 προγεμισμένη σύριγγα 0,5 ml + χωριστά βελόνα). **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ / ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ:** 09/12/2009. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 12-2010. **ΔΙΑΝΚΗΣ ΚΑΙ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** Α.Τ.: 67,29€, Ν.Τ.: 40,72€. **ΜΕ ΑΠΛΗ ΙΑΤΡΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ.** **ΓΙΑ ΠΑΡΗΣ ΣΥΝΤΑΓΟΓΡΑΦΕΙΣ ΠΑΡΑΦΟΡΕΙΣ ΠΑΡΑΚΑΛΕΙΣΤΕ ΝΑ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ.**

www.prevenar13.gr

*Trademark

Pfizer

Pfizer Hellas A.E.

Λ. Μεσογείων 243, 154 51 Ν. Ψυχικό
Τηλ. 210 6785800

Μπορεί η απόφαση αν κάποιος θα εμβολιαστεί ή όχι, να είναι τελική επιλογή του ασθενή, όμως σαν ένας από τους πιο προσιτούς επαγγελματίες υγείας, ο φαρμακοποιός μπορεί να συμβάλλει στην παροχή σχετικών πληροφοριών στους ασθενείς για να κάνουν συνειδητές επιλογές όταν πρόκειται για εμβολιασμούς, όσον αφορά τα οφέλη, καθώς και τους κινδύνους. Οι φαρμακοποιοί είναι επίσης σε θέση να εντοπίσουν τους ασθενείς που βρίσκονται στις ομάδες κινδύνου για ορισμένες ασθένειες που προλαμβάνονται με εμβολιασμό. Μπορούν επίσης να κατευθύνουν τους φόβους πολλών ασθενών, παρέχοντάς τους τα δεδομένα, καθώς και τους σημαντικούς κινδύνους που σχετίζονται με το μη εμβολιασμό.

Στην Ελλάδα κυκλοφορούν τα εξής εμβόλια για ενήλικες:

- Td (Τετάνου)
- Ιλαράς, Παρωτίτιδας, Ερυθράς (MMR)
- Έρπη Ζωστήρα
- Ανεμευλογιάς
- Ηπατίτιδας Α
- Ηπατίτιδας Β
- HPV
- Μηνιγγιτιδοκόκκου
- Γρίπης
- Πνευμονιόκοκκου (23-δύναμο)

Έχοντας λοιπόν υπόψη τη μελέτη του ΟΟΣΑ που αναφέραμε πριν, η υψηλή έκθεση του ελληνικού πληθυσμού σε παράγοντες κινδύνου (κάπνισμα, παχυσαρκία), σε συνδυασμό με την ολοένα αυξανόμενη αντοχή λοιμωδών παραγόντων στα αντιβιοτικά (για παράδειγμα, στελέχη του Πνευμονιόκοκκου εμφανίζουν πολύ υψηλή αντοχή τόσο στην πενικιλίνη, όσο και στην ερυθρομυκίνη), καθιστούν όλο και πιο έντονο το πρόβλημα των λοιμώξεων της κοινότητας.

Επίσης, είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε ότι στις Η.Π.Α., οι θάνατοι από προλαμβανόμενα με εμβολιασμό νοσήματα, είναι περισσότεροι από αυτούς από καρκίνο του μαστού, από AIDS, ακόμα και από τροχαία ατυχήματα(!), ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι η λοίμωξη από πνευμονιόκοκκο είναι η Νο 1 προλαμβανόμενη με εμβολιασμό αιτία θανάτων παγκοσμίως. Ο φαρμακοποιός, μέσω της φαρμακευτικής φροντίδας και των ποιοτικών υπηρεσιών που καλείται να προσφέρει, μπορεί να ξέρει αν ο πελάτης - ασθενής έχει έναν ή περισσότερους παράγοντες κινδύνου οι οποίοι επιτάσσουν τον εμβολιασμό του για την πρόληψη μιας λοίμωξης, η οποία θα επιδεινώσει την υγεία του.

Η ευαισθητοποίηση του κοινού στον εμβολιασμό

Καθώς λοιπόν τα συστήματα υγείας παγκοσμίως επενδύουν στην πρόληψη και την πρωτοβάθμια περίθαλψη, καθώς η φαρμακευτική βιομηχανία επενδύει

Συνήθεις Παράγοντες Κινδύνου που απαιτούν εμβολιασμό

- Η ηλικία > 60 ετών (εμβόλιο Γρίπης, Πνευμονιόκοκκου)
- Η μετανάστευση ή το ταξίδι στο εξωτερικό (εμβόλιο Ηπατίτιδας Β, Α)
- Οι παθήσεις του ανοσοποιητικού (εμβόλιο Γρίπης, Πνευμονιόκοκκου, Μηνιγγιτιδοκόκκου)
- Οι συχνές μεταγίσεις ή η χρήση ναρκωτικών (εμβόλιο Ηπατίτιδας Β, Α)
- Η συμφορητική καρδιακή ανεπάρκεια (εμβόλιο Πνευμονιόκοκκου)
- Η ζωή σε κοιτώνες ή στρατόπεδα (εμβόλιο Μηνιγγιτιδοκόκκου)
- Η ΧΑΠ (εμβόλιο Γρίπης, Πνευμονιόκοκκου)
- Η παχυσαρκία (εμβόλιο Πνευμονιόκοκκου)
- Ο διαβήτης (εμβόλιο Πνευμονιόκοκκου)

