

PHARMACY®

# management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΜΑΡΤΙΟΣ 2020 • ΤΕΥΧΟΣ 45 • Χαράμη ΑΕ • Λ. ΑΛΙΜΟΥ 34, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ • ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

Το PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ  
βρίσκεται στο εσωτερικό

**Μαζί Αναδεικνύουμε τη Δύναμη της Άσπρης Μπλούζας**

σιρόπι  
**Octonion®**  
...καθαρίζει με το βήχα

+ ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ



με Vit C  
1000 mg  
ημερησίως

Το συμπλήρωμα διατροφής δεν υποκαθιστά την ιατρική περίθαλψη. Διανομή: Χαράμη ΑΕ, Αλίοι 34, 174 55 Αλίοι. Τηλ: 210 35 06 000. Email: info@medical.gr, www.medical.gr

OCTO\_AOV\_022019\_002

**Medical**  
Pharmaquality

Νέα Ιδέα- Αληθινή Υπόσχεση

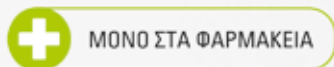
Ελαιών 54, 14564 Αθήνα, τηλ.: 210 35 06 000  
e-mail: info@medical.gr, www.medical.gr

Φυτικό σιρόπι

ΜΕΛΙ ΑΚΑΚΙΑΣ | ΑΛΘΑΙΑ | ΦΡΑΓΚΟΣΤΑΦΥΛΟ | ΦΛΟΜΟΣ  
ΕΥΚΑΛΥΠΤΟΣ | ΘΥΜΑΡΙ | ΦΑΣΚΟΜΗΛΟ | ΒΙΤΑΜΙΝΗ C

Ανακουφίζει από τα συμπτώματα του κρυολογήματος: βήχας, καταρροή,  
ερεθισμένος λαιμός. Ενισχύει την άμυνα του οργανισμού.

ΜΕ ΑΡΩΜΑ  
**ΕΛΛΑΔΑΣ**  
ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΜΕΧΡΙ  
ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ



# OCTONIONPON®

Φυσικά Δυνατό

OCTONION ADN112019.001 Το συμπλήρωμα διατροφής δεν πρέπει να χρησιμοποιείται ως υποκατάστατο μιας ισορροπημένης διατροφής. Αριθμός γιστευτικής ΕΟΦ: 92780/13.09.2018. Ο αριθμός γιστευτικής ΕΟΦ δεν είναι θέση αξιολογίας από την ΕΟΦ.



Νέα Ιδέα- Αληθινή Υπόσχεση

Ελαιών 54, 14564 Αθήνα, τηλ.: 210 35 06 000  
e-mail: info@medicalrq.gr, www.medicalrq.gr

- Σεραραπεπτάση 10mg
- Εκχύλισμα Κουρκουμά 300mg
- Εκχύλισμα Boswellia Serrata 100mg
- Εκχύλισμα Μαύρου Πιπεριού

ΜΕ ΑΡΩΜΑ  
**ΕΛΛΑΔΑΣ**  
ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΜΕΧΡΙ  
ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ



**P H A R M A C Y**®

# management

[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΜΑΡΤΙΟΣ 2020 • ΤΕΥΧΟΣ 45 • Χαράμη ΑΕ • Λ. ΑΛΙΜΟΥ 34, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ • ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

**Μαζί Αναδεικνύουμε τη Δύναμη της Άσπρης Μπλούζας**

## Η ΑΓΟΡΑ

Η αντιγήραση  
σε σταθερή  
ανάπτυξη

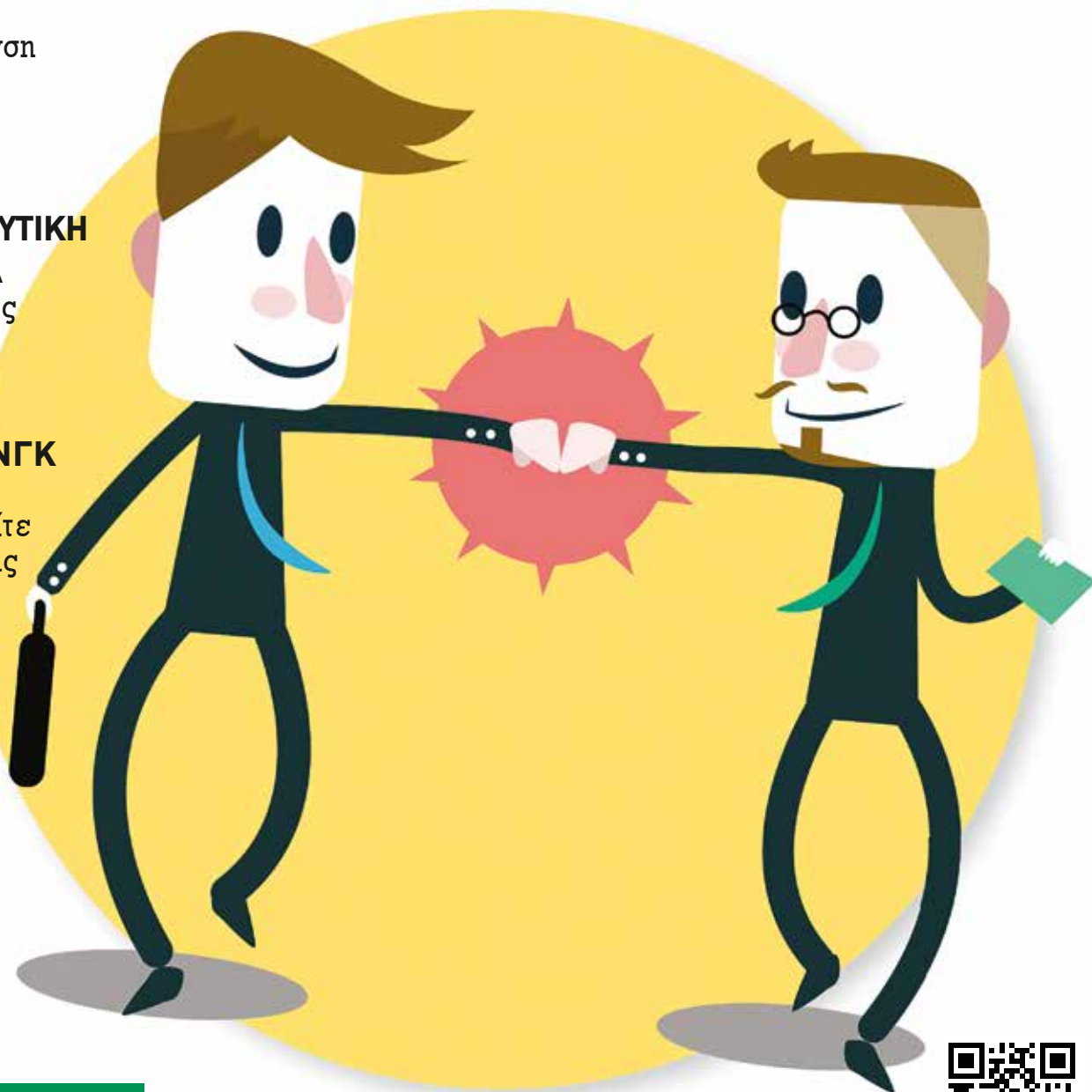
## ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ

### ΦΡΟΝΤΙΔΑ

Οι επιπλοκές  
του διαβήτη

## ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Πώς να  
διαχειριστείτε  
τις ελλείψεις  
προϊόντων



**ΑΦΙΕΡΩΜΑ**

## Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ

10 συμβουλές για την επιτυχία



[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)



# 80 ΣΥΝΕΔΡΙΟ

## Το Φαρμακείο στην Υγεία, την Ομορφιά και την Ευεξία

### “ Το Φαρμακείο στη Νέα Εποχή ”

11,12 & 13 Σεπτεμβρίου 2020

**Ηράκλειο Κρήτης**  
για **Φαρμακοποιούς, Ιατρούς**  
και **Καταναλωτικό Κοινό**

**1 ▶ Ξενοδοχείο Atlantis:**

*Ομιλίες και Stands για Φαρμακοποιούς και Ιατρούς*

*Σάββατο, 12 και Κυριακή, 13 Σεπτεμβρίου 2020 - 09:30 έως 19:00*

**2 ▶ Πλατεία Ελευθερίας:**

*Περίπτερα, Παρουσιάσεις και Δράσεις για το Καταναλωτικό Κοινό*

*Παρασκευή, 11 και Σάββατο, 12 Σεπτεμβρίου 2020*

*10:00 έως 14:00 και 17:00 έως 22:00*

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



**ΣΥΦΑΚ**  
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ  
ΑΙΓΑΙΟΥ ΚΑΙ ΚΡΗΤΗΣ

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ

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

**MEDICAL®**  
**management**  
www.MedicalManage.gr ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

**e-Learning**  
www.eLearning-PharmaManage.gr

**υγεία + ομορφιά**  
Εμπιστευόμαστε  
τον Φαρμακοποιό μου

**προβλέπουμε τις εξελίξεις!**



Charami SA Application

# PHARMACY<sup>®</sup> management

www.PharmaManage.gr ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΕΥΧΟΣ 45  
ΜΑΡΤΙΟΣ 2020

## ■ Επικαιρότητα

- 07 EDITORIAL
- 08 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ
- 16 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ
- 24 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ

## ■ Αφιέρωμα

- 32 Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ  
10 συμβουλές για την επιτυχία

## ■ Αναλύσεις

- 40 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ  
MetroPharmacy, ένα φαρμακείο με προοπτική και καινοτόμες ιδέες
- 44 ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΗ  
RiktoCare: Ενισχύοντας τον φαρμακοποιό στην παροχή οδηγιών ορθής χρήσης των φαρμάκων!
- 48 Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ  
Οι αμφίδρομες προσδοκίες μεταξύ εταιρειών και φαρμακοποιών
- 54 Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ  
ΑΡΩΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ, μια εναλλακτική θεραπευτική προσέγγιση σε ήπια προβλήματα υγείας
- 58 Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ  
Νέα δεδομένα στην αντιληπτή προστασία
- 60 Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ  
Κάντε το σωστό βήμα στην επιλογή καλλυντικών στο φαρμακείο σας
- 62 ΤΑΣΕΙΣ  
ΑΛΛΕΡΓΙΑ, μια ευκαιρία να επενδύσετε σε αυτή την ανερχόμενη αγορά
- 66 ΤΑΣΕΙΣ  
Η κατηγορία προϊόντων για το αδυνάτισμα κερδίζει βάρος
- 70 ΤΑΣΕΙΣ  
Τα Γυαλιά Προσβωπίας, μια κατηγορία σε ανάπτυξη
- 72 Η ΑΓΟΡΑ  
Η αντιγήρανση σε σταθερή ανάπτυξη



62



118



82

## ■ Επικοινωνία

- 78 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ  
Συμβουλές στους νέους γονείς για το παιδί τους
- 82 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ  
Τα προβιοτικά, οι βιταμίνες και τα ιχνοστοιχεία ενισχύουν τον οργανισμό
- 88 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ  
Οι επιπλοκές του διαβήτη
- 94 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ  
Πρόληψη και περιορισμός των ανεπιθύμητων ενεργειών
- 100 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ  
Αντιμετωπίστε αποτελεσματικά τον ψωριασικό ασθενή με αμοιβαία οφέλη
- 106 ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ  
Οστεοπόρωση, πρόληψη και θεραπεία

## ■ Επιχειρηματικότητα

- 110 ΕΡΓΟΝΟΜΙΑ ΧΩΡΟΥ  
Εξασφαλίστε την εμπιστευτικότητα 5 λύσεις και 3 βήματα για να το επιτύχετε



126

- 114 ΔΙΟΙΚΗΣΗ  
ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΛΗΨΗ.  
5 κριτήρια για να αξιολογήσετε το νέο σας συνεργάτη (3ο Μέρος)
- 118 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ  
Πώς να διαχειριστείτε τις ελλείψεις προϊόντων

## ■ Ψηφιακή Στρατηγική

- 122 Τα φαρμακεία του εξωτερικού ανοίγουν τον δρόμο  
Οι ψηφιακές τους δράσεις
- 126 Χρησιμοποιήστε το Facebook για την ενίσχυση των δεσμών με τους ασθενείς-πελάτες σας

**Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε το Περιοδικό για κάθε αλλαγή διεύθυνσης ή επωνυμίας στο T. 210 984 3274, info@PharmaManage.gr**



2<sup>ο</sup>  
Συνέδριο  
Φαρμακοποιών  
Περιφέρειας Πελοποννήσου  
**ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ  
ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ**

ΣΑΒΒΑΤΟ, 24 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ: 18:00 - 21:30  
ΚΥΡΙΑΚΗ, 25 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ: 09:00 - 19:00

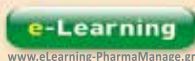
**Ξενοδοχείο Elite City Resort  
Ναυαρίνου 2 • 241 00 Καλαμάτα**

Διοργάνωση Φαρμακευτικός Σύλλογος Μεσσηνίας  
Συνδιοργάνωση με τους Φαρμακευτικούς Συλλόγους:  
Αργολίδας, Αρκαδίας, Κορινθίας και Λακωνίας

και την Υποστήριξη των:



**ΧΑΡΑΜΗ ΑΕ**  
ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ





**ΧΑΡΑΜΗ ΑΕ**

ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

*Ενδυναμώνουμε την  
Επικοινωνία Υγείας*

Λεωφ. Αλίμου 34, 174 55 Άλιμος  
Τ. 210 984 3274 • F. 211 800 5575  
info@PharmaManage.gr  
www.PharmaManage.gr

**ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ**

Πόπη Χαραμή

**ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ**

*ρωφίχαρμη*

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ**

Κατερίνα Κωστούλα  
polyxromo@gmail.com  
Τ. 210 86 25 774

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΕΚΤΥΠΩΣΗ**

**ΝΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ**

Αιγαίου 28  
194 00 Κορωπί Αττικής

**Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ**

**ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ**

ΑΝΤΩΝΗΣ ΣΑΚΑΛΟΓΛΟΥ  
ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΜΕΝΤΕΣ  
ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΥ  
ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΑΛΦΑΣ  
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΚΟΥΝΑΣ  
ΑΝΝΑ ΜΑΡΙΑ ΧΟΣΑΔΑ  
ΣΟΦΙΑ ΚΑΡΑΪΣΚΟΥ  
ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΜΑΝΕΤΑΣ  
ΜΑΡΙΑ ΠΟΛΙΤΟΥ  
ΕΙΡΗΝΗ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΥ  
ΟΛΙΑΝΑ ΗΛΙΑΔΟΥ  
ΧΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ  
ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ ΖΗΣΗΣ  
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ-  
ΜΑΡΑΝΤΙΔΗΣ  
ΙΩΑΝΝΗΣ - ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΧΑΡΑΜΗΣ

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 όποια μορφής υλικά, φωτογραφίες κ.λπ. δεν επιστρέφονται.

Τα ενυπόγραφα άρθρα εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συγγραφέων τους.



## Αφουγκραστείτε τη νέα γενιά πελατών σας

**T**ο Φαρμακείο, όντας το πρώτο και πιο προσιτό σημείο επαφής της υγείας με το κοινό, έχει γίνει η ζώνη αλληλεπίδρασης μεταξύ επαγγελματιών υγείας και ασθενών, σε ένα κόσμο όπου η υγεία δημιουργεί όλο και περισσότερες ανησυχίες. Η δύναμή του αυτή, προϋποθέτει να σηκώσουμε τα μανίκια και να εργαστούμε για όλες τις υπηρεσίες υγείας που περιμένει ο κόσμος από εμάς.

Ο κόσμος της υγείας βρίσκεται σε φάση έντονων ανατροπών και αναμένει να ζήσει μια επανάσταση συγκρίσιμη με τη βιομηχανική επανάσταση του 19ου αιώνα. Η Ιατρική του αύριο θα είναι προβλέψιμη, προληπτική, εξατομικευμένη και συμμετοχική. Με τη δύναμη των περιστάσεων, το φαρμακείο θα γίνει η κύρια πόρτα εισόδου ενίσχυσης της πρωτοβάθμιας περίθαλψης.

Για τη νέα ψηφιακή γενιά (Millennials και Generation Z δηλ. έως 40 ετών) που αντιπροσωπεύει το 40% του ενεργού πληθυσμού, οι νέες τεχνολογίες θεωρούνται δεδομένες. Αυτοί είναι το νέο καταναλωτικό κοινό των φαρμακείων που μεγάλωσαν με το διαδίκτυο, το κινητό τηλέφωνο κολλημένο στο αυτί και είναι μόνιμα συνδεδεμένοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι νέοι αυτοί ζουν την καθημερινότητα εν μέσω υπηρεσιών και εφαρμογών στα κινητά, γρήγορων και εξατομικευμένων. Είναι λιγότερο πιστοί απ' ό,τι η προηγούμενη γενιά και επιθυμούν πάντα την καινοτομία.

Όσον αφορά στους ηλικιωμένους, ίσως δεν είναι τόσο εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες, αλλά δεν τους δημιουργούν και φόβο. Τα άτομα άνω των 50 ετών, περνούν αρκετές ώρες την εβδομάδα στο Ίντερνετ, ενώ 1 στους 4 είναι μέλος κάποιου μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Είναι όλο και πιο δεκτικοί στις υπηρεσίες που τους βοηθούν να διαχειριστούν την υγεία και την ευζωία τους. Ο φυσικός χώρος του φαρμακείου παραμένει το σημείο προτίμησης αγοράς για αυτούς και χρησιμοποιούν το Ίντερνετ ως πηγή ενημέρωσης και σύγκρισης.

Όποια και αν είναι η ηλικία τους, οι Έλληνες είναι ευχαριστημένοι από τον Φαρμακοποιό τους.

**Αναμφισβήτητα, η εξασφάλιση συμβουλών ποιότητας προς αυτούς, παραμένει μια από τις προκλήσεις του σήμερα!**

Πόπη Χαραμή  
Φαρμακοποιός  
Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

## 11n Health Expo Athens



Το πανελλαδικό αυτό συνέδριο-έκθεση που διοργανώθηκε όπως κάθε χρόνο από τη **Χαραμή ΑΕ**, το Σάββατο 8 και την Κυριακή 9 Φεβρουαρίου 2020 στο Μέγαρο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών, στέφθηκε με επιτυχία χάρη στο πολύ ενδιαφέρον πρόγραμμα ομιλιών, στην άρτια οργάνωση και την επικοινωνία, αλλά και την άριστη συνεργασία όλων των εταιριών που συμμετείχαν.

Στην **11<sup>η</sup> Health Expo Athens**, συμμετείχαν 5.700 επαγγελματίες Υγείας από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, αλλά και στελέχη Επιχειρήσεων, καθηγητές Φαρμακευτικής, Ιατρικής, Διοίκησης και Οικονομικών, απασχολούμενοι σε φορείς Υγείας, εκπρόσωποι Συλλόγων Ασθενών και φοιτητές φαρμακευτικής.

Η 11<sup>η</sup> διοργάνωση της εκδήλωσης - θεσμού ΔΙΗΜΕΡΙΔΑ + ΕΚΘΕΣΗ «Επιχειρη-

ματικότητα και Επικοινωνία Υγείας», με τη νέα ονομασία Health Expo Athens, σηματοδότησε την έναρξη μίας νέας εποχής στον χώρο της Υγείας.

Η συμμετοχή εκθετών από το εξωτερικό και η εισαγωγή, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, του **Health Expo Partnering**, προώθησαν το διεθνές εμπόριο των φαρμάκων, των OTC, των παραφαρμάκων, των δερμοκαλλυντικών, κ.λπ. της



Η αυλαία της **11<sup>ης</sup> Health Expo Athens** έκλεισε, αφήνοντας σε όλους που παρευρέθηκαν εκεί πολλές ευχάριστες συγκινήσεις!

Ελλάδος στον ευρύτερο χώρο της Υγείας, μέσω της δημιουργίας διαπροσωπικών επαφών, επιχειρηματικής πληροφόρησης και δικτύωσης, για εξαγωγές και εισαγωγές.

Στην πολυθεματική αυτή εκδήλωση, οι συνέδριοι και οι εκθέτες είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν 51 ομιλίες, 7 στρογγυλά τραπέζια και 32 εργαστήρια με 110 διακεκριμένους ομιλητές, μέσα από ένα πρόγραμμα **5 ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΥΛΩΝΩΝ**:

### Φαρμακευτική Φροντίδα

Το 4<sup>ο</sup> Επιστημονικό Συνέδριο Φαρμακευτικής Φροντίδας της Ελληνικής Φαρμακευτικής Εταιρίας (Ε.Φ.Ε), είχε ως στόχο τη βελτίωση των επιστημονικών δεξιοτήτων σε βασικά θεραπευτικά πεδία της Φαρμακευτικής Φροντίδας που είναι απαραίτητα στην καθημερινή πρακτική στο φαρμακείο, για την απαραίτητη συμβουλή προς τους ασθενείς.

### Καινοτομία & Τεχνολογία

Πραγματοποιήθηκαν ομιλίες και αναδείχθηκαν καινοτόμες πρακτικές για τους επαγγελματίες υγείας, ενώ παράλληλα

τονίστηκε η αναγκαιότητα χρήσης της τεχνολογίας και των ψηφιακών εφαρμογών, για την εξυπηρέτηση ενός όλο και πιο απαιτητικού ασθενή-πελάτη.

### Management & Marketing

Μέσα από τη συγκεκριμένη θεματική ενότητα προβλήθηκαν και αναδείχθηκαν τα «κλειδιά» για τη βελτιστοποίηση της λειτουργίας του φαρμακείου ή του ιατρείου, καθώς και την εξέλιξη των συνεργατών τους. Όντας αφιερωμένη σε επιχειρηματικά θέματα, η θεματική ενότητα είχε ως στόχο τη στήριξη της ανάπτυξης των διοικητικών, εμπορικών και διαχειριστικών δεξιοτήτων των επαγγελματιών υγείας.

### Εργαστήρια

Σε ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες, οι εταιρίες πραγματοποίησαν ενδιαφέροντα εκπαιδευτικά σεμινάρια, με παράλληλες παρουσιάσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

Τέλος, το Σάββατο, 8/2/2020, πραγματοποιήθηκε με επιτυχία και η εκδήλωση των **Φαρμακοποιών του Κόσμου** για την κοπή της Πίτας του 2020. ■





Εμπιστεύομαι  
τον Φαρμακοποιό μου  
[www.y-o.gr](http://www.y-o.gr)

## Απονομή Βραβείων Iatronet - Υγεία + Ομορφιά



Στα πλαίσια της 11<sup>ης</sup> Health Expo Athens, το Σάββατο, 8/2/2020 πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία η τελετή απονομής των Βραβείων Iatronet - Υγεία + Ομορφιά, στο Μέγαρο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών. Τα Βραβεία αυτά ήταν μία συνδιοργάνωση των [www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr) και του περιοδικού Υγεία + Ομορφιά.

Οι νικητές αναδείχθηκαν μέσα από μία απόλυτα διαφανή διαδικασία, αποκλειστικά και μόνο από online ψηφοφορία του κοινού χωρίς κριτική επιτροπή. Η ψηφοφορία διεξήχθη ηλεκτρονικά από την Παρασκευή, 27/12/19 έως την Παρασκευή, 31/1/20, μέσα από ειδική φόρμα της ιστοσελίδας της διοργάνωσης, [vraiveia.gr](http://vraiveia.gr). Ο κάθε συμμετέχων ψήφισε το καλύτερο κατά τη γνώμη του προϊόν, σε κάθε μία από τις 12 υποκατηγορίες, συμμετέχοντας ταυτόχρονα σε κλήρωση για περισσότερα από 65 δώρα, συνολικής αξίας άνω των 3.300 ευρώ. Οι τυχεροί νικητές των δώρων έχουν ανακοινωθεί στη σελίδα [vraiveia.gr](http://vraiveia.gr).

Τα βραβεία που απονεμήθηκαν, αφορούσαν 3 κύριες κατηγορίες προϊόντων φαρμακείου - Δερμοκαλλυντικά, Συμπληρώματα Διατροφής και Προϊόντα Υγείας. Οι μάρκες των προϊόντων και οι εταιρίες τους που βραβεύτηκαν ήταν, σε κάθε κατηγορία:



### Δερμοκαλλυντικά

#### Φροντίδα Προσώπου & Σώματος



Pharmasept  
Hygienic Shower -  
PHARMASEPT A.E.



Anaplasis Έλαιο  
Σύσφιξης Σώματος  
& Στήθους -  
ANAPLISIS



Avène Hydrance  
Aqua Gel -  
PIERRE FABRE  
HELLAS A.E.

**Δερματολογικά Προβλήματα**



Avène Cleanance  
Gel Nettoyant -  
PIERRE FABRE  
HELLAS A.E.



Anaplasis RPNZL  
Έλαιο Μαλλιών -  
ANAPLASIS

**Φροντίδα για τον Ήλιο**



Luxurious Suncare  
Invisible Spray  
SPF 30 -  
INTERMED



Anaplasis  
Αντιλιπιακή Κρέμα  
SPF 30 -  
ANAPLASIS



Frezyderm Sun  
Screen Velvet -  
FREZYDERM ABEE

**Φροντίδα Βρεφικού Δέρματος**



Pharmasept Baby  
Care Mild Bath -  
PHARMASEPT A.E.



Frezyderm Baby  
Cream -  
FREZYDERM ABEE



Pampers  
Premium Care  
Πάνες -  
ΠΡΟΚΤΕΡ &  
ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ  
ΜΕΠΕ

**Συμπληρώματα Διατροφής**

**Άγχος, Αϋπνία και Ενίσχυση Ανοσοποιητικού**



Better You DLux+  
(Βιταμίνη D + K2) -  
X4NUTRITION



Filevia  
συμπλήρωμα  
διατροφής  
αρώνιας -  
ΜΗΤΡΟΠΕΤΡΟΣ  
ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.



Valetonina® με  
Μελατονίνη &  
Βαλεριάνα -  
WINMEDICA

**Προϊόντα Υγείας**

**Βήχας, Συνάχι και Πονόλαιμος**



Vicks Vaporub -  
ΠΡΟΚΤΕΡ &  
ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ  
ΜΕΠΕ



Prospan -  
FARMASYN S.A.



Benlif -  
BENNETT  
ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ  
Α.Ε.

**Ενοχλήσεις Πεπτικού**



Zarbis Laxaney  
Junior -  
Ε.Ι. ΖΑΡΜΠΗ &  
ΣΙΑ Ε.Ε.



Bifolac Restore -  
EIFRON A.E.E.E

**Πόνου**



Niflamol -  
BAUSCH HEALTH



Algine Αναλγητικό  
- Αντιπυρετικό -  
ADELCO A.E.

**Πρώτες Βοήθειες**



Sofargen® σε  
Spray & Gel -  
WINMEDICA



Leukoplast  
Barrier &  
Leukoplast ταινία  
στερέωσης -  
ΚΩΣΤΑΣ Α.  
ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ  
Α.Ε.Β.Ε

**Εντομοαπωθητικά – Αντιφθειρικά**



Repel Spray -  
UNI-PHARMA  
ΚΛΕΩΝ ΤΣΕΤΗΣ



Pharmasept  
Kid Care X-Lice  
Cologne -  
PHARMASEPT  
A.E.



mfree -  
BNEF BENEFIT  
HELLAS AE

**Στοματική Υγιεινή**



Oral-B Pro 750  
Ηλεκτρική  
Οδοντόβουρτσα -  
ΠΡΟΚΤΕΡ &  
ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ  
ΜΕΠΕ



Elgydium  
Antiplaque Tooth  
Paste -  
PIERRE FABRE  
HELLAS A.E.



Frezyderm  
Black & Polish  
Toothpaste -  
FREZYDERM  
ABEE

**Φροντίδα Ματιών - Γυαλιά**



Silac -  
SILAC HELLAS  
IKE

**Φροντίδα Ματιών - Ξηροφθαλμία**



Artelac -  
BAUSCH HEALTH



Την απονομή των βραβείων παρουσίασε ο Δημοσιογράφος **Υποφάντης Νίκος**, ενώ τα βραβεία απένειμαν οι:  
**Γιαρμενίτης Θεόδωρος**, Πρόεδρος του Πανελληνίου Συνδέσμου Βιομηχάνων & Αντιπροσώπων Αρωμάτων & Καλλυντικών – ΠΣΒΑΚ,  
**Σκαλτσά Ελένη**, Καθηγήτρια Φαρμακευτικής ΕΚΠΑ, Β' Αντιπρόεδρος ΔΣ ΕΦΕ,  
**Παπαδάκης Βασίλης**, Καθηγητής Στρατηγικής Διοίκησης στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ο.Π.Α.,  
**Δόκιος Γιώργος**, Πρόεδρος ΕΦΕΧ  
**Μπελώνης Σταύρος**, Πρόεδρος ΟΣΦΕ

Μαζί είμαστε πιο ισχυροί!

*Εμείς φροντίζουμε*

*...για την οργάνωση*

Ολοκληρωμένη  
μηχανογράφηση

Εκπαίδευση  
& διαχείριση  
ανθρώπινου  
δυναμικού

Μηνιαία επίσκεψη  
συμβούλου με  
παράδοση report

*...για την εικόνα*

Αρχιτεκτονική  
πρόταση για  
κοινή ταυτότητα  
φαρμακείων  
του Δικτύου

Διαχείριση χώρου  
και βέλτιστη  
αξιοποίηση  
των κατηγοριών

*...για το marketing*

Ηλεκτρονική  
κάρτα πιστότητας  
πελάτη > 350.000  
κάτοχοι

Οργανωμένο  
Marketing Plan  
Φαρμακείου

Pharma PLUS  
Mobile App

*...για την ανταγωνιστικότητα  
& την κερδοφορία*

Προμηθευτικό  
Κέντρο φαρμάκου  
& παραφαρμάκου

Διαχείριση  
προμηθευτών με  
κεντρικές συμφωνίες

**ΚΑΛΕΣΤΕ ΜΑΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΛΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ ΣΑΣ**



## Δίκτυο Φαρμακείων Pharma PLUS

### Το πιο ολοκληρωμένο business solution στον χώρο του Φαρμακείου

Αύξηση πωλήσεων +11,5% σε αξίες το 2019 παρουσίασαν τα φαρμακεία του Δικτύου **Pharma PLUS**, διατηρώντας το προβάδισμα σε μια απαιτητική χρονιά για την αγορά του Ελληνικού φαρμακείου. Η Pharma PLUS σχεδιάζει και για το 2020 ένα ανταγωνιστικό και δυναμικό marketing plan που περιλαμβάνει τις μεγαλύτερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο Ελληνικό φαρμακείο. Ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα αποτελεί η ολιστική υποστήριξη στον φαρμακοποιό. Αυτή επιτυγχάνεται μέσω του ολοκληρωμένου συστήματος μηχανογράφησης και του αξιόπιστου reporting που οδηγεί στη λήψη βέλτιστων εμπορικών αποφάσεων για τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας της επιχείρησής σας. Το 2019 ολοκληρώθηκε με 11 νέα φαρμακεία για τη Pharma PLUS, η οποία σας προσκαλεί να την εμπιστευτείτε για την ανάπτυξη και του δικού σας φαρμακείου. Γιατί μαζί, **μπορούμε να γίνουμε ακόμα πιο ισχυροί!** Μάθετε σήμερα πως μπορείτε να γίνετε και εσείς μέλος του ισχυρότερου Δικτύου φαρμακείων!



Μαζί μπορούμε καλύτερα...

## Ενημερωτικό υλικό για τον Κορωνοϊό σε όλα τα φαρμακεία του ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε.!

Ο όμιλος **ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε.**, αφογκραζόμενος τις εξελίξεις και με στόχο τη στήριξη του ελληνικού φαρμακείου και τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας, προχώρησε άμεσα στη δημιουργία και διανομή στα φαρμακεία του, έντυπου υποστηρικτικού ενημερωτικού υλικού για τα μέτρα προστασίας από τον Κορωνοϊό και άλλες λοιμώξεις του αναπνευστικού.

Το έντυπο παρουσιάζει τις οδηγίες με απλό και κατανοητό τρόπο μέσα από γραφική απεικόνιση (infographics), βοηθώντας έτσι στην εύκολη απομνημόνευση της πληροφορίας.

Στόχος του ομίλου είναι η συγκεκριμένη ενέργεια να προσθέσει αξία στον ρόλο του φαρμακοποιού, όσον αφορά την ευαισθητοποίηση του πληθυσμού για ένα επίκαιρο θέμα που αφορά την κοινωνία.

Το φυλλάδιο μπορείτε να βρείτε τόσο στο website του ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε., [www.prosyfafe.gr](http://www.prosyfafe.gr), (<https://prosyfafe.gr/etairika/newsid510/840>) όσο και στο website του δικτύου Green Pharmacy του ομίλου, [www.greenpharmacies.gr](http://www.greenpharmacies.gr) (<https://greenpharmacies.gr/4605-2/>).

### Προστατεύουμε τον εαυτό μας και γύρω μας από τον Κορωνοϊό και άλλες λοιμώξεις του αναπνευστικού

**Τηρούμε τους κανόνες ατομικής υγιεινής**  
Ευάριστη με τις οδηγίες του Εθνικού Οργανισμού Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ)

Αποφύγετε την επαφή με ασθενείς που έχουν συμπτώματα λοιμώξεων του αναπνευστικού.

Αποφύγετε να πάτε σε στέγες, τα μέσα και τη γύρω σας.

Αν βλάψτε ή φαρμάξτε, κλινοίστε το στήθος με τον σπυρίτο ή με ένα καθαριστικό.

Χρησιμοποιείτε ενδοσφαιρικά υαλοκίβωτο διάφραγμα ή κεραιοκίβωτο με αλκοόλη.

Επιλέξτε στυλό και προαιρετικά το νύχι σας.

Αποφύγετε τους κλειστούς και πολυαέριστους χώρους.

Καθαρίστε όλες τις άετες επιφάνειες και τα αντικείμενα που χρησιμοποιούνται συχνά.

Χρησιμοποιείτε μάσκες προσώπου.

**...επιπλέον για μαθητές**

- ✓ Δεν μορφαίρεται το μάσκι, τα στυλό, τους μαρμαίρους και άλλα προσωπικά αντικείμενα.
- ✓ Δεν πίνουμε νερό απευθείας από τη βρύση με το στήθος.

**...επιπλέον για ταξιδιώτες σε περιοχές της Κίνας\***

- ✓ Αποφύγετε την επαφή με ζώα (δινταϊά ή νεαρά), των οποίων ζώων και προϊόντων ζώων προέλευσης πουλιερικών και θαλασσινών.
- ✓ Σε ειδικά καταστάσεις συμπαράτων λοιμώξεων του αναπνευστικού κατά τη διάρκεια σας σε άλλα κώρα, αποφύγετε άμεσα κεραική συμβουλή και αναβλέψτε την επιστροφή σας μέχρι να γίνεται καλά.
- ✓ Μετά την επιστροφή σας από περιοχές με κρούσματα από το νέο Κορωνοϊό, σε περίπτωση που εκδηλώσετε συμπτώματα (ένος 14 ημερών), απευθυνθείτε άμεσα στο γιατρό σας και ενημερώστε τον για το πρόσφατο ταξίδι σας ή επικοινωνήστε με τον Εθνικό Οργανισμό Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ) (τηλ. 210 5212054).

\*Υποβάλλει τα κρούσματα εντοπίστηκαν στην πόλη Wuhan.

Μαζί μπορούμε καλύτερα...