τεράστια ποσά στην έρευνα και ανάπτυξη εμβολίων, τόσο για νέες ασθένειες όσο και καινούργιας τεχνολογίας εμβόλια που χρειάζονται λιγότερες δόσεις, τα εμβόλια θα παραμένουν στο κέντρο της επικαιρότητας και της καινοτομίας. Η σχέση κόστους - οφέλους (cost - effectiveness) των εμβολίων, σε συνάρτηση με τα άμεσα και έμμεσα οφέλη που προσφέρουν από την ανοσοποίηση στο γενικό πληθυσμό παραμένει πολύ χαμηλή, κλοντάς τα την πιο συμφέρουσα και ταυτόχρονα αποτελεσματική λύση για ένα σύστημα υγείας. Ας μην ξεχνάμε τις δισεκατομμύρια δόσεις εμβολίων που έχουν γίνει στα παιδιά όλου του κόσμου και τις ζωές που έχουν σωθεί από τις άλλοτε θανατηφόρες και τώρα εξαλειμμένες ασθένειες!

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (WHO), με την καμπάνια Healthy People, είχε θέσει ως στόχο το 2010 το ποσοστό της παγκόσμιας ανοσοποίησης για τη γρίπη και τον πνευμονιόκοκκο να φτάσει το 90% στους ενήλικες, πράγμα που δεν επετεύχθη μεν, αλλά μας λέει πολλά για την παγκόσμια προσπάθεια που γίνεται όσον αφορά την ευαισθητοποίηση για τους εμβολιασμούς. Αυτή η κίνηση σίγουρα θα φτάσει σε κεντρικό επίπεδο και στην Ελλάδα.

Μέχρι τότε όμως το ελληνικό φαρμακείο, μαζί με τις αλλαγές που θα υποστεί, μπορεί και πρέπει να πρωτοστατήσει στην προσπάθεια ευαισθητοποίησης για τον εμβολιασμό των ενηλίκων, όχι μόνο για να αναπτυχθεί οικονομικά -σίγουρα η αύξηση των εμβολιασμών και η παροχή όλων των ποιοτικών φαρμακευτικών υπηρεσιών που αναφέραμε πριν, θα συνεισφέρει στη διεύρυνση του πελατολογίου του φαρμακείου και κατά συνέπεια στην αύξηση του τζίρου-, αλλά και για να ενδυναμώσει το κοινωνικό έργο που επιτελεί εδώ και δεκαετίες. ■

ΠΡΟΦΙΛ

Ο Αλέξανδρος Τσιτομενέας είναι απόφοιτος της Φαρμακευτικής σχολής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Επίσης, είναι ιδρυτικό και ενεργό μέλος του Επιστημονικού Ομίλου Νέων Φαρμακοποιών (ΕΟΝΕΦ) και έχει συνεργαστεί σε μελέτες οικονομικών της υγείας, με τον καθηγητή κ. Υφαντόπουλο. Τα 3 τελευταία χρόνια απασχολείται ως επιστημονικός συνεργάτης σε πολυεθνική φαρμακευτική εταιρεία.

GOSH

GARÉ

TITANIA

BLACK
ON
THE

LEOREX™

exclusive
Parfumes

GARÉ
COSMETICS

Green Nature

with Q10

COSMETICS
ALOE VERA & COCONUT

new

BACK TO BASIC

SKIN CARE

FOR
Woman & MEN

escarelle

MADE FOR YOU

ΓΙΑ ΤΗΝ
ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ
ΤΩΝ ΑΚΡΩΝ

TITANIA

* GERMANY *

Be trendy

BLACK
ON
THE

+medica
ΚΑΛΩΣΩΝ

medica



esca
PHARM

ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ
ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΣ

www.esca.gr



GOSH

PROFESSIONAL
GOSH

PROFESSIONAL
GOSH

ΖΗΤΟΥΝΤΑΙ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΙ
ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΚΑΙ ΝΟΤΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

ΤΗΛ.: 2310 582 000

26 ΧΛΜ ΡΕΤΖΙΚΙΟΥ - ΦΙΛΥΡΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
e-mail: escarell@otenet.gr

3η Ημερίδα Φαρμακοποιών



Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ

Κυριακή, 22 Ιανουαρίου 2012, 08:30 - 19:00

“ΘΕΑΤΡΟΝ” - Κέντρο Πολιτισμού “Ελληνικός Κόσμος”, Πειραιώς 254, Ταύρος, Αθήνα

Ένα ραντεβού απαραίτητο και χρήσιμο με τις σωστές επιχειρηματικές λύσεις και τα απαραίτητα εργαλεία επικοινωνίας σας με τον πελάτη.