14 | PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ • ΤΕΥΧΟΣ 45 | ΜΑΡΤΙΟΣ 2020

## Ρομποτικές Καινοτομίες στην Υπηρεσία του Σύγχρονου Φαρμακείου, από τη CSA και τη Rowa

Μεγάλη επιτυχία σημείωσε η παρουσίαση της **CSA** και της **Rowa** για συστήματα ρομπότ φαρμακείου κατά τη διάρκεια της 11<sup>ης</sup> Health Expo Athens. Παρουσιάστηκε η μέχρι σήμερα εμπειρία στην ελληνική αγορά και το πλήθος των εγκαταστάσεων που έχουν πραγματοποιηθεί. Επίσης παρουσιάστηκε η πορεία της αντίστοιχης Ιταλικής αγοράς, ως ένα πλαίσιο εκτίμησης του τι αναμένουμε να δούμε στην Ελλάδα. Στην Ιταλία, τα ρομποτικά συστήματα έχουν γίνει απαραίτητο κομμάτι του σχεδιασμού και της λειτουργικότητας ενός σύγχρονου φαρμακείου, με μεγάλο αριθμό συστημάτων να εγκαθίστανται κάθε χρόνο. Η αγορά της Ελλάδας είναι σε πιο πρώιμο στάδιο, αλλά αναμένεται να οδηγηθεί προς την ίδια κατεύθυνση από τη συνεχώς εντεινόμενη ανάγκη καλύτερης εξυπηρέτησης του σύγχρονου πελάτη-ασθενή.



## Υπηρεσίες Αποθήκευσης και Διανομής υπέρ τρίτων 3PL από τη ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗ Α.Ε.

Η πολυετής εμπειρία, η εξειδικευμένη τεχνογνωσία και το ταίριασμα αυτών με τις ανάγκες της αγοράς, οδήγησαν τη **ΔΥΝΑΜΙΚΗ** στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συνόλου υπηρεσιών εφοδιαστικής αλυσίδας στον χώρο της υγείας.

Παρέχουμε:

- ✓ Υψηλό επίπεδο και ποιότητα υπηρεσιών, με επιστημονική ευθύνη και συνέπεια.
- ✓ Άριστες υπηρεσίες στη διακίνηση φαρμακευτικού και ιατροτεχνολογικού υλικού με απρόσκοπτη λειτουργία και μακροχρόνιες συνεργασίες.

Διαρκείς και μόνιμοι στόχοι της ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ είναι:

- ✓ Αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών.
- ✓ Παροχή σωστών και ολοκληρωμένων λύσεων στον συνεργάτη.
- ✓ Καινοτομία, για νέες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, προσδίδοντας στους συνεργάτες της πρόσθετο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

## Η εταιρία GET2WORK ανακοινώνει την έναρξη διάθεσης σήμανσης οδηγίων ορθής χρήσης φαρμάκων, σε μορφή αυτοκόλλητων ετικετών

Η εταιρία GET2WORK ανακοινώνει την έναρξη διάθεσης, με την ονομασία **PIKTOCARE**, της πιστοποιημένης στην Ευρώπη λύσης σήμανσης οδηγίων ορθής χρήσης φαρμάκων, με εικονογράμματα σε μορφή αυτοκόλλητων ετικετών.

Οδηγίες λήψης, εφαρμογής ή φύλαξης, αλληλεπιδράσεις με τροφές ή ποτά, δοσολογία, όλα αυτά σε μια αυτοκόλλητη ετικέτα που κολλείται από τον φαρμακοποιό στη συσκευασία του εκάστοτε σκευάσματος πριν την παράδοσή του. Συνεπώς ο ασθενής λαμβάνει και διατηρεί σύντομες, σαφείς και αξιόπιστες πληροφορίες, με απλό, ελκυστικό και ευανάγνωστο τρόπο.

Η εφαρμογή της υπηρεσίας PIKTOCARE:

- Αποδεδειγμένα ενισχύει την επικοινωνία, αφοσίωση και εμπιστοσύνη με τον φαρμακοποιό,
- Εισάγει καινοτόμες εμπειρίες φαρμακευτικής φροντίδας και
- Προάγει τον επιστημονικό ρόλο του φαρμακοποιού.

[www.piktocare.gr](http://www.piktocare.gr)



## Premium Fillers και Boosters

από τη FROIKA

Ιδιαίτερα συμπυκνωμένη σε πολύτιμα αντιγηραντικά συστατικά, η καινοτόμος σειρά **Premium Beauty Fillers και Boosters** της FROIKA στοχεύει στους διάφορους τύπους γήρανσης, ικανοποιώντας τις ιδιαίτερες και μοναδικές ανάγκες κάθε επιδερμίδας. Οι μεταξένιες φόρμουλες της προσφέρουν μια μοναδική εμπειρία ομορφιάς και βέλτιστη αποτελεσματικότητα για κάθε τύπο δέρματος και σε

κάθε ηλικία.

**UltraLift Filler:** Filler βαθιών ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης, για άμεσο αποτέλεσμα lifting,

**Hyaluronic C Filler:** Filler βαθιών ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης, για λάμψη και επαναφορά όγκου,

**UltraLift Eye Booster:** Booster Ολικής αντιγηραντικής φροντίδας γύρω από τα μάτια,

**Hyaluronic C Booster:** Booster ενίσχυσης λάμψης και φωτεινότητας της επιδερμίδας, για βελτίωση της κυτταρικής επικοινωνίας και

**ANTI-SPOT Booster:** Booster διόρθωσης κηλίδων και δυσχρωμιών.

Από τη Froimed



## Δερμοκαλλυντικά προϊόντα Cetaphil

Για την ανάπλαση, την προστασία και τη διατήρηση  
μίας υγιούς και όμορφης επιδερμίδας

**Κλασική σειρά Cetaphil:** Απευθύνεται σε όλους τους τύπους δέρματος και περιλαμβάνει απαλό καθαριστικό και ενυδατική λοσιόν για το πρόσωπο και το σώμα.

**Σειρά Restoraderm:** Ιδανική για τον έντονο κνησμό και την ερυθρότητα, που εμφανίζονται κατά τη βρεφική κυρίως ηλικία. Η σειρά περιλαμβάνει αφρόλουτρο και ενυδατική λοσιόν που μειώνουν τον ερεθισμό και τη φαγούρα.

**Σειρά Redness:** Απευθύνεται σε άτομα που παρουσιάζουν ροδόχρου νόσο. Η σειρά περιλαμβάνει καθαριστικό προσώπου, ενυδατική κρέμα ημέρα με SPF 30 που χαρίζει ομοιόμορφη λάμψη και κρέμα νύχτας για ενυδάτωση που διαρκεί.

Από τη Φαρμασεοβ Lillv



## HYALURONIC SILK TOUCH SUNSCREEN, σειρά προϊόντων αντηλιακής προστασίας

Η σειρά **HYALURONIC SILK TOUCH SUNSCREEN** παρέχει αντηλιακή προστασία με αντιγηραντική δράση και αντιρυτιδικό αποτέλεσμα, ενώ οι υφές της είναι μη λιπαρές και προσφέρουν μεταξένιο ματ αποτέλεσμα. Ο συνδυασμός υαλουρονικού οξέος, Indanone και αντιοξειδωτικών μορίων, προσφέρει μια πολυδύναμη προστασία στο δέρμα.

Τα προϊόντα της σειράς είναι τα εξής:

- **HYALURONIC SILK TOUCH SPF 50+ TINTED & TINTED LIGHT** **νέο** Νέας γενιάς αντιηλιακό μεταξένιας υφής με πολύ υψηλή προστασία (σε δύο αποχρώσεις)
- **HYALURONIC SILK TOUCH SPF 50+ ANTISPOT** Νέας γενιάς λευκαντικό αντιηλιακό μεταξένιας υφής, με πολύ υψηλή προστασία ενισχυμένο με Βιταμίνη C
- **HYALURONIC SILK TOUCH SPF 30** Νέας γενιάς αντιηλιακό μεταξένιας υφής με υψηλή προστασία

Από τη Froimed







GALDERMA



Αποκλειστική διάθεση



ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ - ΛΙΛΛΥ Α.Ε.Β.Ε.

15ο χλμ. Εθνικής Οδού Αθηνών-Λαμίας, 14564 Κηφισιά  
ΤΗΛ: 210 6294600 Fax: 210 6294610

Για παραγγελίες: ΤΗΛ: 210 6294629 Fax: 210 6294630  
e-mail: [orders@lilly.gr](mailto:orders@lilly.gr) [www.pharmaserve.gr](http://www.pharmaserve.gr)

ΚΑΘΕ ΔΕΡΜΑ  
ΘΕΛΕΙ ΦΡΟΝΤΙΔΑ,  
ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΘΕΛΕΙ CETAPHIL



# Χαλάρωση στο πρόσωπο και τον λαιμό; Η φύση έχει τη λύση...

**Ελίχρυσος, Μαύρη Πεύκη,  
Έλαιο Chia, Βιταμίνες A & E**

Με την πάροδο του χρόνου η επιδερμίδα μας χάνει τη συνεκτικότητά της εμφανίζοντας σημάδια χαλάρωσης, με παράλληλες σημαντικές επιπτώσεις και από την ατμοσφαιρική ρύπανση. Κλινικές μελέτες που διεξήχθησαν σε αστικά κέντρα με υψηλά επίπεδα ρύπανσης, κατέδειξαν σημαντικά μειωμένα επίπεδα βιταμίνης E και σκουαλενίου.

Η έκθεση στο όζον (O3) και τους ατμοσφαιρικούς ρύπους, συμβάλλει στη δημιουργία ελευθέρων ριζών οξυγόνου (ROS) που αλληλεπιδρούν με τα επιφανειακά λιπίδια του δέρματος και έτσι ξεκινά μια αλυσιδωτή αντίδραση υπεροξειδωσής τους. Το οξειδωτικό αυτό στρες υπερνικά τελικά τη φυσική άμυνα του δέρματος, καταστρέφοντας τα αντιοξειδωτικά του (βιταμίνες C και E), και διαταράσσει την προστατευτική λειτουργία φραγμού. Για τους ανθρώπους που ζουν σε αστικές περιοχές, η χρόνια έκθεση σε UV και ατμοσφαιρικούς ρύπους, συμβάλλει στη δημιουργία ενός φλεγμονώδους περιβάλλοντος στην επιδερμίδα, που με τη σειρά του οδηγεί σε πρόωρη γήρανση του δέρματος.

**Με ποια φυσικά  
συστατικά μπορούμε  
να αναστρέψουμε  
το φαινόμενο αυτό;**

**Αιθέριο έλαιο Ελίχρυσου**, πλούσιο σε αντιοξειδωτικά και αντιφλεγμονώδη μόρια, προλαμβάνει την υπεροξειδωση των λιπιδίων της επιδερμίδας έως και 85,2%. Βάσει μελέτης, δρα συνεργιστικά με τη βιταμίνη E, για ακόμη μεγαλύτερη προστασία της επιδερμίδας από την έκθεση στους οξειδωτικούς παράγοντες της ατμόσφαιρας. Ο συνδυασμός των υπολοίπων αιθέριων ελαίων που περιέχονται σε επιλεγμένα φυτικά καλλυντικά, προσδίδει ιδιότητες τονωτικές για την επιδερμίδα. Έτσι, προάγεται η ταχύτερη ανανέωση των κυττάρων και ενεργοποιείται η παραγωγή κολλαγόνου.

Στην αποδυνάμωση των κυττάρων του δέρματος συμβάλλει παράλληλα και η χρονογήρανση, οπότε και μειώνεται σταδιακά η ικανότητα «αυτοϊασης» της επιδερμίδας.

**Έλαιο Chia**, θεωρείται προς το παρόν ως η επαρκέστερη φυσική πηγή ω-3 και ω-6 λιπαρών οξέων, τα οποία ενδυναμώνουν την κυτταρική μεμβράνη και εξασφαλίζουν τη σωστή διαπερατότητα αυτής. Έτσι, βελτιώνεται ορατά η υφή και η ποιότητα του δέρματος.

**Έλαιο Ροδιού ψυχρής έκθλιψης και το εκχύλισμα Μαύρης Πεύκης**, περιέχονται σε επιλεγμένα φυτικά προϊόντα περιποίησης προσώπου και λαιμού. Είναι πλούσια σε πολυφαινόλες και προσδίδουν ισχυρές αντιοξειδωτικές ιδιότητες.

**Αμινοξέα, μέταλλα, βιταμίνες και αντιοξειδωτικές ουσίες**, εμπλουτίζουν παράλληλα την επιδερμίδα.

Με όλα τα παραπάνω συστατικά ενεργοποιείται ταυτόχρονα η παραγωγή κολλαγόνου και η επανόρθωση της φυσικής φθοράς της επιδερμίδας, ενώ ενισχύεται η ελαστικότητα και η ανθεκτικότητα του δέρματος. Το περίγραμμα του προσώπου ανορθώνεται αισθητά και μειώνονται οι ρυτίδες και η χαλάρωση.



**ανάPLASIS**  
SKIN | AESTHETIC | NATURAL

Αιώνια νεότητα  
με το έλαιο σύσφιξης  
προσώπου και λαιμού  
FACE ELIXIR της ανάPLASIS

Face Elixir  
της ανάPLASIS,  
στα φαρμακεία  
και στο  
anaplasis.gr



Μαγικές σταγόνες ελαίων από ελιχρυσό,  
μαύρη πεύκη, τσία, βιταμίνες Α και Ε.  
Ανορθώνει το περίγραμμα του προσώπου  
και σταματά το χρόνο.

99,9% Φυσική σύσταση 100% Vegan συστατικά

ΑνάPLASIS, Δημοκρίτου 9, Κομοτηνή 69 100, T: 25310 22208  
E: info@anaplasigroup.gr, W: www.anaplasigroup.gr

📍 μελένιο ομορφιά 📱 anaplasis\_greece 📺 anaplasis greece



ΨΥΧΑΤΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΟΦΘΑΛΜΟΛΟΓΙΚΑ ΕΛΕΓΜΕΝΟ



## THANK YOU FARMER

### Καινοτόμα κορεάτικα καλλυντικά φροντίδας της επιδερμίδας

Τα **THANK YOU FARMER** ήρθαν στην Ελλάδα και εντυπωσιάζουν ειδικούς και καταναλωτές! Τα καινοτόμα κορεάτικα καλλυντικά φροντίδας της επιδερμίδας είναι υψηλής τεχνολογίας που δημιουργήθηκαν από φυτικές πρώτες ύλες και είναι ενάντια στα τεστ σε ζώα. Η παράδοση συναντά την αισθητική και η πορσελάνη επιδερμίδα δεν είναι πια ένα άπιαστο όνειρο. Τα **THANK YOU FARMER** είναι ο πρώτος γνήσιος εκπρόσωπος k-beauty στο φαρμακείο με πολλά βραβεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Μας μαθαίνουν να ακολουθούμε τη ρουτίνα ομορφιάς με διαφορετικά βήματα, ενώ οι λεπτόρρευστες υφές τους αλλάζουν τα δεδομένα στο skincare.

Από την Κώστας Α. Παπαέλληνας

## Νέα σειρά στοματικής υγιεινής **FROIDENT FROIPLAK PVP action**

Η νέα σειρά στοματικής υγιεινής **FROIDENT FROIPLAK PVP action** περιέχει Χλωρεξιδίνη 0,2% και 0,12%, PVP (ένα πολυμερές που δεσμεύει τις χρωστικές από τα δόντια) και Γαλουρονικό οξύ.

- **FROIPLAK PLUS 0,2 PVP action**, στοματικό διάλυμα 250 ml
- **FROIDENT PLUS 0,2 PVP action**, οδοντόκρεμα 75 ml
- **FROIPLAK 0,12 PVP action**, στοματικό διάλυμα 250 ml
- **FROIDENT 0,12 PVP action**, οδοντόκρεμα 75 ml



Νέα σειρά **FROISEPT** με ενεργό οξυγόνο και Γαλουρονικό οξύ

- **FROISEPT MOUTHWASH**
- **FROISEPT GEL**
- **FROISEPT TOOTHPASTE**
- **FROIDENT SUCRA GEL** ανάπλασης και βαθιάς ενυδάτωσης της στοματικής κοιλότητας με Σουκραλφάτη 1%, Γαλουρονικό Οξύ 0,2% και Τρεχαλόζη 3%.

Από τη Froimed



## HYALURONIC ACID

Ένα από τα best seller της σειράς, το πολυτελές πόσιμο καθαρό υαλουρονικό οξύ υψηλής περιεκτικότητας, για τένοντες και αρθρώσεις. Το μυστικό του; Μπορεί να φορεθεί και κατευθείαν στο δέρμα ως δραστικός ορός ενυδάτωσης!

## PREMIUM FEMALE

Βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία που καλύπτουν την ημερήσια ανάγκη σε ενέργεια, αποκατάσταση και προστασία. Σχεδιασμένο για τη σωματική και πνευματική υγεία της γυναίκας. Πλήρης φόρμουλα υψηλής ποιότητας.

Sky Premium Life



# KING EROS

Συμπλήρωμα διατροφής για τη βελτίωση της σεξουαλικής ζωής του άντρα με βότανα, Νταμιάνα, συνένζυμο Q10, Κουερσετίνη και B complex.

Μια πλήρης φόρμουλα βιταμινών, μετάλλων και βοτάνων, υψηλής ποιότητας και δράσης, με στόχο την ενίσχυση της λίμπιντο, της σεξουαλικής υγείας του άντρα και τη σωστή λειτουργία όλου του αναπαραγωγικού συστήματος. Μέρα με τη μέρα η διάθεση και η αυτοπεποίθηση ανεβαίνουν. Στο σκεύασμα χρησιμοποιείται μεταξύ άλλων και *Damiana leave extract* συμπυκνωμένο 10:1,

ένα βότανο που βελτιώνει τη σεξουαλική επιθυμία και ικανοποίηση, ενώ βάση κλινικής μελέτης μπορεί να βοηθήσει ακόμη και στις φλεγμονές του προστάτη αλλά και να τονώσει το νευρικό μας σύστημα.

Τέλος τα συστατικά ψευδάργυρος και αργινίνη είναι απαραίτητα και πλήρως συνυφασμένα με τη σεξουαλική δραστηριότητα του άντρα.

Sky Premium Life

## Face Elixir για ανόρθωση του περιγράμματος του προσώπου και του λαιμού

Το **Face Elixir**, για σύσφιξη και ανόρθωση του περιγράμματος του προσώπου, με Ελίχρυσο, Μαύρη Πεύκη, Έλαιο Chia και Βιταμίνες A και E της ανάPLASIS, είναι ιδανικό για ηλικίες 35+ καθώς βοηθά στην επαναφορά της ελαστικότητας του προσώπου, ανορθώνοντας την επιδερμίδα, χαρίζοντάς της νεανικότητα. Η σύνθεση του Face Elixir, καθώς και ο ελίχρυσος, το γιασεμί, το μύρο, το σανδαλόξυλο και το νερολί, θωρακίζουν την επιδερμίδα, χαρίζοντας υγεία και νεανικότητα στο πρόσωπο, ενώ προστατεύουν το δέρμα από τις βλαβερές συνέπειες των ελεύθερων ριζών. Επιπλέον, χαρίζουν φωτεινότητα και ομοιομορφία στην όψη της επιδερμίδας.



3 με 5 σταγόνες αρκούν για να νιώσουμε τη διαφορά. Με ελαφρύ μασάζ στο πρόσωπο και τον λαιμό, με κυκλικές κινήσεις, αφήνουμε τα ευεργετικά συστατικά του να δράσουν, χαρίζοντάς λάμψη και φρεσκάδα στην επιδερμίδα.

Από την ανάPLASIS

## Dermopur Gel Nettoyant, ήπιο αφρίζον gel καθαρισμού προσώπου

Το **Dermopur Gel Nettoyant** είναι ένα εξαιρετικά ήπιο αφρίζον gel καθαρισμού προσώπου χωρίς σάπωνες. Ο πλούσιος αφρός του αφαιρεί αποτελεσματικά τους ρύπους, καθαρίζει και αναζωογονεί την επιδερμίδα. Παράλληλα, ο συνδυασμός Lactoferrin-Lactoperoxidase βοηθά στη μείωση της περίσσειας σμήγματος, εμποδίζει τη δημιουργία ερεθισμών και επιμολύνσεων. Το ολεανολικό οξύ/NDGA βοηθά στη μείωση της λιπαρότητας, προλαμβάνει τη δημιουργία μαύρων σιγμάτων και συμβάλλει στη βελτίωση των ατελειών της λιπαρής επιδερμίδας. Το βιολογικά ενεργό παράγωγο β-γλυκάνης ενισχύει τη φυσική άμυνα της επιδερμίδας και τη λειτουργία του προστατευτικού φραγμού, βοηθώντας την έτσι να συγκρατεί τα επίπεδα της φυσικής της υγρασίας, αφήνοντάς την καθαρή και απαλή. Έχει διακριτικό άρωμα, δεν ξηραίνει την επιδερμίδα και ενδείκνυται για λιπαρές επιδερμίδες με ατέλειες. Για καθημερινή χρήση, πρωί και βράδυ. Κυκλοφορεί σε συσκευασίες των 200ml και 300ml.

[www.castalia-derm.com](http://www.castalia-derm.com)

Από την Castalia



## ΝΕΟΙ οροί προσώπου από τη δερμοκαλλυντική σειρά MéDeor



Τα δερμοκαλλυντικά **MéDeor** με τη σειρά **Biomimetic Boosters Serums Line**, στηρίζονται στην επαναστατική βιομιμητική τεχνολογία. Η σειρά αποτελείται από 4 καινοτόμους ορούς, που με την υπερσυμπυκνωμένη σύνθεσή τους εισέρχονται βαθιά στο δέρμα και εξασφαλίζουν στοχευμένες δράσεις. Τα βιομιμητικά πεπτίδια που περιέχουν, ενεργοποιούν τον μηχανισμό κυτταρικής ανανέωσης του ίδιου του δέρματος και κινητοποιούν τις διαδικασίες επανόρθωσής του.

Οι 4 καινοτόμοι οροί προσώπου είναι:

**Super Hydration** για βαθιά ενυδάτωση και ανάπλαση.

**Botox & Lift Effect** για «πάγωμα» των ρυτίδων και έντονη σύσφιξη.

**Caviar Nutritive** για ενισχυμένη θρέψη και αναδόμηση.

**Youthful Eyes** για «γέμισμα» των ρυτίδων και ελαχιστοποίηση των σημάδιων γήρανσης στην περιοχή των ματιών.

Τα σκευάσματα έχουν αναπτυχθεί με τις αυστηρότερες προδιαγραφές και είναι όλα δερματολογικά ελεγμένα.

[www.medeorcosmetics.com](http://www.medeorcosmetics.com)

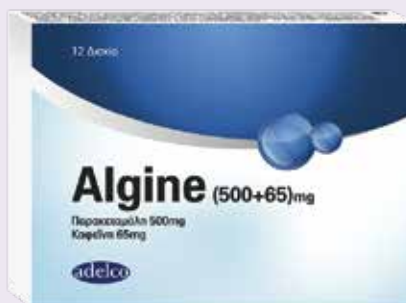
Από τη Pharmastock

## ALGINE, ανακουφίζει από κεφαλαλγίες και πυρετό

Το ασημένιο βραβείο Ιatronet - Υγεία και Ομορφιά στην κατηγορία Πόνος κατέκτησε η εταιρεία ADELCO Α.Ε. με το Ελληνικό προϊόν **ALGINE**. Πρόκειται για έναν αναλγητικό αντιπυρετικό συνδυασμό παρακεταμόλης και καφεΐνης που ανακουφίζει από κεφαλαλγίες και πυρετό.

ADELCO, 85 Χρόνια με προϊόντα επιστήμης και ποιότητας.

Από την *Adelco*



## Sky Premium Life Aloe Vera Βιολογικό τζελ αλόης, εμπλουτισμένο με βιταμίνες και μέταλλα

Το συμπλήρωμα διατροφής **Sky Premium Life Aloe Vera** σε μορφή τζέλ είναι εμπλουτισμένο με αλόη που ενυδατώνει το δέρμα και τονώνει το ανοσοποιητικό σύστημα. Χρησιμοποιείται ως φυτικό καθαρτικό και έχει δράσεις αντιφλεγμονώδεις, αντιβακτηριακές και αντιοξειδωτικές. Οι βιταμίνες που περιέχει - Α, C, E, B12, φολικό οξύ και χολίνη - δρουν ως αντιοξειδωτικά και εξουδετερώνουν τις ελεύθερες ρίζες. Επιπρόσθετα, περιέχει τα ένζυμα αλιάση, αλκαλική φωσφατάση, αμυλάση, βραδυκινάση, καρβοξυπεπτιδάση, καταλάση, κελουλάση, λιπάση, και υπεροξειδάση.

Τέλος περιέχει ιχνοστοιχεία όπως: ασβέστιο, χρώμιο, χαλκός, σελήνιο, μαγνήσιο, μαγγάνιο, κάλιο, νάτριο και ψευδάργυρο. Η Sky Premium Life βιολογική αλόη είναι υψηλής περιεκτικότητας σε ακεμανάνη βιοτίνης, βιταμίνης E και ψευδαργύρου, και είναι μια φόρμουλα αρκετά ενισχυμένη και βιβλιογραφικά τεκμηριωμένη για την ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος. Η ύπαρξη των υπολοίπων βιταμινών, πέρα της αλόης, δρα συνεργιστικά και ενισχυτικά.



Από την *Doc Pharma*

## Νέος Μετρητής Σακχάρου Contour® Next One

Ο νέος μετρητής **Contour®Next** βοηθά στην καλύτερη αυτό-διαχείριση του διαβήτη και έρχεται έτοιμος για χρήση χωρίς καμία αρχική ρύθμιση. Η μεγάλη ευανάγνωστη οθόνη του και τα μεγάλα ψηφία αποτελεσμάτων μέτρησης, κάνουν ιδιαίτερα εύκολο τον χειρισμό του ακόμα και για χρήστες χωρίς εμπειρία, ενώ εξατομικευμένα εύρη στόχου μπορούν να οριστούν εύκολα απευθείας στον μετρητή.

Οι λειτουργίες smartLIGHT® και Second-Chance® sampling με την αντίστροφη μέτρηση 60 δευτερολέπτων, μπορούν να βοηθήσουν στην ευκολότερη κατανόηση των επιπέδων σακχάρου και στην εξοικονόμηση ταινιών μέτρησης αντίστοιχα.

Η δωρεάν εφαρμογή **Contour®Diabetes** είναι η ιδανική προσθήκη στο σύστημα Contour®Next, αφού τεκμηριωμένα μπορεί να βοηθήσει στη δραστηκή μείωση του κινδύνου υπογλυκαιμίας, βελτιώνοντας έτσι την ποιότητα ζωής των χρηστών της.

Από την *Ascensia Diabetes Care*







*Μαζί μπορούμε καλύτερα...*



## Συμπλήρωμα διατροφής LycoCard

Το **LycoCard** είναι ένα συμπλήρωμα διατροφής που περιέχει ένα μείγμα τιτλοδοτημένων θρεπτικών συστατικών με εκχύλισμα 100% φυσικού λυκοπενίου, συνδυασμένο με καρροτενοειδή, φυτοστερόλες και τοκοφερόλες, τιτλοδοτημένα στα ακριβή επίπεδα ώστε να επηρεάζουν θετικά την καρδιαγγειακή λειτουργία. Τα βιοενεργά συστατικά του LycoCard στοχεύουν αποτελεσματικά, στα βασικά προβλήματα υγείας που συχνά αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι με τη λειτουργία του καρδιαγγειακού συστήματος και, ως εκ τούτου, με τη συνολική υγεία του οργανισμού.

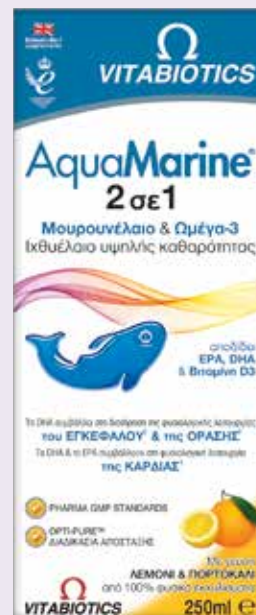


Από τη **Leriva Pharma A.E.**

## Συμπλήρωμα διατροφής AQUAMARINE 2 σε 1 της Vitabiotics

Το **AquaMarine 2 σε 1** επανακυκλοφορεί με την ίδια, συμπυκνωμένη του σύνθεση. Δύο κουταλάκια του γλυκού (10ml) περιέχουν 4,52g ιχθυέλαιο και 4,52g μουρουνέλαιο και αποδίδουν 1085mg EPA και 994mg DHA. Τα ωμέγα-3 λιπαρά οξέα EPA και DHA συμβάλλουν στην υγεία της καρδιάς, του εγκεφάλου, των ματιών και των αρθρώσεων. Το AquaMarine 2 σε 1 έχει υποστεί την αυστηρή διαδικασία καθαρής Opti-Pure™ που περιλαμβάνει την πολλαπλή μοριακή απόσταση των ιχθυελαίων και έξτρα στάδια φιλτραρίσματος για μέγιστη καθαρότητα. Είναι κατάλληλο για ενήλικες και παιδιά, έχει γεύση πορτοκάλι και λεμόνι και δεν περιέχει ζάχαρη. Διατίθεται σε συσκευασία των 250ml. Το προϊόν δεν υποκαθιστά μια ισορροπημένη διατροφή, ενώ διατηρείται σε θερμοκρασία μικρότερη των 25°C και μακριά από τον ήλιο.

Δοσολογία: Παιδιά 5-12 ετών: 1 κ.γ. (5ml) την ημέρα. Ενήλικες: 2 κ.γ. (10ml) την ημέρα. [www.douni.gr](http://www.douni.gr)



Από την **Douni Health Products**

## Πρόπολη, η ουσιαστική λύση στα συμπτώματα του κρυολογήματος



Η νέα ολοκληρωμένη σειρά της **NutraLead PROPOLIS PLUS +** είναι ειδικά σχεδιασμένη για την ενίσχυση της φυσικής άμυνας του οργανισμού, αντιμετωπίζοντας τα συμπτώματα του κοινού κρυολογήματος. Ποιοτικά και αποτελεσματικά προϊόντα που συν-

δυάζουν την Πρόπολη, Εχινάκεια, Βιταμίνη C και τον Ψευδάργυρο με αντιοξειδωτική, αντιμικροβιακή και αντιφλεγμονώδη δράση, ενισχύοντας το ανοσοποιητικό σύστημα και καταπολεμώντας τις λοιμώξεις.

Η σειρά περιλαμβάνει:

Propolis-Echinacea-VitC-Zinc αναβράζον, Propolis chew, Propolis & Olive, Propolis Winter support, Propolis Liquid, Oral spray, Nasal spray, Φυτικό Σιρόπι ενηλίκων και Παιδικό, Bon Appetite.

[www.vitorgan.gr](http://www.vitorgan.gr)

Από τη **Vitorgan**

# FROÏKA

ORAL CARE  
DermoCosmetics  
MEDICAL DEVICES CE

## ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗ ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΙΕΙΝΗ

### FROISEPT®

Πλήρης  
καθαρισμός,  
& ενυδάτωση  
με ενεργό  
Οξυγόνο και  
Υαλουρονικό οξύ



### FroiPlak® FroiDent®

PVP  
action

Με χλωρεξιδίνη  
0,2% και 0,12%,  
PVP κατά της  
χρώσης  
και  
Υαλουρονικό οξύ



### FroiDent® SUCRA GEL

Ανάπλαση και  
ενυδάτωση  
με Σουκραλφάτη,  
Υαλουρονικό οξύ  
και  
Τρεχαλόζη



[www.froika.com](http://www.froika.com)

## Νέα Λιποσωματική Φόρμουλα στα Συμπληρώματα Διατροφής



### John Noa

Η κορυφαία σειρά φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής **John Noa** πρωτοπορεί προχωρώντας στην εφαρμογή της λιποσωματικής τεχνολο-

γίας, δημιουργώντας προϊόντα που προσφέρουν εύρυθμη λειτουργία στον οργανισμό.

Με την τεχνολογία των λιποσωμάτων επιτυγχάνεται υψηλότερη απορρόφηση των δραστικών συστατικών σε σχέση με τις παραδοσιακές μορφές χορήγησης, ενώ παράλληλα εμποδίζεται η διάσπασή τους από το στομάχι. Συνεπώς:

- ✓ Προσφέρεται μέγιστη απορρόφηση και βιοδιαθεσιμότητα στον οργανισμό.
- ✓ Δεν είναι τοξικά, επειδή αποτελούνται από φωσφολιπίδια.
- ✓ Είναι βιοσυμβατά με τον οργανισμό και κατά συνέπεια βιοαποικοδομήσιμα.
- ✓ Προστατεύουν τα δραστικά συστατικά από το γαστρεντερικό-πεπτικό σύστημα, ενισχύοντας την απορρόφησή τους.
- ✓ Αναnevώνουν τα κατεστραμμένα φωσφολιπίδια του οργανισμού.

Αξίζει να σημειωθεί πως χρησιμοποιούνται φωσφολιπίδια αποκλειστικά από λεκιθίνη μη γενετικά τροποποιημένου ηλιανθου.

Από την *Eifron*

## ΟCTONION Σιρόπι (ενηλίκων και παιδικό) Ανακουφίζει από τα συμπτώματα του κρυολογήματος

Το **ΟCTONION** είναι φυτικό σιρόπι με 7 βότανα και βιταμίνη C που ανακουφίζει από τα συμπτώματα του κρυολογήματος (βήχα, καταρροή, ερεθισμένο λαιμό, μούκωμα, βραχνάδα). Τα 1000mg βιταμίνης C ημερησίως ενισχύουν ταυτόχρονα την άμυνα του οργανισμού.

Τα 8 φυσικά συστατικά του **ΟCTONION** -Μέλι Ακακίας, Αλθαία, Ευκάλυπτος, Θυμάρι, Φασκόμηλο, Φλόμος, Φραγκοστάφυλο, βιταμίνη C- παρέχουν στο **ΟCTONION** πολλαπλές ιδιότητες: αντιβηχικές, βλενολυτικές, βρογχοδιασταλτικές, αντιφλεγμονώδεις και ενίσχυση του ανοσοποιητικού. Κυκλοφορεί και σε **ΟCTONION kids** με 5 συστατικά κατάλληλα για παιδιατρική χρήση και με υπέροχη γεύση φράουλας.

Τα **ΟCTONION** σιρόπια είναι μοναδικά, πρωτοποριακά προϊόντα με Άρωμα Ελλάδας, από τη συνταγή μέχρι την παραγωγή τους.



Από τη *MEDICAL PHARMAQUALITY*

## isla®: Νέες παστίλιες για τον λαιμό με βρύα Ισλανδίας

Η εταιρεία Farmasyn SA ανακοινώνει την κυκλοφορία του προϊόντος **isla**® στην ελληνική αγορά, για εξειδικευμένη φροντίδα του λαιμού. Οι συγκεκριμένες παστίλιες, με το φυτικό δραστικό συστατικό βρύα Ισλανδίας (Iceland Moos), είναι ιδανικές για την αντιμετώπιση και την ανακούφιση του πονόλαιμου, της βραχνάδας, των καταπονημένων φωνητικών χορδών, του ερεθισμένου λαιμού, της τάσης για βήχα και του συχνού καθαρίσματος του λαιμού.