αξίζει να είστε όλοι εδώ!

Οι Στόχοι της Ημερίδας

- **Εμπλουτισμός** των γνώσεων των Φαρμακοποιών σε θέματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και βελτίωσης της διοίκησης και διαχείρισης του Φαρμακείου.
- **Παρουσίαση** συχνών περιπτώσεων υγείας ή ομορφιάς και ανάλυσης με απλά βήματα της προσέγγισης και επικοινωνίας πελάτη, με στόχο την αποτελεσματική συμβουλή υγείας.
- **Ανάπτυξη** λύσεων βελτίωσης των προσφερομένων υπηρεσιών και της ποιοτικής εξυπηρέτησης πελατών.
- **Ενίσχυση** της εξέλιξης και αναβάθμισης του επαγγέλματος του Φαρμακοποιού.
- **Βελτίωση** των γνώσεων και ικανοτήτων των στελεχών πωλήσεων και marketing των εταιρειών του κλάδου.



Μια διοργάνωση του περιοδικού

P H A R M A C Y
management
www.PharmaManage.gr **ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

ΔΩΡΕΑΝ συμμετοχή για Εσάς και το Προσωπικό σας!

Το τελικό πρόγραμμα
και τα ονόματα των εισηγητών
θα ανακοινωθούν
στο τεύχος Δεκεμβρίου 2011
του περιοδικού
PHARMACY
management
και **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ** και στο
www.PharmaManage.gr

Οι Θεματικές Ενότητες της Ημερίδας

Συνολικά θα γίνουν 20 ομιλίες και
4 workshops, σύμφωνα με το παρακάτω
γενικό θεματικό πλαίσιο:

- Διοίκηση Φαρμακείου
- Διαχείριση
- Merchandising, Marketing
- Επικοινωνία Υγείας και Συμβουλή προς τον Πελάτη
- Δημιουργία Σχέσεων με τον Πελάτη

Παράλληλα με τις ομιλίες θα μπορείτε να
συμετέχετε και σε εργαστήρια.

*Στο τέλος της ημερίδας θα ακολουθήσει
cocktail party
με ζωντανή μουσική!*



ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ

ΤΗΛ.: 210 984 3274, FAX: 211 800 5575

9:30 π.μ. έως 13:00 μ.μ.

3η Ημερίδα Φαρμακοποιών



Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ

ΧΟΡΗΓΟΙ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ





Η φύση αναγνωρίζει τη φυσικότητα

Η APIVITA καινοτομεί και δημιουργεί τη **nature's hair color**, την πρώτη μόνιμη βαφή μαλλιών χωρίς PPD, που είναι η κυριότερη αιτία αλλεργιών στις βαφές. Επιπλέον δεν περιέχει αμμωνία, ρεζορκινόλη, οινόπνευμα και paraobens, ελαχιστοποιώντας τον κίνδυνο εμφάνισης αλλεργιών, ερεθισμών και άλλων ανεπιθύμητων δράσεων. Καλύπτει 100% τα λευκά μαλλιά από την πρώτη χρήση και χαρίζει ομοιόμορφο χρώμα που διαρκεί, ενώ η πλούσια φυσική της σύνθεση, εμπλουτισμένη με βιολογικά έλαια και εκχυλίσματα από ηλιανθο, ελιά, μέλι και δεντρολίβανο, προστατεύει το χρώμα, τονώνει, θρέφει και ενυδατώνει τα μαλλιά.

Επίλεξε από 30 φυσικές αποχρώσεις αυτή που σου ταιριάζει και χάρισε στα μαλλιά σου λαμπερό χρώμα σε 30 μόνο λεπτά!

www.apivita.com



32 ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ. ΚΥΠΡΟΣ, ΙΣΠΑΝΙΑ, ΒΕΛΓΙΟ, ΟΛΛΑΝΔΙΑ, ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ, ΣΟΥΗΔΙΑ, ΡΟΥΜΑΝΙΑ, ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ, ΙΑΠΩΝΙΑ, ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ, ΗΠΑ

Η ΥΓΕΙΑ, πηγή εξέλιξης του φαρμακείου

Το φαρμακείο, τόπος προορισμού... για όλους!