Κυκλοφορούν σε τέσσερις διαφορετικές μορφές με ειδική σύνθεση για κάθε ανάγκη:

- **isla**® **moos** για τη βραχνάδα και τον ερεθισμένο λαιμό,
- **isla**® **cassis** με βιταμίνη C, χωρίς ζάχαρη,
- **isla**® **medic** που προστατεύει αποτελεσματικά τους βλεννογόνους του στόματος και του λαιμού, με γεύση κεράσι,
- **isla**® **junior** για παιδιά άνω των 4 ετών με βιταμίνη C και χωρίς ζάχαρη.

Από τη *FarmaSyn*



- › Πονόλαιμος;
- › Βραχνάδα;
- › Κλείσιμο φωνής;
- › Καταπονημένες φωνητικές χορδές;
- › Ερεθισμένος λαιμός;
- › Τάση για βήχα;
- › Συχνό καθάρισμα του λαιμού;



Για ενήλικες και παιδιά άνω των 4 ετών.

**Σίγουρα υπάρχει ένα isla® για σας.**

**Περιέχει φυτικό δραστικό συστατικό, βρύα Ισλανδίας (Iceland Moss).**

[www.isla.gr](http://www.isla.gr)



Το πρωτότυπο και καθιερωμένο

Με φυσικό εκχύλισμα φραγκοστάφυλου

Σύμπλεγμα υδρογέλης με μαλουρονικό οξύ

Με φυσική γεύση φράουλας και Βιταμίνη C

## Mo-Shield, Ασπίδα Προστασίας από τα Κουνούπια

Η Menarini Hellas - Consumer HealthCare επεκτείνει τη γκάμα των προϊόντων Mo-Shield με την κυκλοφορία του Απωθητικού Υγρού Κουνουπιών **Mo-Shield Go** σε rocket size με ενισχυμένη σύνθεση για χρήση έως και 300 ψεκασμούς και διάρκεια 8 ωρών.

Το Mo-Shield διατίθεται και σε μορφή απωθητικού βραχιολιού. Κυκλοφορεί σε τέσσερα χρώματα, είναι αδιάβροχο, επανασφραγιζόμενο και διαρκεί 200 ώρες. Τα προϊόντα είναι κατάλληλα για ενήλικες και παιδιά άνω των 2 ετών. Περιέχουν το φυσικό ενεργό συστατικό Σιτριοδιόλη (αιθέρια έλαια ευκαλύπτου) και παρέχουν υψηλή προστασία από κουνούπια (συμπεριλαμβάνεται το κουνούπι ΤΙΓΡΗΣ), σκνίπες, τσιμπούρια και ψύλλους. Η Σιτριοδιόλη συστήνεται ως μέτρο προστασίας από τα κουνούπια από το ΚΕΕΛΠΝΟ. Τα προϊόντα διαθέτουν έγκριση από το ΥΠΑΠΕΝ.

Από τη Menarini Hellas



## Rontamil® Complete Αποδεδειγμένη ασφάλεια και αποτελεσματικότητα καινοτόμων βρεφικών γαλάτων με συνβιοτικά

Σύμφωνα με πρόσφατα δεδομένα της Ευρωπαϊκής Παιδιατρικής Ακαδημίας<sup>1</sup>, η προσθήκη συνβιοτικών στη βρεφική διατροφή υπερτερεί έναντι της προσθήκης προβιοτικών ή πρεβιοτικών. Τα συνβιοτικά, ως συνδυασμός των προ και πρεβιοτικών που περιέχονται στη σειρά βρεφικών γαλάτων **Rontamil® Complete**, βοηθούν στην επικράτηση της ωφέλιμης εντερικής χλωρίδας, ενισχύοντας έτσι το ανοσοποιητικό σύστημα των βρεφών. Με τη χρήση τους, από το 1<sup>ο</sup> εξάμηνο ζωής των βρεφών, επιτυγχάνεται η εισαγωγή και επιβίωση του προβιοτικού *B.lactis* και άλλων σημαντικών συνβιοτικών στο εντερικό περιβάλλον. Στόχος της ανάπτυξης των συγκεκριμένων προϊόντων βρεφικής διατροφής είναι η δημιουργία χρήσιμων εναλλακτικών διατροφικών λύσεων για τους γονείς και τους επαγγελματίες υγείας, όπου ο μητρικός θηλασμός κρίνεται ανέφικτος ή ανεπαρκής.

*Probiotics, prebiotics and synbiotics: impact on the gut immune system and allergic reactions. Gourbeyre P et al. J Leukoc Bio.2011 May;89 (5):685-95.*



Από την Elpen

## Accu-Chek Guide Νέο σύστημα παρακολούθησης της γλυκόζης του αίματος

Η Roche Diabetes, ανακοινώνει την κυκλοφορία του νέου συστήματος παρακολούθησης γλυκόζης αίματος **Accu-Chek Guide**, το οποίο προσφέρει μοναδικά χαρακτηριστικά και καινοτόμο σχεδιασμό που το καθιστά εύκολο στη χρήση. Το νέο σύστημα Accu-Chek Guide έχει σχεδιαστεί για να μειώσει την ταλαιπωρία των ατόμων με διαβήτη κατά τον καθημερινό έλεγχο της γλυκόζης:

- ✓ Έξυπνος σχεδιασμός φιαλιδίου
- ✓ Ανέπαφη απόρριψη της ταινίας
- ✓ Μέτρηση στο σκοτάδι
- ✓ Αυτόματη αποστολή των αποτελεσμάτων στην εφαρμογή mySugr
- ✓ Ανασκόπηση δεδομένων & Ανίχνευση μοτίβων στον μετρητή
- ✓ Προηγμένη ακρίβεια

Τα ACCU-CHEK και ACCU-CHEK GUIDE είναι εμπορικά σήματα της Roche. Το mySugr είναι εμπορικό σήμα της mySugr GmbH.

Από τη Roche Diagnostics Hellas





# MO-SHIELD

SQUITO



**ΑΣΠΙΔΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΚΟΥΝΟΥΠΙΑ  
ΓΙΑ ΟΛΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ  
ΜΕ ΦΥΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ**

**2+  
ετών**



Η **Menarini Hellas** μετά από μια εξαιρετικά επιτυχημένη πορεία το 2019 εξελίσσει και εμπλουτίζει τη σειρά Mo-Shield με τα παρακάτω προϊόντα:

**GO**

**ΑΠΩΘΗΤΙΚΟ ΥΓΡΟ ΓΙΑ ΚΟΥΝΟΥΠΙΑ**



- Pocket Size
- Έως και 300 Ψεκασμούς
- Με 30% Σιτριοδιόλη
- Διάρκειας έως 8 ώρες

**BAND**

**ΑΠΩΘΗΤΙΚΟ ΒΡΑΧΙΟΛΙ ΓΙΑ ΚΟΥΝΟΥΠΙΑ**



- Διάρκειας έως και 200 ώρες
- Επανασφραγιζόμενο
- Με 22% Σιτριοδιόλη
- Αδιάβροχο

**Προϊόντα εγκεκριμένα από το ΥΠΑΠΕΝ  
Απωθούν Κουνούπια (ΤΙΓΡΗΣ), σκνίπες, τσιμπούρια, ψύλλους**

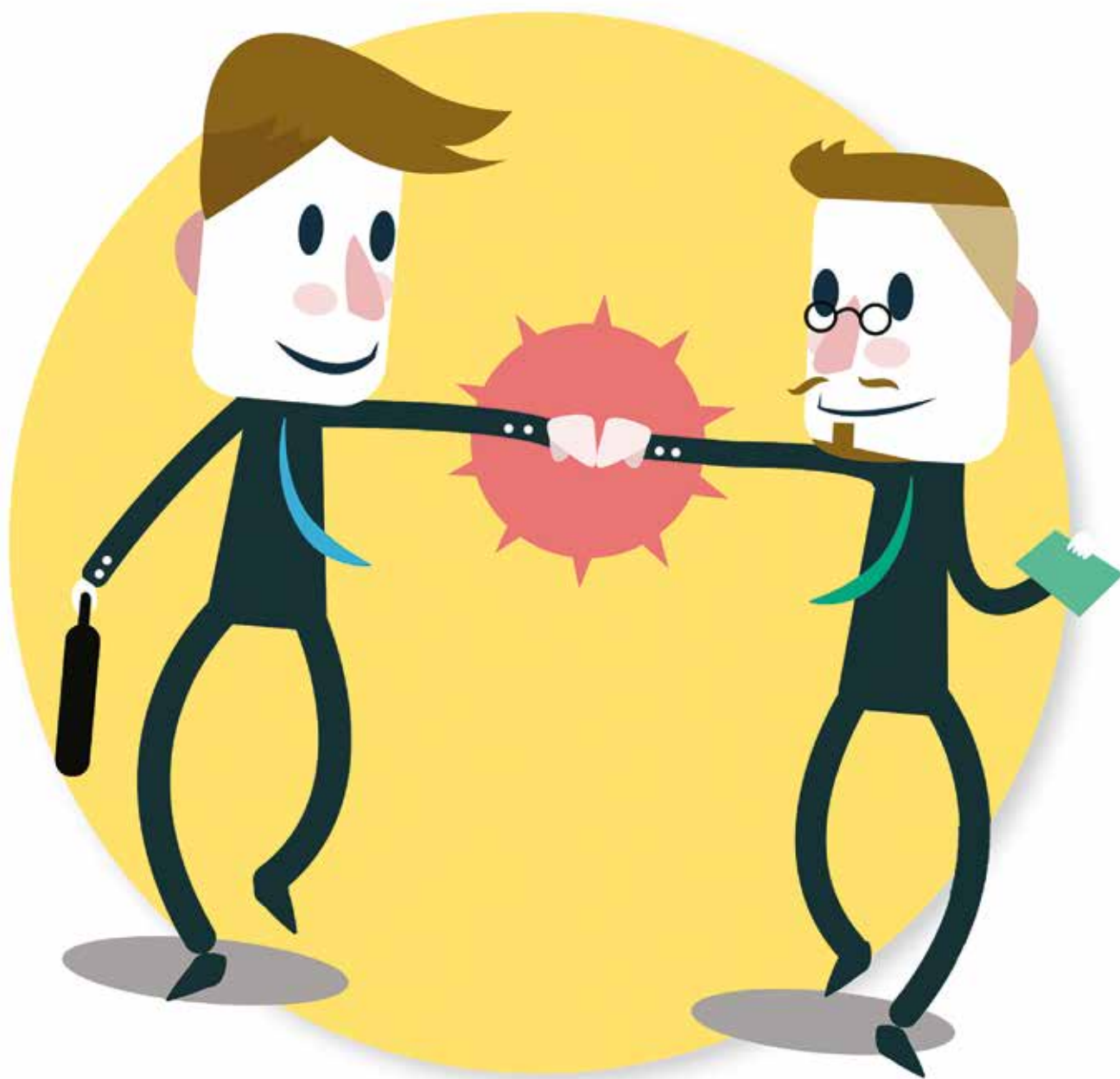


**Menarini Hellas**  
ΤΜΗΜΑ CONSUMER HEALTHCARE

Menarini Hellas A.E. Av. Δαμβέργη 7, 10445/Αθήνα Τηλ:+30 210 8316111 Fax:+30 210 8317343

# Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ

## 10 συμβουλές για την επιτυχία





Σε ένα όλο και πιο δύσκολο οικονομικό περιβάλλον, η βελτιστοποίηση των αγορών έχει γίνει ένας μοχλός απόδοσης για τα φαρμακεία. Εξ ου και η σημασία των τεχνικών διαπραγμάτευσης, από μέρους του πωλητή και του αγοραστή, με στόχο να επιτευχθούν οι καλύτερες δυνατές συνθήκες συνεργασίας.

“ Ίσως να μην είστε γεννημένος ένας καλός διαπραγματευτής, αλλά μπορείτε να γίνετε! ”

Οι διαπραγματεύσεις με τους εμπορικούς εκπροσώπους των εταιρειών είναι καθοριστικές. Από αυτές εξαρτάται το περιθώριο κέρδους σας και δεν υπάρχει χώρος για αυτοσχεδιασμό. Η διαπραγμάτευση με τον εκπρόσωπο μιας εταιρείας, μεταξύ δύο πελατών, όταν η μέρα είναι ήδη φορτωμένη, μπορεί να γίνει βιαστικά. Σκεφτείτε, όμως, ότι αυτή είναι μια βασική στιγμή που μπορεί να επηρεάσει τη ρευστότητα και το απόθεμα του φαρμακείου. Για τον λόγο αυτό, οι συναντήσεις με τους εκπροσώπους των εταιρειών πρέπει να προγραμματίζονται. Το μέγεθος του φαρμακείου και η σημαντική αγοραστική του ικανότητα είναι αποφασιστικοί παράγοντες για να κερδίσετε από τον προμηθευτή μεγαλύτερες

εκπτώσεις. Αντιμετωπίζοντας, όμως, έναν επαγγελματία πωλητή, αυτό δεν είναι πάντα αρκετό...

Η ομαδοποίηση των αγορών είναι μια καλή λύση. Ένας μικρός αριθμός φαρμακείων καθιστά δυνατή μια αποτελεσματική κοινή πολιτική προμηθειών, γιατί ένα μικρό ή μεσαίου μεγέθους φαρμακείο δεν έχει την πολυτέλεια να αγοράσει 800 τμχ αντιληκτών για να πάρει μεγάλες εκπτώσεις. Μια ομαδική διαπραγμάτευση καθιστά δυνατή τη μείωση των τιμών αγοράς αυξάνοντας τους όγκους.

Μερικοί φαρμακοποιοί είναι καλύτεροι διαπραγματευτές από άλλους. Εκείνοι που ξέρουν πώς να αγοράζουν είναι ακριβείς και ρεαλιστές. Είναι επιχειρηματίες που έχουν προετοιμάσει τις διαπραγματεύσεις τέλεια και έχουν απαιτήσεις που είναι πάντα δικαιολογημένες. Έτσι, για να φθάσουν στο ανώτερο επίπεδο της κλίμακας έκπτωσης, δεν αναφέρονται σε πωλήσεις για το προηγούμενο έτος, αλλά σε στόχους προόδου για το επόμενο. Ίσως να μην είστε γεννημένος ένας καλός διαπραγματευτής, αλλά μπορείτε να γίνετε!

Ακολουθήστε τις παρακάτω 10 συμβουλές και εξασκηθείτε.

## 1. Μην αγοράζετε με κριτήριο την έκπτωση

Για πολύ καιρό, οι φαρμακοποιοί αγόραζαν με βάση την έκπτωση. Αυτή η προσέγγιση είναι πλέον εντελώς απαρχαιωμένη.

Αγοράζοντας πρέπει να διαπραγματεύεστε την καθαρή τιμή αγοράς, ώστε να ορίσετε μια ανταγωνιστική τιμή πώλησης, διατηρώντας παράλληλα τα περιθώρια κέρδους σας. Αν, λοιπόν, θέλετε να διαπραγματευτείτε την τιμή, δώστε στον εαυτό σας έναν ανώτερο στόχο, π.χ. των 10 ευρώ/τμχ, πέρα από τον οποίο θα διακόψετε τη διαπραγμάτευση. Στη συνέχεια, ορίστε έναν φιλόδοξο στόχο, για παράδειγμα 7,80€, ο οποίος θα σας δώσει τα καλύτερα περιθώρια κέρδους για να μπορέσετε να πλησιάσετε έστω τα 8,2-8,5€. Σε περίπτωση που η διαπραγμάτευση δεν είναι προς τη σωστή κατεύθυνση, σχεδιάστε ένα σχέδιο B: μια παροχή σε δωρεάν προϊόντα ή μια εμπορική προβολή με μια promoter της εταιρείας.



## 2. Αναλύστε τις πωλήσεις σας

Η εμπορική πολιτική σύμφωνα με τον όγκο αγοράς έχει καταστεί ουσιαστική για κάθε εμπορική διαπραγμάτευση. Η συγκέντρωση των αγορών σε περιορισμένο αριθμό προϊόντων είναι το κλειδί για την επίτευξη μεγαλύτερων εκπτώσεων. Αναγκάζει τον φαρμακοποιό να επιλέξει καλύτερα τους προμηθευτές του και, ως εκ τούτου, να απαλλαχθεί από μάρκες που πωλούν ελάχιστα, επειδή πρέπει να αγοράσει μόνο ό, τι μπορεί να πουλήσει το φαρμακείο.

Ο μόνος τρόπος για να βελτιώσετε τις αγορές σας είναι να εντοπίσετε και να αναλύσετε τα προϊόντα που πωλούν περισσότερο. Επομένως, είναι απαραίτητο να προσδιοριστούν τα 100 Top προϊόντα σε πωλήσεις και να γνωρίσετε τα κέρδη που σας απέφεραν.

Μια καλή εμπορική διαπραγμάτευση βασίζεται επίσης στη γνώση της αγοράς, του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, των περιθωρίων κέρδους και της ανακύκλωσης των προϊόντων, χάρη σε μια ανάλυση από το λογισμικό σας μέχρι και τις υποκατηγορίες των προϊόντων. Αυτό θα σας επιτρέψει να έχετε μια συνολική εικόνα για να μπορέσετε να κάνετε μια πρόβλεψη των αναγκών σας σε προϊόντα κάθε εταιρείας ή για κάθε brand ή για κάθε κατηγορία, με σκοπό την αποφυγή άστοχων επιλογών και υπερβολικού στοκ στα ράφια.

Πρέπει να ξέρετε πώς να απαντήσετε σε μερικές απλές ερωτήσεις:

Πόσες οδοντόβουρτσες ή κουτιά βιταμίνης C, απ' όλες τις μάρκες, πωλήθηκαν το έτος; Ποια είναι η κυρίαρχη μάρκα; Σε ποιούς πρέπει να δοθεί προτεραιότητα;

Και θα πρέπει να κάνετε την επιλογή σας σε σχέση με εκπτώσεις, υπηρεσίες ή τα μερίδια αγοράς. Κατά συνέπεια, είναι

προτιμότερο να οργανωθεί μια σε βάθος συνάντηση με τον πωλητή κατά την πρώτη του επίσκεψη στην αρχή του έτους. Πρέπει, λοιπόν, να είστε προσεκτικός στις αγορές, συνεπώς μια ακτινογραφία των πωλήσεων είναι ο καλύτερος τρόπος για να μπορέσετε να αντιμετωπίσετε ρεαλιστικά τον πωλητή της εταιρείας. Στην ανάλυση αυτή, πρέπει να προσδιορίσετε τις δύο ή τρεις κυρίαρχες μάρκες σε κάθε κατηγορία στο φαρμακείο σας και να κάνετε τις ανάλογες αγορές σας.