◆ Από τη **ΜΑΤΑ ΧΑΡΟΚΟΠΟΥ**, φαρμακοποιό

Η γήρανση του πληθυσμού και η πλειοψηφία ηλικιωμένων που τείνει να επικρατήσει τα τελευταία χρόνια, αποτελεί μία ευκαιρία ανάπτυξης του φαρμακείου, που μπορεί ταυτόχρονα να αποτελέσει σημείο αναφοράς για τις πηγές εσόδων της επιχείρησης. Υπάρχουν λοιπόν μηχανισμοί άμυνας μέσα στην κρίση, που μπορεί να υιοθετήσει το ελληνικό φαρμακείο, ώστε να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις του απέναντι στο κοινωνικό του έργο, αλλά και στον τομέα υγείας. Θα αναφερθούμε σε κάποιους από αυτούς, αφήνοντας ελεύθερο πεδίο προς μελέτη και σκέψη όλων των φαρμακοποιών για περαιτέρω εξέλιξη και ανάπτυξη αυτών, και ελπίζω ακόμα περισσότερων.



Χωρίς υπερβολή, πιστεύω ότι στο τέλος αυτό θα είναι το μήνυμα που θα διατυπωθεί σε όλους από την ανάγνωση (και ελπίζω εμπέδωση) αυτού του άρθρου. Έχουμε αναφερθεί πολλές φορές στις λέξεις διαφοροποίηση και καινοτομία, κι ακόμα πιο πολλές φορές στο πόση σημασία έχει να ξέρουμε τον πελάτη μας και από προσωπική και από επαγγελματική άποψη. Όταν λοιπόν μιλάμε για ένα φαρμακείο, πολλοί ακόμα αναρωτιούνται: μα τι άλλο μπορεί να προσφέρει ένα φαρμακείο; Αν σταματήσουμε όμως στο «πόσος κόσμος» επισκέπτεται το φαρμακείο μας καθημερινά και περάσουμε στο «ποιοι είναι αυτοί», τότε ίσως να μπορέσουμε να διακρίνουμε και να πραγματοποιήσουμε πρακτικές που θα ωφελήσουν αναμφισβήτητα το επάγγελμα και κυρίως το μέλλον του, που ακόμα αμφισβητείται.

Πριν περάσουμε όμως στο πώς ο φαρμακοποιός μπορεί να εκμεταλλευτεί την προνομιακή του θέση και στην κοινωνία αλλά και στο χώρο υγείας, ας αναφερθούμε πρώτα στο ΓΙΑΤΙ. Χωρίς πλήρη συνείδηση του έργου του, όποιο τρόπο και όποιο μηχανισμό διαφοροποίησης και εξέλιξης του επαγγέλματος λάβει κανείς, θα είναι σίγουρα κάτι πρόχειρο και εφήμερο και συχνά με μηδαμινά αποτελέσματα.

Η διαχείριση της φαρμακευτικής αγωγής του ασθενή

Τα τελευταία χρόνια, το φαρμακείο από χώρο πώλησης προϊόντων έχει αναβαθμιστεί σε χώρο προσφοράς υπηρεσιών που στοχεύουν σε περισσότερη και ποιοτικότερη υγεία, με σκοπό την αύξηση του επιπέδου ζωής για όλους, αλλά και κυρίως ανθρώπων που καλούνται να λαμβάνουν θεραπευτική αγωγή, ίσως και για το υπόλοιπο της ζωής τους.

Ας αναφερθούμε σε ορισμένα σημαντικά δεδομένα:

- Το 80% των ηλικιωμένων ακολουθεί λανθασμένα τη θεραπευτική του αγωγή, που μπορεί να οδηγήσει σε υπερ-αγωγή, υπο-αγωγή και πιθανώς ανεπιθύμητες ενέργειες που θα μπορούσαν να αποφευχθούν.
- Μεγάλο ποσοστό ασθενών δεν κατανοούν το πρόβλημα υγείας τους και το λόγο της θεραπευτικής αγωγής, αψηφώντας τους κινδύνους της παραμέλησής της και της λάθος συμμόρφωσης σε αυτήν. Αυτό φυσικά έχει σαν αποτέλεσμα το αντίθετο από ότι ο κλάδος υγείας προσπαθεί να επιτύχει, στοχεύοντας την καλύτερη ποιότητα ζωής του ανθρώπου.

- Συνήθως οι ηλικιωμένοι χαρακτηρίζονται από συνωδά νοσήματα, οδηγώντας σε πολλαπλές θεραπευτικές αγωγές που απαιτούν τον κατάλληλο συγχρονισμό αγωγής. Αυτό δεν είναι εύκολο, ούτε να κατανοηθεί, ούτε να εκτελεστεί από τους ασθενείς.

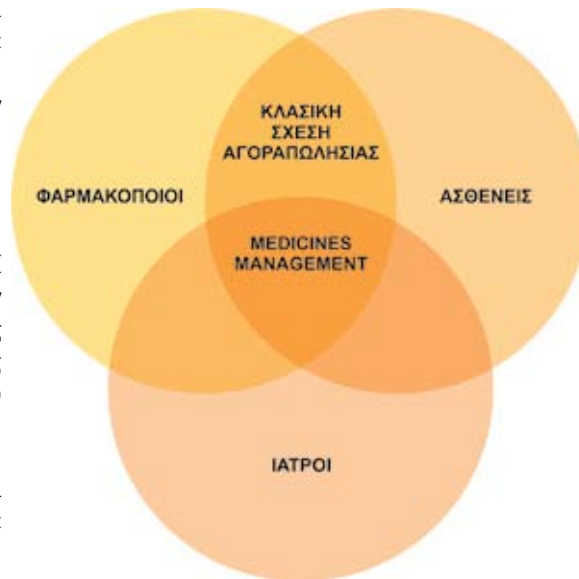
- Δεν είναι λίγες οι φορές που παρατηρούνται λάθη στο συνδυασμό των διαφορετικών αυτών αγωγών, λόγω των διαφορετικών αρμοδίων γιατρών (ειδικοτήτων), που αγνοούν την ύπαρξη κι άλλης αγωγής, με αποτέλεσμα τις ανεπιθύμητες ενέργειες και την επιδείνωση πολλές φορές της νόσου έναντι της καλύτερευσης / επιβράδυνσης.

Σε αυτό λοιπόν που μπορεί να επέμβει ο φαρμακοποιός είναι στο λεγόμενο **«medicines management»**. Η διαχείριση αυτή της φαρμακευτικής αγωγής μπορεί να πάρει πολλές μορφές, αλλά εδώ θα αναφερθούμε στον έλεγχο που μπορεί ο φαρμακοποιός να κάνει, για το αν η αγωγή είναι πρόποσα για το συγκεκριμένο ασθενή, με βάση πάντα το ιστορικό και τη διάγνωση που δίνει ο γιατρός. Φυσικά, δε μιλούμε για πράξη ενάντια της εντολής του γιατρού. Μιλάμε για συνεργασία με το γιατρό. Η συνεργασία αυτών των δύο είναι το μυστικό της επιτυχίας. Με σωστή ενημέρωση και έλεγχο, πέρα από τον ελεγχόμενο τρόπο συνταγογράφησης και πιθανότατα τον έλεγχο των φαρμακευτικών

δαπανών, ο φαρμακοποιός μπορεί να επέμβει δραστικά στη μείωση των ανεπιθύμητων ενεργειών των φαρμάκων, την καλύτερη ενημέρωση του ασθενή για το πρόβλημα υγείας του, την καλύτερη προσαρμογή του στις αλλαγές στον τρόπο ζωής του και την ορθότερη συμμόρφωσή του στη θεραπευτική αγωγή. Όλα αυτά οδηγούν στον απώτερο σκοπό του ανθρωποκεντρικού χαρακτήρα του φαρμακοποιού σαν επάγγελμα: **την ποιότητα ζωής του πελάτη**.

Ο φαρμακοποιός λοιπόν μπορεί να δράσει στα εξής σημεία:

- 1) Την ορθότητα της συνταγής, σε σκευάσματα, δοσολογία κ.ά., που ούτως ή άλλως πρέπει να γίνεται από τους φαρμακοποιούς,
- 2) Τη γνώση και κατανόηση των ασθενών για την ίδια την ασθένειά τους,
- 3) Τη συμμόρφωσή τους στην πρόποσα θεραπευτική αγωγή,
- 4) Τις τυχόν ανεπιθύμητες ενέργειες που μπορεί να έχουν εμφανιστεί (κι ίσως δε θα έπρεπε),
- 5) και τέλος, πώς ο ίδιος αισθάνεται, τι παρατηρεί καθόλη τη διάρκεια της θεραπευτικής αγωγής.



Με απλές ερωτήσεις λοιπόν σε επίπεδο συζήτησης, ο φαρμακοποιός μπορεί να βγάλει απλά, αλλά σημαντικά συμπεράσματα για τον πελάτη του. Σε περίπτωση ανεπιθύμητης ενέργειας ή έλλειψης συμμόρφωσης του ασθενή, ο ρόλος του μπορεί να είναι καταλυτικός στη μετέπειτα πορεία του ασθενή. Σημαντικό επίσης είναι και η γνώση και κατανόηση του ασθενή για την ασθένειά του, που συμβάλλει στην καλύτερη συμμόρφωση. Χωρίς αυτά είναι φυσικό και επόμενο ο ασθενής να μη δώσει την αρμόζουσα προσοχή στη θεραπευτική του αγωγή, κάνοντας κακό στην υγεία του. Η κατανόηση λοιπόν και η συμμόρφωση του ασθενή, είναι δύο πολύ βασικά βήματα στα οποία ο φαρμακοποιός μπορεί να επέμβει, αναπτύσσοντας ταυτόχρονα και τις σχέσεις με τον πελάτη του.