## 3. Προετοιμάστε τη συνέντευξη με τον πωλητή

Για να διαπραγματευτείτε καλά, πρέπει να είστε καλά προετοιμασμένοι. Το 50% της επιτυχίας μιας διαπραγμάτευσης βρίσκεται στην προετοιμασία της συνάντησης.

Συνιστάται, επίσης, να συζητήσετε με την ομάδα σας προκειμένου να λάβετε σχόλια και συμβουλές που σχετίζονται με αυτό το ραντεβού σας με τον εμπορικό αντιπρόσωπο και τα τυχόν εμπόδια που αντιμετωπίζετε.

Αυτό το αναλυτικό έργο θα οδηγήσει στον καθορισμό των στόχων της διαπραγμάτευσης με τον πωλητή.

Δημιουργήστε ένα φύλλο προετοιμασίας διαπραγμάτευσης, στο παρακάτω μοντέλο.

“ Η συγκέντρωση των αγορών σε περιορισμένο αριθμό προϊόντων είναι το κλειδί για την επίτευξη μεγαλύτερων εκπτώσεων. ”

Ένας καλός διαπραγματευτής ξέρει πώς να αξιολογήσει την ισορροπία εξουσίας μεταξύ των δύο μερών. Πριν από κάθε διαπραγμάτευση, ρωτήστε τον εαυτό σας ποιος χρειάζεται περισσότερο τον άλλον.

Σε όλα τα προϊόντα στα οποία υπάρχει ανταγωνισμός, είναι μάλλον υπέρ του φαρμακοποιού, ενώ στα ηγετικά ή αποκλειστικά προϊόντα, οι εταιρείες έχουν το πάνω χέρι. Για να αναδειξετε τα υπέρ σας, επισημάνετε τα πλεονεκτήματά σας: την εμπειρία της ομάδας, τη ροή των πελατών, το μέγεθος των πωλήσεων, την εγγύτητα ιατρικών κ.λπ. Επίσης, πριν από τη συνάντηση με τον αντιπρόσωπο πωλήσεων, εξετάστε όλα τα πιθανά σενάρια.

<b>Εταιρεία:</b>		<b>Ημερομηνία Συνάντησης:</b>	
<b>Όνομα Πωλητή:</b>			
Στόχοι συνάντησης:	Επιχειρήματα:	Οικονομικοί Στόχοι:	Αποτελέσματα:
<b>Προετοιμασία:</b>			
<b>ιστορικό παραγγελιών, το σχέδιο νέας παραγγελίας, επιστροφές προϊόντων</b>			
<b>Κυριότερα Σημεία Διαπραγμάτευσης:</b>			

#### 4. Επιλέξτε με σωστά κριτήρια

Για να επωφεληθείτε από ελκυστικές άμεσες εμπορικές συναλλαγές, θα πρέπει να κάνετε επιλογές μαρκών και προϊόντων που θέλετε να προωθήσετε και να συγκεντρώσετε τις αγορές σας σε περιορισμένο αριθμό μαρκών, με στόχο να αγοράσετε με μεγαλύτερες κλίμακες εκπτώσεων και καλύτερα περιθώρια κέρδους.

Η παρορμητική αγορά, γιατί σας προσέφεραν μια δελεαστική έκπτωση ή γιατί συμπαθείτε τον πωλητή, δεν έχει θέση σε μια επιχείρηση, ειδικά όταν οι οικονομικές συνθήκες είναι κακές και η ρευστότητα υποβαθμίζεται. Πρέπει να μάθουμε να κάνουμε ένα ξεσκεπασμένο από εταιρείες που μας τρώνε χρόνο και χρήμα με προϊόντα που δεν κινούνται.

Κερδοφόρα διαπραγμάτευση σημαίνει, επίσης, αγορές σε διακεκριμένα προϊόντα, λαμβανομένου υπόψη του νόμου του Pareto. Ο νόμος αυτός βασίζεται στην αρχή ότι το 20% των κωδικών παράγει το 80% του κύκλου εργασιών. Ο στόχος του αγοραστή είναι επομένως, να συγκεντρώσει τις παραγγελίες του, έτσι ώστε το 90% του ποσού των αγορών του να αποτελείται από τους κωδικούς που έχουν τις μεγαλύτερες πωλήσεις.

#### 5. Φροντίστε την ισορροπία των αγορών

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος πωλήσεων έρχεται με ένα στόχο παραγγελίας που περιλαμβάνει προσφορές, αλλά και τοποθετήσεις σε νέα προϊόντα και ανανεώσεις σε παλιούς κωδικούς, ο οποίος όμως δεν αντιστοιχεί απαραίτητα στις ανάγκες του φαρμακείου. Αναμφισβήτητο η δυναμική μιας σειράς σημαίνει ότι πρέπει να γίνονται λανσαρίσματα σε νέα προϊόντα, αλλά σκεφτείτε ότι όταν αγοράζετε ένα νέο προϊόν, μια καινοτομία σε



μια κατηγορία συνεπάγεται, σε αντάλλαγμα, ότι πρέπει να μειώσετε το απόθεμα ενός ομοειδούς παλιού προϊόντος.

#### 6. Σκεφτείτε μια συμφωνία «win-win»

Αν έχετε ακολουθήσει όλα τα βήματα προετοιμασίας, είστε έτοιμοι για τη συνάντηση πρόσωπο με πρόσωπο με τον πωλητή. Την ημέρα του ραντεβού, αποφύγετε να κάνετε τον πωλητή να περιμένει, δεν είναι καλό πριν από μια διαπραγμάτευση. Οδηγήστε τον με ευγένεια, σε ένα απομονωμένο γραφείο, όπου δεν θα σας ενοχλήσει κανείς, καθορίζοντάς του εξ αρχής ότι η φάση διαπραγμάτευσης θα διαρκέσει το πολύ μισή ώρα και ότι στη συνέχεια, θα έχει και τον χρόνο να μιλήσει με τους συνεργάτες σας. Μετά από αυτή την εισαγωγή, εναπόκειται σε εσάς να καθορίσετε τη διαδικασία της συναλλαγής.

Αναφέρετε στο συνομιλητή σας το στόχο της συνάντησης. Για παράδειγμα, μπορείτε να πείτε «Σύμφωνα με το φετινό στρατηγικό προωθητικό μου πλάνο, θα οργανώσουμε τέσσερις προβολές για κατηγορίες που αφορούν τα προϊόντα σας».

#### ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΒΙΤΑΜΙΝΟΥΧΕΣ ΜΠΑΡΕΣ

Επίσης, μπορείτε να του αναφέρετε ότι στο στρατηγικό σας πλάνο είναι να βάλετε 1-2 νέες μάρκες στην κατηγορία X για να ανανεώσετε την προσφορά σας. Με τον τρόπο αυτό, είναι σαν να του λέτε: «Κοίταξε τι θα κάνεις εσύ, αν θέλεις να είσαι μέσα στις επιλογές μου». Θα καταλάβει έτσι ότι η συναλλαγή θα πραγματοποιηθεί σε ισότιμη βάση.

Υπάρχουν δύο τύποι διαπραγματεύσεων: η σχέση κερδίζω/χάνεις και η σχέση κερδίζω/ κερδίζεις. Στον πρώτο τύπο, ο στόχος του αγοραστή είναι να αποκτήσει μια υψηλή άμεση έκπτωση, αλλά τα μέσα του θα εξαντληθούν γρήγορα και η σχέση του με τον αντιπρόσωπο πωλήσεων θα επηρεαστεί.

«Δούνε, λαβείν». Αυτή είναι, λοιπόν, η διαπραγμάτευση: «Είμαι έτοιμος να αγοράσω από εσάς, εάν μου δώσετε ένα καλό περιθώριο κέρδους». Ή: «θα βάλω μια παραγγελία από τη νέα σας μάρκα, αλλά τι θα μου δώσετε σε αντάλλαγμα για να αναπτύξω τις πωλήσεις μου;» Πρέπει να

υπάρχει λοιπόν αμοιβαίο κέρδος, αλλά και αμοιβαίες υποχωρήσεις.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο όγκος που θα διαπραγματευτείτε, τόσο πιο απαιτητικός θα πρέπει να είστε με τους εμπορικούς όρους.

Η διαπραγμάτευση αρχίζει πάντα όταν ο άλλος απαντά με άρνηση που μπορεί, όμως, να μην είναι τελική. Προκειμένου να μην σταματήσει η συναλλαγή, πρέπει να προσδιορίσετε 4 ή 5 άλλους στόχους για διαπραγμάτευση.

Για παράδειγμα, ένα επίπεδο εκπτώσεων και παροχών για:

- ✓ χαμηλότερες παραγγελίες σε όγκο,
- ✓ για να πετύχετε μια δελεαστική τιμή ώστε να κάνετε μια ειδική προσφορά εκτός των περιόδων προώθησης της εταιρείας,
- ✓ ειδικές συνθήκες ανανέωσης του αποθέματος,
- ✓ προμήθεια δόσεων δοκιμής,
- ✓ οργάνωση προβολών και merchandizing

Η αρχή είναι να δώσετε στον πωλητή τη δυνατότητα να μην ικανοποιήσει ορισμένα αιτήματα σας και να κερδίσετε την αποδοχή του σε άλλα σημεία. Πράγματι, ο πωλητής, που επιθυμεί να διατηρήσει μια καλή σχέση με τον πελάτη του, δεν μπορεί να αναλάβει τον κίνδυνο να αρνηθεί τα πάντα. Κάτι πρέπει να σας δώσει από αυτά που ζητάτε!

Ένας καλός διαπραγματευτής πρέπει να προκαλέσει τον άλλον: «Τι θέλετε;», «Μια καλύτερη θέση στις ζεστές ζώνες του φαρμακείου μου;», «Πέντε ράφια αντί για τρία;», «Τι θα μου προσφέρετε σε αντάλλαγμα;»

Η διαπραγμάτευση έχει τους βασικούς κανόνες της. Ο αγοραστής πρέπει να λειτουργεί σε τέσσερα στάδια: Υψηλή αρχική απαίτηση. Παραχώρηση για απτή αντιπαροχή. Μετωπική υποχώρηση με

Σας κατανοώ...  
Αλλά θα μπορούσα  
να έχω κατιτίς  
παραπάνω;



μικρά βήματα. Ενεργοποίηση για την παραγγελία.

Για να ξεκινήσετε λοιπόν τη διαπραγμάτευση, ξεκινήστε πάντα με τα ανώτατα όρια στόχων σας. Κατά τη διάρκεια της ανταλλαγής, μη φοβάστε να διεκδικήσετε τις θέσεις σας. Οι εκφράσεις όπως "θα ήθελα αυτό" θα πρέπει να λείπουν. Χρησιμοποιήστε το παρόν ή το μέλλον. Μπορείτε επίσης να διαπραγματευτείτε την προώθηση ενός νέου προϊόντος, με την προϋπόθεση των επιστροφών προϊόντων που έχουν λήξει. Η τοποθέτηση μιας μάρκας στην κορυφή μιας γόνδολας προβολής μπορεί να δικαιολογήσει την αύξηση της έκπτωσης και την αύξηση του περιθωρίου κέρδους, επειδή αυτή η συμφωνία θα επιτρέψει στη μάρκα του πωλητή να αποκτήσει μεγαλύτερη οπτική επικοινωνία και φυσικά μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων και αγορών. Κάθε στοιχείο της διαπραγμάτευσης πρέπει να γράφεται σε ένα σημειωματάριο μέχρι την τελική συμφωνία.

## 7. Αποκλείστε τα προϊόντα με χαμηλές πωλήσεις

Δεν πρέπει να παρασυρθείτε από μεγάλες εκπτώσεις για προϊόντα που δεν πουλάνε.

## 8. Διαπραγματευτείτε πέρα από την τιμή

Το περιθώριο κέρδους πραγματοποιείται με την πώληση. Η καθαρή τιμή αγοράς δεν είναι το μοναδικό σημείο συζήτησης με τον προμηθευτή σας. Είναι, επίσης, απαραίτητο να διαπραγματευτείτε τα εργαλεία "πώλησης" που θα συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεων. Η δουλειά του εμπορικού αντιπροσώπου πρέπει να εξελιχθεί σε ένα ρόλο συμβούλου ανάπτυξης της μάρκας του στο σημείο πώλησης. Εάν ένα προϊόν δεν πουλάει, η ευθύνη για την αποτυχία αυτή θα μοιραστεί μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή.

## 9. Μην υποκύψετε στο συναίσθημα

Κατά τη διαπραγμάτευση, δείξτε σταθερότητα και ρεαλισμό. Ο χρόνος της διαπραγμάτευσης είναι χωρίς συναίσθημα. Ο στόχος μιας διαπραγμάτευσης είναι και τα δύο μέρη να θεωρούν ότι έχουν κερδίσει. Συνεπώς, διαπραγματευτείτε πάντοτε με την επιθυμία να μη σπάσετε το νήμα και να έχετε κατά νου ότι μια παραχώρηση από μέρος σας πρέπει πάντα να ακολουθείται από μια παραχώρηση από την πλευρά του συνομιλητή σας.

Προσοχή, με την πρώτη προσφορά του πωλητή δεν πρέπει να αναστατωθείτε ή να μιλήσετε άσχημα. Λίγο χιούμορ, μια απλή γκριμάτσα ή η μετακίνηση σας στην καρέκλα σας, θα δείξει ότι η πρότασή του απέχει πολύ από τις προσδοκίες σας. Για να μάθετε αν υπάρχουν σημεία για να κερδίσετε, παρατηρήστε επίσης τις αντιδράσεις του συνομιλητή σας. Αν τον βλέπετε ενοχλημένο, εξηγώντας σας ότι δεν μπορεί να σας δώσει την τιμή που του ζητάτε, σημαίνει ότι το νήμα είναι έτοιμο να σπάσει.

3 είναι οι φορές που αν ένας πωλητής αρνηθεί να κάνει κάτι γιατί πράγματι δεν μπορεί, τότε εσείς πρέπει να σταματήσετε να επιμένετε και να προσπαθήσετε να πάρετε κάποιο άλλο όφελος.

Και όταν η διαπραγμάτευση φαίνεται να οδηγείται σε αδιέξοδο, μη διστάσετε να ζητήσετε χρόνο να το σκεφτείτε ή να αναφέρετε στον συνομιλητή σας ότι θα απευθυνθείτε τελικά σε μια άλλη ανταγωνιστική μάρκα. Τέλος, μόλις λήξει η διαπραγμάτευση, θα πρέπει να συνοψίσετε όλα όσα έχουν καταγραφεί, ζητώντας από τον πωλητή να επικυρώσει όλα αυτά τα σημεία για τελευταία φορά.

## 10. Απαιτήστε γραπτές συμφωνίες

Τα πάντα πρέπει να γραφτούν στη φόρμα παραγγελίας, μόλις ολοκληρωθεί η διαπραγμάτευση: αριθμός αγορασθέντων προϊόντων, εκπώσεις και καθαρή τιμή αγοράς, χορηγούμενες παροχές, προϋποθέσεις ανεφοδιασμού, όροι πληρωμής, πλάνο εκπαίδευσης της ομάδας, παραλαβή ληγμένων, δόσεις δοκιμής και άλλα προωθητικά εργαλεία... Ο πωλητής πριν φύγει, πρέπει να δώσει στον

φαρμακοποιό αντίγραφο του εντύπου παραγγελίας υπογεγραμμένο και από τα δυο μέρη.

### Αναζητήστε ένα κοινό έδαφος

Ο πωλητής και ο αγοραστής έχουν συγκλίνοντες αλλά και διαφορετικούς στόχους και ενδιαφέροντα. Ο μεν πωλητής επιδιώκει να τοποθετήσει τις μεγαλύτερες ποσότητες και να περιορίσει τους εμπορικούς και οικονομικούς όρους. Ο δε φαρμακοποιός πρέπει να λάβει τις αναγκαίες και επαρκείς ποσότητες και να αποκτήσει τις σωστές τιμές αγοράς για να πουλήσει στη σωστή τιμή. Η συμφωνία θα γίνει όταν αυτοί οι δυο στόχοι συγκλίνουν και από τις δυο μεριές.



## Το ραντεβού σας με τον πωλητή

### 1. Πριν από το ραντεβού

**Προετοιμασία.** Για να είστε σε θέση να διαπραγματευτείτε, πρέπει:

- Να γνωρίζετε την εταιρεία, τα προϊόντα της, τη θέση της στην εθνική αγορά και στο φαρμακείο σας.
- Να έχετε ακριβή εικόνα της κατάστασης του αποθέματος και του αριθμού των προϊόντων που πωλούνται από αυτή τη μάρκα από τη μηχανοργάνωσή σας. Συνεπώς, τυπώστε μια λίστα όπου τα αποτελέσματα εμφανίζονται κατά φθίνουσα σειρά.
- Να γνωρίζετε την τιμή πώλησης των προϊόντων στην αγορά: χρησιμοποιήστε το βαρόμετρο τιμών που παρέχει το internet για να εντοπίσετε πάνω κάτω τις τιμές της αγοράς, ώστε να μπορέσετε να διαπραγματευτείτε μια τιμή που θα είναι ανταγωνιστική και θα αποφέρει καλή κερδοφορία.
- Αναλύστε την απόδοση της μάρκας του εμπορικού αντιπροσώπου (πωλήσεις σε όγκο, αξία και περιθώριο).

### Αξιολογήστε τις ανάγκες σας

Δύο κανόνες που πρέπει να σεβαστείτε:

1. Ιδανικά, θα πρέπει να είστε σε θέση να πουλήσετε το απόθεμά σας πριν από την προθεσμία πληρωμής.
2. Αγοράστε όγκο προσαρμοσμένο στον όγκο των πωλήσεών σας, ακόμη και αν σημαίνει αποδοχή λιγότερο ελκυστικών συνθηκών έκπτωσης.

### Δημιουργήστε ένα σχέδιο για τη συνέντευξη

- ✓ Αποφασίστε για το περιεχόμενο της συναλλαγής, μην αφήνετε στον εκπρόσωπο κανένα περιθώριο να κατευθύνει τη συνάντηση.
- ✓ Προγραμματίστε χρόνο για τα πάντα: ανάλυση του ιστορικού πωλήσεων, παρουσίαση νέων εμπορικών συνθηκών και νέων προϊόντων, πλάνο διαφήμισης, παραγγελία, επιστροφή των προϊόντων που έχουν λήξει ή και απούλητα, παροχή από την εταιρεία προωθητικών ενεργειών, δείγματα, προωθητικά υλικά, εκπαίδευση...

### 2. Κατά τη διάρκεια της συνάντησης

- ✓ Οδηγείστε τον πωλητή σε ένα μέρος ήσυχο, με έναν υπολογιστή για πρόσβαση στα δεδομένα πωλήσεων (στο γραφείο σας).

- ✓ Πάρτε όλα τα έγγραφά σας και φροντίστε να σημειώνετε.
- ✓ Αφήστε τον πωλητή να παρουσιάσει τα δεδομένα του, χωρίς να τον διακόψετε, στη συνέχεια ελέγξτε τις πληροφορίες και τα δικά σας δεδομένα και διαπραγματευτείτε, χωρίς να εστιάσετε στην έκπτωση, εστιάζοντας περισσότερο στις καθαρές τιμές και το περιθώριο. Θυμηθείτε επίσης να διαπραγματευτείτε τους όρους πληρωμής και να ρωτήσετε πότε θα παραδοθεί η παραγγελία.
- ✓ Δώστε την παραγγελία και συνοψίστε τα σημεία συμφωνίας.
- ✓ Σημειώστε μαζί την ημερομηνία της επόμενης συνάντησης.

### Ελέγξτε τη φόρμα παραγγελίας

Πριν από την υπογραφή, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη σύνταξη του εντύπου παραγγελίας, το οποίο είναι αυθεντικό ελλείψει σύμβασης. Πρέπει να περιλαμβάνει:

- Γενικές πληροφορίες: αριθμό παραγγελίας και ημερομηνία έκδοσης της παραγγελίας, όνομα και διεύθυνση του προμηθευτή, κωδικό προμηθευτή, όνομα και αριθμό τηλεφώνου του πωλητή, όνομα και διεύθυνση εταιρείας.
- Πληροφορίες σχετικά με το παραγγελθέν είδος: κωδικό είδους, περιγραφή, παραγγελθείσα ποσότητα, τιμή μονάδας χωρίς φόρο, συνολικό ποσό της παραγγελίας.
- Πληροφορίες σχετικά με την παράδοση: τόπος και διεύθυνση παράδοσης, ημερομηνία παράδοσης.
- Πληροφορίες σχετικά με την πληρωμή: όνομα και διεύθυνση τιμολόγησης, τρόπος πληρωμής και προϋποθέσεις, τραπεζικός λογαριασμός.

### 3. Μετά το ραντεβού

**Συγκεντρώστε όλες τις πληροφορίες** που καταγράφηκαν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης.

**Ενημερώστε την ομάδα** σχετικά με τις παραγγελθείσες ποσότητες, τα νέα προϊόντα που αναφέρθηκαν, τις δράσεις που πρέπει να εφαρμοστούν στο φαρμακείο. Δικαιολογήστε τις επιλογές σας, ώστε να μπορείτε να μεταφράσετε καλύτερα τη λογική των αγορών σας στο επίπεδο της πώλησης (ράφια, σχετικές συμβουλές, προωθήσεις, τιμές...). ■

Πόπη Χαραμή

# Perfectil®

SKIN, HAIR, NAILS

“Πρώτη φορά  
νιώθω τόσο **όμορφα**  
τα **μαλλιά** μου,  
το **δέρμα** μου  
και τα **νύχια** μου!”

*Heidi Klum*  
Heidi Klum



**Καλλυντική διατροφική ενίσχυση εκ των έσω για νεανικό δέρμα, πλούσια μαλλιά και γερά νύχια.**  
Με βιτίνη, σελήνιο και ψευδάργυρο που συμβάλλουν στη διατήρηση της καλής κατάστασης του δέρματος, των μαλλιών και των νυχιών.



ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΣ • T 210 9941451 • E info@douni.gr • www.douni.gr

facebook.com/VitabioticsGreece instagram.com/vitabiotics\_greece

\*UK's No1 beauty supplement brand for skin, hair and nails. Nielsen GB ScanTrack Total Coverage Unit Sales 52 w/e 18/5/2019. To verify please contact no1support@vitabiotics.com

# MetroPharmacy, ένα φαρμακείο με προοπτική και καινοτόμες ιδέες





Το MetroPharmacy ξεκίνησε τη λειτουργία του τον Οκτώβριο του 2017 στην Αγία Παρασκευή Αττικής και είναι γέννημα δύο νέων φαρμακοποιών, παιδικών φίλων, του κ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΑΛΛΕΡΓΗ και της κας. ΣΤΕΦΑΝΙΑΣ ΣΚΟΥΡΣΗ - ΣΙΓΑΝΟΥ, οι οποίοι, μετά την αποφοίτησή τους από τη Φαρμακευτική Σχολή, αποφάσισαν να δημιουργήσουν το φαρμακείο των ονείρων τους, με προοπτική και καινοτόμες ιδέες που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της σύγχρονης εποχής.

### Η χωροταξία του φαρμακείου

Όπως μας διηγείται ο κύριος Καλλέργης, «Το φαρμακείο μας είναι έξω ακριβώς από στάση μετρό, επομένως η πρόσβαση στον χώρο μας είναι πολύ εύκολη. Δυστυχώς δεν υπάρχει κάποια άλλη υπηρεσία υγείας κοντά μας και αυτό μας αποδίδει και ένα μεγαλύτερο μέρος ευθύνης όσον αφορά στον ρόλο μας. Ακριβώς δίπλα μας στεγάζεται ένα μεγάλο *super market* γνωστής αλυσίδας, δύο καφετέριες και μία ιδιωτική σχολή δημοσιογραφίας.»

Ο χώρος του φαρμακείου είναι αρκετά μεγάλος και αφιερώνει το μεγαλύτερο τμήμα του στο παραφάρμακο. Εκτείνεται σε 1 επίπεδο, όπου σε διακριτούς χώρους και με ευκρινή σήμανση βρίσκονται κατηγοριοποιημένα τα προϊόντα. Η κατηγοριοποιημένη διάταξη των προϊόντων ανάλογα με τις ανάγκες και η εναλλακτική διακόσμηση, συμπληρώνεται από θεματικούς πίνακες ζωγραφικής. Υπάρχει ένας μικρός χώρος για τις διάφορες μετρήσεις και για προσωπικές και εξατομικευμένες παρακολουθήσεις. Στο υπόγειο βρίσκεται η αποθήκη η οποία είναι πλήρως οργανωμένη.



### Οργάνωση εργασίας της ομάδας

Ο κ. Καλλέργης με τη συνεργάτιδά του, κα. Στεφανία Σκούρση-Σιγανού, έχουν δημιουργήσει μια ομόρρυθμη εταιρία. Έτσι, το δυναμικό του φαρμακείου απο-



τελείται από δύο φαρμακοποιούς (ιδιοκτήτες) και τους πολύτιμους συνεργάτες τους, την κα. Αγγελική Παπαχριστοπούλου, βοηθό φαρμακείου, την κα. Νικολίνα Ρεγγινιώτη, αισθητικό, και την κα. Σταυρούλα Ψωμά, manager φαρμα-



κείου. Παράλληλα είναι ενταγμένος στο ενεργό προσωπικό και ένας λογιστής ο οποίος έχει την ευθύνη, σε συνεργασία με τους ιδιοκτήτες, της οικονομικής ανάλυσης και των παραγγελιών. Αν και μικρή ομάδα, έχουν δώσει μεγάλη έμφαση στο εσωτερικό μάρκετινγκ και στους στόχους του καθενός, έτσι ώστε να υπάρχει ακόμα μεγαλύτερο κίνητρο για καλύτερη απόδοση. Γίνονται meeting εργασίας εκτός ωραρίου μία φορά τον μήνα συλλογικά, αλλά και ατομικά για αναπροσαρμογή του ρόλου και συζήτηση απόδοσης. Και ο κ. Καλλέργης μας συμπληρώνει

«Οργανώνουμε event αναψυχής για επιβράβευση ατομικής ή συλλογικής απόδοσης, είτε για περαιτέρω δέσιμο της ομάδας όπως μονοήμερες εκδρομές ή δείπνα. Τέλος στις αρμοδιότητες όλου του προσωπικού μας συμπεριλαμβάνεται η συνεχής εκπαίδευση μέσω γραπτού υλικού και σεμιναρίων εντός και εκτός ωραρίου. Μέσω του marketing, άλλα και της ανθρωποκεντρικής συμπεριφοράς που έχουμε, όχι μόνο ως φαρμακοποιοί αλλά και ως εργοδότες, έχουμε δημιουργήσει ένα ζεστό κλίμα ανάμεσά μας το οποίο έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση των στόχων μας.»

## Οι υπηρεσίες προς τον πελάτη

Και συνεχίζει «Πιστεύουμε ότι αυτό που μπορεί να κάνει τα φαρμακεία να ξεχωρίσουν είναι η θέληση για την εξυπηρέτηση του πελάτη και οι ενέργειες για να ικανοποιήσουμε πλήρως τις ανάγκες του. Γιατί είναι αυτό που μας δίνει αξία και σεβασμό εκ μέρους των. Έτσι, έχουμε δημιουργήσει επιπλέον υπηρεσίες που αναλύω παρακάτω, οι οποίες έχουν ως επίκεντρο τον πελάτη και το πώς θα κάνουν τη δική του ζωή καλύτερη και ευκολότερη.»

### 1. Προαγωγή της υγείας

«Σκοπός και όραμά μας, ως δύο νέοι φαρμακοποιοί, είναι να δημιουργήσουμε υπηρεσίες που θα βελτιώσουν τη διαχείριση της υγείας αλλά και την ποιότητα ζωής των ανθρώπων. Ποτέ δεν αρκεστήκαμε στην απλή διανομή φαρμάκων. Η φαρμακευτική κατάχρηση είναι σύνηθες φαινόμενο στην Ελλάδα και η έλλειψη επικοινωνίας γιατρών με φαρμακοποιούς επιδεινώνει την κατάσταση. Εμείς, γι' αυτόν τον λόγο, προσπαθούμε όπως και όποτε μπορούμε, να συμβάλλουμε στο κλείσιμο ραντεβού μέσω συνεργασίας με γιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων. Το κλείσιμο ενός ραντεβού, είναι πολλές φορές καθοριστικό και αναγκαίο για μερικούς ασθενείς, ιδίως για άτομα μεγάλης ηλικίας.

Μεγάλη έμφαση έχουμε δώσει στη διακοπή του καπνίσματος. Εάν το επιθυμούν, τους προτείνουμε ραντεβού μαζί μας, διάρκειας 15-30 λεπτών περίπου, για παρότρυνση διακοπής και ψυχολογική υποστήριξη, καθώς διοργανώνουμε 2-3 διαδραστικές ημερίδες τον χρόνο, με γραπτό υλικό και προγράμματα υποστήριξης.»

### 2. Ο ρόλος μας στο σύστημα υγείας

«Αυτό που ακούμε όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια είναι ο πρωταγωνιστικός ρόλος των ελληνικών φαρμακείων του μέλλοντος στην πρωτοβάθμια περίθαλψη. Μία ανάγκη που θα μπορούσε να συμβάλει καθοριστικά στην αποσυμφόρηση των νοσοκομείων. Εμείς, με δική μας πρωτοβουλία έχουμε προσπαθήσει να συμβάλουμε στη διαχείριση δύο χρόνιων παθήσεων, στη χρόνια αποφρακτική πνευμονοπάθεια και στον διαβήτη, για τις

οποίες έχουμε λάβει ειδική εκπαίδευση και εξειδίκευση.»

#### Διαχείριση της ΧΑΠ

«Σε συνεργασία με πνευμονολόγους, ο φαρμακοποιός μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο στον έλεγχο της ΧΑΠ. Χρησιμοποιώντας τα ερωτηματολόγια της ERS (CAT) και τις τιμές από ένα φορητό σπιρόμετρο, μπορούμε να παραπέμψουμε π.χ. έναν καπνιστή ή ένα μη ελεγχόμενο άσθμα στον πνευμονολόγο του για περαιτέρω έλεγχο.»

#### Διαχείριση και προληπτικός έλεγχος διαβήτη

«Προσφέρουμε εξατομικευμένο διατροφολόγιο σε ασθενείς με μεταβολικό σύνδρομο, καθώς και ειδικά προγράμματα γυμναστικής σε συνεργασία με εξειδικευμένα γυμναστήρια. Επίσης, γίνεται στον χώρο μας προληπτικός έλεγχος διαβητικού ποδιού με χρήση ειδικών μικρό-ινιδίων, για να μπορούμε να παραπέμψουμε στην κατάλληλη ειδικότητα και να προλάβουμε το έλκος.»

#### Πιστοποίηση για πρώτες βοήθειες

«Στο μετρό και ιδιαίτερα στις κυλιόμενες σκάλες συμβαίνουν πολύ συχνά ατυχήματα και μας έχει ζητηθεί πολλές φορές η παρέμβασή μας. Επομένως, θεωρήσαμε σημαντικό να λάβουμε πιστοποίηση στις πρώτες βοήθειες και τη χρήση απινιδωτή. Η εξειδίκευση αυτή είναι αναγκαίο όπλο για όλους τους παρόχους υγείας και δίνει μια αίσθηση ασφάλειας στον κόσμο.»

### 3. Τηλεφαρμακείο

«Το τηλεφαρμακείο είναι ένα low-tech project που ξεκίνησε δειλά δειλά από την αρχή της λειτουργίας του φαρμακείου μας και έχει γίνει ένα από τα δυνατά μας σημεία, αν και είναι αρκετά χρονοβόρο. Βοηθάμε τους ασθενείς να διαχειριστούν σωστά την αγωγή τους με ιδιαίτερη έμφαση σε καινούριες φαρμακευτικές αγωγές και αγωγές δύσκολης συμμόρφωσης. Αυτό που κάνουμε είναι ένα τηλεφώνημα, μία φορά την εβδομάδα για ένα μήνα περίπου, καθώς και προγραμματισμένα sms μέσω του μηχανογραφικού μας προγράμματος σε όσους θέλουν και εφόσον έχουν προμηθευτεί τη loyalty card μας την ώρα που πρέπει να πάρουν το φάρμακό τους.»



### 4. Υπηρεσίες 360°!

«Υγεία δεν είναι μόνο η φαρμακευτική περίθαλψη. Υγεία είναι η καλή σχέση φαρμακοποιού με πελάτη. Υγεία είναι το γέλιο, είναι η άσκηση και η ευεξία. Υπηρεσίες 360° σημαίνει ότι το φαρμακείο του αύριο που θέλουμε εμείς, είναι ένα φαρμακείο που κοιτάζει την υγεία του κάθε πελάτη, όχι μόνο από τη φαρμακευτική σκοπιά, αλλά να τον καλύπτει όσο πιο σφαιρικά γίνεται. Αυτά τα δύο χρόνια έχουν τρέξει αρκετά events. Άλλα έχουν εκπαιδευτικό χαρακτήρα (Beauty schools και event σωματικής άσκησης και διατροφής), άλλα αφορούν καλλωπισμό και περιποίηση και άλλα έχουν χαρακτήρα αναψυχής. Η καλή ψυχολογία του ασθενούς παίζει μεγάλη σημασία. Μελέτες δείχνουν ότι η καλή διάθεση αποτελεί βασικό συστατικό για τη γενική ευεξία και την ταχύτερη ανάκαμψη μετά από ασθένεια ή τραυματισμό.»

### Φιλοδοξίες και πλάνα για το μέλλον

Και ο κ. Καλλέργης κλείνει την παρουσίασή του επισημαίνοντας «Οι κοινωνικές και οι εμπορικές ανάγκες έχουν μεταλλαχτεί και έχουν προσαρμοστεί στην εποχή μας. Η συνθήκες διαχείρισης του φαρμακείου είναι τελείως διαφορετικές από εκείνες που βίωσε ο κλάδος μας 20 χρόνια πριν. Μείωση κέρδους, ελλείψεις φαρμάκων, αύξηση ανταγωνισμού. Συνεπώς προσαρμοζόμενοι στην ψηφιακή εποχή δραστηριοποιούμαστε στα social media, τα οποία είναι πλέον από τα σημαντικότερα μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης. Δεν έχουμε όμως μπει στη διαδικασία να δημιουργήσουμε e-shop, καθώς πιστεύουμε ότι τα e-shop έχουν ακολουθήσει ένα μονοπάτι αποστασιοποιημένο από τον επιστημονικό μας ρόλο με κύριο σκοπό μόνο το κέρδος. Το MetroPharmacy έχει σχέδια επένδυσης

και ανάπτυξης στο ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά με κάτι αρκετά διαφορετικό, για το οποίο ίσως να αναφερθούμε σε επόμενη δημοσίευση...