Υπηρεσίες πάνω απ' όλα

Με βάση τα ανωτέρω, διαμορφώνονται και τα πεδία των υπηρεσιών που μπορούν να αναπτύξουν οι φαρμακοποιοί, όπως:

- **Πρόληψη:** εμβολιασμός, χρήση αυτοδιαγνωστικών τεστ (διαβήτη, χοληστερίνη, αρτηριακή πίεση...)
- **Φαρμακευτική φροντίδα** (οδηγίες για τη σωστή λήψη των φαρμάκων και γενικά όλης της αγωγής)
- **Φαρμακευτική επιμόρφωση** του ασθενή στην πάθηση και **Συμμόρφωση** στη θεραπεία,
- **Φαρμακοεπαγρύπνιση** (έλεγχος και καταγραφή ανεπιθύμητων ενεργειών)
- **Συμβουλή υγείας** στην καθημερινότητα (διατροφή, τρόπος ζωής,...)
- **Θεραπευτική παρακολούθηση** (έλεγχος της θεραπευτικής αγωγής και προόδου του ασθενούς σε συνεργασία και με τους ειδικούς γιατρούς και σε συνδυασμό με τη συμμετοχή του ίδιου του ασθενούς-πελάτη)

Πολλοί μηχανισμοί μπορούν να αποτελέσουν τη βάση αυτών των τακτικών.

Μερικά παραδείγματα υπηρεσιών που ήδη εφαρμόζονται στο εξωτερικό ακολουθούν:

Ηλικιωμένοι και Διαβήτης (Γερμανία / Γαλλία)

Γνωρίζουμε όλοι πολύ καλά τον αριθμό ασθενών με διαβήτη και κυρίως διαβήτη τύπου 2. Γνωρίζουμε επίσης πολύ καλά ότι σημαντικό για την πορεία της νόσου αυτής είναι, το κατά πόσον ο ίδιος ο ασθενής αναλαμβάνει τις υποχρεώσεις του για τη συμμόρφωσή του και στη θεραπευτική αγωγή, αλλά και στο νέο τρόπο ζωής (διατροφή, άσκηση κ.ά.). Πρέπει όμως να συνειδητοποιήσουμε ότι πολλοί είναι αυτοί που χρειάζονται και τη συμβουλή, αλλά και την καθοδήγηση ενός ειδικού, καθώς η όλη πορεία της νόσου βασίζεται στο συνεχή έλεγχο. Πέρα από το γιατρό λοιπόν,

ο φαρμακοποιός μπορεί να πράξει δραστικά και να συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση και εφαρμογή όσων πρέπει να γίνονται από τους ίδιους τους ασθενείς με διαβήτη. Φαρμακεία στη Γερμανία και τη Γαλλία πήραν λοιπόν την πρωτοβουλία και ανέλαβαν την τακτή ενημέρωση - εκπαίδευση και έλεγχο ηλικιωμένων ασθενών ανά ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα 3 μηνών (καθώς πολλά ξεχνιούνται γρήγορα), πάνω σε ότι αφορά την κατανόηση της νόσου, αλλά και τα σωστά βήματα που πρέπει ο ίδιος ο ασθενής να κάνει για την ορθή συμμόρφωσή του στην αγωγή. Αυτό φυσικά προϋποθέτει την απαραίτητη εκπαίδευση του φαρμακοποιού στο συγκεκριμένο θέμα. Οι εν λόγω φαρμακοποιοί εκπαιδεύτηκαν (με δική τους χρέωση) και με αντίστοιχη άδεια προσφοράς αυτής της υπηρεσίας, είναι οι μοναδικοί που μπορούν να την προσφέρουν σε διαβητικούς ασθενείς στο φαρμακείο τους. Ο καθένας μας μπορεί να αναλογιστεί τα οφέλη μίας τέτοιας υπηρεσίας, που δεν είναι μόνο οικονομικά.

Αντιπηκτική αγωγή και ηλικιωμένοι (Κεμπέκ)

Στον Κεμπέκ του Καναδά, φαρμακοποιοί προσπαθούν να αναλάβουν τον έλεγχο της αντιπηκτικής αγωγής (βρίσκονται ακόμα σε διαπραγμάτευση με το υπουργείο υγείας). Με ένα εργαστηριακό τεστ που μπορεί να γίνει στο φαρμακείο, μπορούν να ελεγχθούν τα επίπεδα των αντιπηκτικών παραγόντων και ανάλογα με το αποτέλεσμα, να ξεκινήσει ή να τροποποιηθεί η θεραπευτική αγωγή. Αν τα επίπεδα των αντιπηκτικών παραγόντων είναι ανάμεσα σε αποδεκτά όρια, τότε ορίζεται επανάληψη του τεστ το επόμενο δεκαπενθήμερο. Αν τα επίπεδα θεωρηθούν μη φυσιολογικά, τότε ο φαρμακοποιός εξετάζει τους πιθανούς λόγους, και ακολουθώντας συγκεκριμένες οδηγίες και πρωτόκολλα, τροποποιεί τη θεραπευτική αγωγή. Η ευκολία της πραγμάτωσης μίας τέτοιας διαδικασίας είναι: 1) η ύπαρξη συγκεκριμένων ιατρικών οδηγιών και πρωτοκόλλων προς εκτέλεση από τους φαρμακοποιούς, 2) η ύπαρξη κατάλληλου χώρου / έξτρα γραφείου για την πραγματοποίηση του τεστ, 3) ένα εβδομαδιαίο χάρτι που αποτελεί τη βάση της θεραπευτικής αγωγής, σε περίπτωση που τα επίπεδα ηλικιωμένων παραγόντων δεν κριθούν φυσιολογικά, και το πιο σημαντικό από όλα, 4) κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό, είτε αυτό είναι ο φαρμακοποιός, είτε και η ομάδα του.

Σε όλη φυσικά αυτή τη διαδικασία, η ενημέρωση και καθοδήγηση από τον ειδικό γιατρό είναι απαραίτητη. Είναι μία υπηρεσία που με τον απαραίτητο εξοπλισμό για την ορθή εκτέλεση του τεστ και τον έλεγχο των αποτελεσμάτων, μπορεί να περάσει στα χέρια των φαρμακοποιών και το επάγγελμα να πάρει μία επιπλέον διάσταση.



10

χρόνια

- ψηλά,
- μπροστά,
- δυνατά
- και κοντά σας!



*Ένα περιοδικό . . .
για τους πελάτες του φαρμακείου!*

Ηλικιωμένοι και μίνι έλεγχος υγείας (Ολλανδία)

Μεγάλη αλυσίδα φαρμακείων στην Ολλανδία, σε συνεργασία με ασφαλιστική εταιρεία, προσφέρουν 2 φορές ετησίως προληπτικό έλεγχο των επιπέδων χοληστερίνης, αρτηριακής πίεσης, επίπεδα γλυκόζης, σωματικού βάρους και αναπνευστικής λειτουργίας. Στόχος είναι και πάλι η επικοινωνιακή σχέση με τον ηλικιωμένο ασθενή και ο έλεγχος ποιότητας της ζωής του. Ένας τέτοιος μίνι πολυδιάστατος έλεγχος είναι κάτι που όλο και περισσότερο οι άνθρωποι αναζητούν. Η ανάγκη για εξατομικευμένη φροντίδα, κυρίως ασθενών που λαμβάνουν περίπλοκη θεραπευτική αγωγή (πάνω από 3-4 φάρμακα), όπως είναι οι ασθενείς με διαβήτη ή καρδιοπαθείς, είναι κάτι που θα αυξάνεται όσο περνάνε τα χρόνια. Συνεπώς πάλι ο φαρμακοποιός μπορεί να πρωτοπορήσει με τη συμβολή του στον έλεγχο της υγείας του πελάτη του. Δεν είναι λίγα τα περιστατικά όπου αρκετοί πελάτες παραπέμφθηκαν σε ειδικό γιατρό / νοσοκομείο. Και σε αυτή την περίπτωση, με τον απαραίτητο εξοπλισμό και εκπαίδευση του φαρμακοποιού και της ομάδας του, η υπηρεσία αυτή μπορεί να αξιοποιηθεί από τον φαρμακοποιό και να τον φέρει στην καρδιά της κοινωνίας και του συστήματος υγείας.

Αυτά είναι μερικά παραδείγματα υπηρεσιών που μπορούν να έχουν σαν κέντρο τον ηλικιωμένο, όμως αν αντικαταστήσουμε τη λέξη «ηλικιωμένο» με λέξεις όπως «γυναίκα», «μητέρα», «έφηβος» κ.ά., σίγουρα μπορούμε να βρούμε τέτοιες και ακόμα περισσότερες υπηρεσίες που στοχεύουν σε κάθε κατηγορία ασθενή - πελάτη.

Οι βασικές προϋποθέσεις παροχής εξειδικευμένων υπηρεσιών υγείας

Ας μην ξεχνάμε τις προϋποθέσεις για να γίνουν τέτοιου είδους υπηρεσίες πόλος έλξης για τους ασθενείς - πελάτες μας:

- Η επιπλέον επιμόρφωση του φαρμακοποιού και της ομάδας του. Το καλό marketing δεν είναι αρκετό για να προωθήσει αυτού του είδους τις νέες υπηρεσίες που το φαρμακείο μπορεί να παρέχει. Η επιστημονική γνώση είναι απαραίτητη για την εδραίωση ενός υγειοκεντρικού χαρακτήρα που πρέπει να διέπει αυτές τις δραστηριότητες.
- Η οικειότητα που μπορεί να αποκτήσει ο φαρμακοποιός με τον ασθενή / πελάτη του. Για τη διάδοση της γνώσης και την προσφορά μιας πολύτιμης για τους ασθενείς, βοήθειας στην κατανόηση και συμμόρφωση, ο ασθενής πρέπει να νιώσει άνετα για να μιλήσει για οποιοδήποτε πρόβλημα υγείας, το πως αισθάνεται ο ίδιος και τι αλλαγές έχει παρατηρήσει



στη ζωή του. Η εμπιστοσύνη και το επαγγελματικό απόρρητο είναι «σήμα κατατεθέν». Ένα πρώτο λοιπόν βήμα που θα βοηθήσει να χαρακτηί αυτή η κατεύθυνση, είναι η δημιουργία ενός χώρου που να εξασφαλίζει το διάλογο στο φαρμακείο, αλλά και τις κατάλληλες συνθήκες λειτουργίας μικρού εργαστηρίου, όπου τεστ και έλεγχοι μπορούν να πραγματοποιούνται από τους φαρμακοποιούς.

Όπως μπορούμε εύκολα να παρατηρήσουμε, δυστυχώς η Ελλάδα δεν

πρωτοπορεί στην εφαρμογή τέτοιου είδους στρατηγικών. Ας δούμε λοιπόν αυτό το άρθρο σαν ένα αφηρημένο σημείο αναφοράς για την εξέλιξη του επαγγέλματος και την καινοτομική του δράση προς όφελος της κοινωνίας και του κλάδου υγείας. Ας κάνουμε μια προσπάθεια και σε ατομικό επίπεδο, αλλά και σε συλλογικό μέσω των συνδικαλιστικών μας φορέων που μπορεί να εισηγηθούν ακόμη και νομοθετικές αλλαγές και βελτιώσεις για το επάγγελμά μας. Αλλά ακόμη και αν για ορισμένες υπηρεσίες υπάρχουν εμπόδια λόγω νομοθεσίας ακόμη, ο κάθε φαρμακοποιός μπορεί να εφαρμόσει τακτικές που στοχεύουν σε νέες δραστηριότητες επικεντρωμένες σε συμβατές υπηρεσίες υγείας προς τον πελάτη του. Ο καθένας μας μπορεί να αναλογιστεί τη δύναμη που έχει στα χέρια του, αν συνειδητοποιήσει το ποιο είναι και τι θέλουν οι πελάτες του, και αν την εκμεταλλευτεί, να δημιουργήσει ένα υγειοκεντρικό χαρακτήρα στον επαγγελματικό του χώρο. Τέτοιου είδους υπηρεσίες αποτελούν όχι μόνο πηγή αντιστάθμισης των εσόδων του, διότι κερδίζει περισσότερους πιστούς πελάτες, ακόμη και αν δεν αμείβεται ακόμη γι' αυτές, αλλά και ευκαιρία μεγαλύτερης ανάδειξης του επιστημονικού και κοινωνικού του ρόλου. ■

Βιβλιογραφία:

- 1) Pharmaceutical care for elderly patients shared between community pharmacists and general practitioners: a randomized evaluation. RESPECT (Randomised Evaluation of Shared Prescribing for Elderly people in the Community over Time). Wong, P. Campion, S. Coulton, B. Cross, H. Edmondson, A. Farrin, G. Hill, A. Hilton, Z. Philips, S. Richmond and I. Russell. BMC Health Services Research 2004, 4:11
- 2) Effect of a Pharmacy Care Program on Medication Adherence and Persistence, Blood Pressure, and Low-Density Lipoprotein Cholesterol. A Randomized Controlled Trial. Jeannie K. Lee, Karen A. Grace, Allen J. Taylor. JAMA, December 6, 2006—Vol 296, No. 21

Marfin Pharmacy

Προνομιακές λύσεις αποκλειστικά για τις επαγγελματικές ανάγκες του φαρμακοποιού



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

- Ενίσχυση ρευστότητας για να μη σας απασχολεί η καθυστέρηση των εισπράξεων από τα ταμεία ή τους πελάτες σας
- Χρηματοδότηση για την απόκτηση του δικού σας φαρμακείου και τη διασφάλιση της θέσης σας στην τοπική αγορά
- Χρηματοδότηση για την ανακαίνιση του φαρμακείου σας με απλές διαδικασίες
- Διευκόλυνση των εισπράξεών σας από τα ταμεία, σε συνδυασμό με την υψηλή απόδοση των διαθεσίμων του φαρμακείου σας και τη δυνατότητα διεκπεραίωσης των τραπεζικών σας συναλλαγών από το χώρο σας



Frezyderm Babyline

Η Frezyderm επιβραβεύει
την πολυετή εμπιστοσύνη σας
και χαρίζει
μοναδικά δώρα
στους πελάτες σας



Η ενέργεια διαρκεί από την 1η Σεπτεμβρίου έως τις 30 Νοεμβρίου του 2011 ή μέχρι την εξάντληση των αποθεμάτων
Ενημερωθείτε σήμερα από τον πωλητή σας

Συνιστώνται από Παιδιάτρους



FREZYDERM
DERMOCEUTICALS - PHARMACEUTICALS
NUTRITION PRODUCTS

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

Υποκαταστήματα Β. Ελλάδας: Κων. Καραμανλή 112, 54 248 Θεσσαλονίκη, Τ: 2310 327210, Φ: 2310 327211