Τέλος, ένας τρόπος δράσης στις δύσκολες σημερινές συνθήκες των φαρμακείων είναι η επιστροφή στις ρίζες μας και η ανάπτυξη του εργαστηρίου. Με σωστή εκπαίδευση αλλά και εξοπλισμό, τα φαρμακεία μπορούν να αναδείξουν ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά τους, τον επιστημονικό τους ρόλο στην Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας και αυτό είναι στις προτεραιότητές μας.

Στόχος μας, είναι το φαρμακείο να γίνει το σπίτι της υγείας και γύρω από αυτή ο πελάτης να δέχεται προσοχή 360°. Η διανομή του φαρμάκου δεν αρκεί και είναι στο χέρι μας να εκπαιδευόμαστε και να εξελισσόμαστε συνεχώς για να δώσουμε στο Φαρμακείο και στον Φαρμακοποιό αυτό που πραγματικά του αξίζει.» ■

# **PiktoCare: Ενισχύοντας τον φαρμακοποιό στην παροχή οδηγιών ορθής χρήσης των φαρμάκων!**



Με επίκεντρο την ανθρωποκεντρική ανάπτυξη και την αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών αιχμής στον χώρο της υγείας, ο κύριος **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΒΑΡΣΑΜΟΣ**, Managing Partner της GET2WORK μας μιλάει για την πορεία της εταιρίας και για την καινοτόμο υπηρεσία Piktocare. Μια πρωτοπόρο υπηρεσία που οφείλει να υιοθετήσει ο κάθε σύγχρονος φαρμακοποιός που ενδιαφέρεται να παρέχει φροντίδα αιχμής στους πελάτες του.

**PHARMACY Management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: Ποια είναι η GET2WORK και ποια η πορεία της μέχρι σήμερα στην Ελληνική αγορά της υγείας;**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΒΑΡΣΑΜΟΣ:** Η εταιρία μας ιδρύθηκε το 2013 έχοντας ως επίκεντρο την ανθρωποκεντρική ανάπτυξη και την αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών αιχμής στον χώρο της υγείας. Στην πορεία της, εντάχθηκαν στελέχη με συσσωρευμένη πολυετή εμπειρία, συνάφθηκαν αποκλειστικές εμπορικές συνεργασίες και διευρύνθηκε σημαντικά το πελατολόγιο, μέσω συνεργασιών με πάνω από 50 εταιρίες στον χώρο του φαρμάκου και του ευρύτερου χώρου της υγείας. Σήμερα, κατέχει πρωτοποριακό και αναγνωρισμένο ρόλο στην καθοδήγηση και ανάπτυξη εταιριών και επαγγελματιών υγείας προς την καινοτομία.

**P.M & E: Ποιος είναι ο ρόλος του φαρμακοποιού στην προσήλωση του ασθενούς στις ιατρικές συστάσεις σχετικά με την ορθή λήψη του φαρμάκου και την αποτελεσματικότητα της φαρμακοθεραπείας του;**

**K.B.:** Το μεγαλύτερο εμπόδιο που περιορίζει τη σωστή χρήση των φαρμάκων φαίνεται πως είναι η έλλειψη σημαντικών πληροφοριών και αποτελεσματικών συμβουλών για τη θεραπεία. Έχει παρατηρηθεί διεθνώς, ότι λιγότεροι από τους μισούς επαγγελματίες του ιατρικού κλάδου παρέχουν στους ασθενείς ολοκληρωμένες οδηγίες σχετικά με τη χρήση

των φαρμάκων. Επιπλέον, το 70% των προφορικών οδηγιών που δίνονται κατά την επίσκεψη στον γιατρό δεν απομνημονεύονται τελικώς από τον ασθενή.

Στα πλαίσια, λοιπόν, της φαρμακευτικής μέριμνας προς τον ασθενή, ο φαρμακοποιός καλείται να επιβεβαιώσει

την κατανόηση των ιατρικών πληροφοριών και να παρέχει επιπρόσθετες εξειδικευμένες συμβουλές. Ο ασθενής δεν θα πρέπει να εγκαταλείψει το φαρμακείο χωρίς να γνωρίζει τον ορθό τρόπο λήψης, εφαρμογής ή φύλαξης του χορηγούμενου φαρμάκου. Ο ρόλος του φαρμακοποιού είναι να βοηθήσει τον ασθενή εν γένει, να αποκτήσει εμπιστοσύνη και προσήλωση στη φαρμακευτική αγωγή, για τη βελτίωση της υγείας του.

**P.M & E: Πώς συμβάλλετε στην ενίσχυση και διευκόλυνση του φαρμακοποιού στην αποτελεσματική παροχή οδηγιών χρήσης των φαρμάκων;**

**K.B.:** Από τις αρχές του έτους, ξεκινήσαμε τη διάθεση στην ελληνική αγορά της υπηρεσίας **Piktocare**, την ολοκληρωμένη λύση σήμανσης οδηγιών χρήσης φαρμάκων με τη χρήση εικονογραμμάτων σε μορφή αυτοκόλλητων ετικετών. Οι αυτοκόλλητες ετικέτες είναι ειδικά σχεδιασμένες να επικοινωνούν πληροφορίες για την

ορθή χρήση των φαρμάκων, με εύκολο, γρήγορο και ευρύ τρόπο για τους φαρμακοποιούς και απλό, ελκυστικό και αποτελεσματικό για τους ασθενείς.

“ Ο ρόλος του φαρμακοποιού είναι να βοηθήσει τον ασθενή εν γένει να αποκτήσει εμπιστοσύνη και προσήλωση στη φαρμακευτική αγωγή. ”

Η σήμανση των φαρμακευτικών σκευασμάτων έχει σημαντικό ρόλο στη μετάδοση βασικών πληροφοριών σχετικά με τον σωστό τρόπο χρήσης των φαρμάκων. Πληροφορίες, σχετικά με την εφαρμογή ή τη φύλαξη, τις προφυλάξεις, τις προειδοποιήσεις, τις αλληλεπιδράσεις με άλλα συστατικά και τη συστηνώμενη δοσολογία, περιγράφονται πλέον με τη μορφή εικονογραμμάτων. Η επιστημονική έρευνα σε βασικές σειρές των εικονογραμμάτων, επικυρώνει την κατανόηση, αποδοχή και αποτελεσματικότητά τους στους ασθενείς.

**P.M & E:** Τι ακριβώς περιλαμβάνει η λύση Piktocare και ποια είναι τα οφέλη των φαρμακοποιών από την αξιοποίησή της;

**K.B.:** Η ολοκληρωμένη λύση σήμανσης οδηγίων χρήσης φαρμάκων Piktocare που διατίθεται σήμερα στα φαρμακεία, περιλαμβάνει:

- ✓ 16 σειρές των 300 έγχρωμων αυτοκόλλητων ετικετών με φαρμακευτικά εικονογράμματα,
- ✓ Συνοδευτικό λογισμικό που εγκαθίστανται στα τερματικά του φαρμακείου για την προβολή προτεινόμενων εικονογραμμάτων προς επικόλληση στη συσκευασία του εκάστοτε φαρμάκου και
- ✓ Την υπηρεσία συνεχούς ενημέρωσης της βάσης δεδομένων των εικονογραμμάτων.

Η αξιοποίηση της λύσης Piktocare από τους φαρμακοποιούς, προάγει τον επαγγελματικό και επιστημονικό ρόλο των φαρμακοποιών, εισάγει καινοτόμες εμπειρίες φαρμακευτικής φροντίδας για τους πελάτες του φαρμακείου, ενδυναμώνει την επικοινωνία με τον ασθενή και την καλλιέργεια σχέσης εμπιστοσύνης, υποστηρίζει την αξιόπιστη ροή πληροφόρησης των ασθενών από το προσωπικό του φαρμακείου και αυξάνει την ικανοποίηση των ασθενών και την αφοσίωσή τους στο φαρμακείο.

**P.M & E:** Ποια είναι η χρησιμότητα της φαρμακευτικής σήμανσης Piktocare και τα οφέλη της για τον ασθενή;

**K.B.:** Οι ασθενείς κατά την παραλαβή του εκάστοτε σκευάσματος από τον φαρμακοποιό, αποδέχονται, λαμβάνουν και διατηρούν επικολλημένα στη συσκευασία του φαρμάκου, έγχρωμα εικονογράμματα σε μορφή αυτοκόλλητων ετικετών, σχετικά με οδηγίες ορθού τρόπου λήψης, ειδικής φύ-



“ Το στυλ και η γλώσσα των εικονογραμμάτων είναι επιλεγμένα, έτσι ώστε οι παρεχόμενες πληροφορίες να είναι κατανοητές για το μεγαλύτερο δυνατό ποσοστό ασθενών. ”

λαξης, βασικών προφυλάξεων, σημαντικών αλληλεπιδράσεων με άλλα συστατικά, τροφές, ποτά και αύξησης της αποτελεσματικότητας της αγωγής. Η εφαρμογή των εικονογραμμάτων μειώνει τη λανθασμένη χρήση των φαρμάκων, ενισχύει την αποτελεσματικότητα της φαρμακοθεραπείας και αυξάνει την πρόληψη έναντι τυχόν επιβλαβών επιπτώσεων στην υγεία.

Το στυλ και η γλώσσα των εικονογραμμάτων είναι επιλεγμένα, έτσι ώστε οι παρεχόμενες πληροφορίες να είναι κατανοητές για το μεγαλύτερο δυνατό ποσοστό ασθενών. Μην ξεχνάμε, ότι οι ασθενείς είναι άτομα από διαφορετικές κοινωνικές ομάδες, διαφορετικής ηλικίας, με διαφορετική εκπαίδευση, άτομα που

λαμβάνουν παράλληλα πολλαπλές θεραπευτικές αγωγές ή άτομα με περιορισμένες ικανότητες λόγω της βεβαρημένης υγείας τους.

Τα εικονογράμματα, όπως προείπα, έχουν ήδη δοκιμαστεί για την πρακτική χρησιμότητά τους. Αυτές οι δοκιμές σε ομάδες ασθενών, έλεγξαν και συμπέραναν 90% ικανοποίηση των ασθενών, 23% βελτίωση της προσήλωσής τους στη φαρμακευτική αγωγή και 16% αύξηση επισκέψεων στο φαρμακείο.

**P.M & E:** Οι φαρμακοποιοί που ενδιαφέρονται, πώς μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί σας;

**K.B.:** Οι φαρμακοποιοί που ενδιαφέρονται να καινοτομήσουν με την ολοκληρωμένη λύση σήμανσης οδηγίων χρήσης φαρμάκων, Piktocare, μπορούν να μας καλέσουν στο 211 1069373, να αποστείλουν email στην ηλεκτρονική διεύθυνση [contact@piktocare.com](mailto:contact@piktocare.com) ή συμπληρώνοντας και αποστέλλοντας τη φόρμα επικοινωνίας στη σελίδα [piktocare.gr](http://piktocare.gr), για να μάθουν όλες τις λεπτομέρειες αυτής της υπηρεσίας και πώς να την αποκτήσουν. ■

# Piktocare®

## Πιο κοντά στον ασθενή



Πιστοποιημένη λύση σήμανσης οδηγιών χρήσης φαρμάκων με εικονογράμματα σε μορφή έγχρωμων αυτοκόλλητων ετικετών.

- ✓ Ενισχύει την επικοινωνία, την αφοσίωση και την εμπιστοσύνη των ασθενών με τον φαρμακοποιό τους.
- ✓ Εισάγει καινοτόμες εμπειρίες φαρμακευτικής φροντίδας για τους πελάτες του φαρμακείου σας, με εύχρηστες πρακτικές και ελκυστικά μέσα.
- ✓ Υποστηρίζει την αξιόπιστη ροή πληροφόρησης των ασθενών και προάγει τον επαγγελματικό και επιστημονικό ρόλο του προσωπικού του φαρμακείου σας.



**GET  
WORK**  
HEALTHCARE BUSINESS DEVELOPMENT

211 106 9373 | [contact@piktocare.com](mailto:contact@piktocare.com) | [www.piktocare.gr](http://www.piktocare.gr)

# Οι αμφίδρομες ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ

μεταξύ εταιρειών και φαρμακοποιών





Σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον νέων στρατηγικών και απαιτήσεων για διαφάνεια, με την εμπειρία μας στην αγορά, και παίρνοντας παραδείγματα από το εξωτερικό, περιγράφουμε τις βάσεις για λιγότερο αυστηρά εμπορικές και περισσότερο συνεργατικές σχέσεις μεταξύ φαρμακείων και εταιρειών.

Από τον **ΑΝΤΩΝΗ ΣΑΚΑΛΟΓΛΟΥ**,

Σύμβουλο Επιχειρηματικής Ανάπτυξης, ΧΑΡΑΜΗ ΑΕ

**Η** αντίληψη για το ρόλο του φαρμακοποιού στο σύστημα υγείας έχει αλλάξει δραματικά τα τελευταία χρόνια. Ο φαρμακοποιός σήμερα, πρωταρχικά θεωρείται επαγγελματίας υγείας και όχι απλά διανομέας προϊόντων υγείας. Ωστόσο, σε αυτή την περίοδο αλλαγής, οι εταιρείες-προμηθευτές εξακολουθούν να προσδοκούν περισσότερα, καθώς η αντίληψη αυτή συνεχώς εξελίσσεται, με κύριο μοχλό την επικοινωνία και συμβουλή του φαρμακοποιού στον ασθενή-πελάτη.

Από την πλευρά των εξελιγμένων και σύγχρονων φαρμακοποιών, η προσδοκία μερικές φορές μετατρέπεται σε ανυπομονησία: «*Περιμένω να με στηρίξουν! Προτιμούν όμως να επενδύουν μόνο στους γιατρούς ή σε διαφημίσεις για*

*τους καταναλωτές*». «*Θέλω πραγματικές συνέργειες και όχι μόνο εμπορικές συναλλαγές*».

Η φαρμακοβιομηχανία από την πλευρά της, αντιμετωπίζει μια νομοθεσία που πλαισιώνει τις σχέσεις της με τους επαγγελματίες υγείας: «*Έχουμε ένα αυστηρό κανονιστικό πλαίσιο και δεν είναι πάντοτε εύκολο να υποστηρίξουμε τα φαρμακεία*».

Μεταξύ των πρωταρχικών δεσμών φαρμακοποιών και εταιρειών-προμηθευτών, βρίσκονται «άγραφες» σχέσεις που επανεξετάζονται. Αυτές αποτελούν μέρος των «εμπορικών σχέσεων» με το προϊόν ή, αντίθετα, στοχεύουν ευρύτερα «να υποστηρίξουν το επάγγελμα του φαρμακοποιού». Πόσες όμως εργάζονται πάνω σε αυτό το τελευταίο; Πολύ λίγες θα λέγαμε από την εμπειρία μας στην αγορά!

### Φαρμακοποιοί και Εταιρείες-Προμηθευτές: Σχέσεις «αγάπης»!

Πόσο διατεθειμένες λοιπόν είναι οι εταιρείες-προμηθευτές να στηρίξουν πραγματικά το φαρμακείο και να αναδείξουν τον ρόλο του φαρμακοποιού; Και οι φαρμακοποιοί, τι ακριβώς περιμένουν από αυτές;

Δεν είναι σπέκουλα, οι σχέσεις μεταξύ τους είναι καλές. Ιδιαίτερα οι μεγάλες μάρκες δερμοκαλλυντικών, ανέκαθεν συμβάλλουν στην αύξηση του τζίρου του φαρμακείου. Αλλά σήμερα η κατάσταση έχει αλλάξει. Το προϊόν δεν στέκει μόνο του μεταξύ του πωλητή και του πελάτη-φαρμακοποιού. Δεν πρόκειται για κοινό δίκτυο διανομής εμπορευμάτων – και δεν πρέπει το φαρμακείο να αντιμετωπίζεται με αυτό το σκεπτικό. Πρέπει να δημιουργηθεί μια πραγματική συνέργεια, αντιμετωπίζοντας τον φαρμακοποιό ως παιδαγωγό υγείας και διαμορφωτή γνώμης (influencer).

“ Πρέπει να δημιουργηθεί μια πραγματική συνέργεια, αντιμετωπίζοντας τον φαρμακοποιό ως παιδαγωγό υγείας και διαμορφωτή γνώμης (influencer). ”

“Τι περιμένουν οι φαρμακοποιοί από μία εταιρεία-προμηθευτή; Φυσικά, καλές εμπορικές σχέσεις πρωταρχικά!”



### Η συμβουλή στο επίκεντρο

Οι εταιρίες-προμηθευτές, αν και έχουν κατανοήσει ότι η συμβουλή στο φαρμακείο εφαρμόζεται πλέον στην πράξη από αρκετούς σύγχρονους και εξελιγμένους φαρμακοποιούς, μόνο ορισμένες βοηθούν και επενδύουν πραγματικά στην πράξη. Οι περισσότερες επενδύουν μόνο σε εκπτώσεις και διαφημιστικές καμπάνιες στο ευρύ κοινό!

Η συμβουλή του φαρμακοποιού δεν αφορά πλέον μόνο τις εταιρείες παραφαρμάκων ή ΜΗΣΥΦΑ, αλλά και τις φαρμακευτικές εταιρείες, ακόμη και για συνταγογραφούμενα σκευάσματα. Για παράδειγμα, οι τελευταίες θα μπορούσαν να οργανώνουν στα φαρμακεία δράσεις προβολής και υποστήριξης για τη συμμόρφωση των ασθενών. Από τη μεριά τους, οι φαρμακοποιοί οφείλουν να εφαρμόσουν, αλλά και να μετρήσουν τις συμβουλευτικές τους υπηρεσίες, για την ενίσχυση των πωλήσεων.

### Δίψα για εκπαίδευση

Σε μακροχρόνιες σχέσεις, για τον φαρμακοποιό «μετράει» η υποστήριξη της εταιρείας-προμηθευτή στο σημείο πώλησης. Αυτό επιτυγχάνεται με ενέργειες trade marketing δηλαδή οργάνωση προωθητικών ενεργειών, merchandising και κυρίως εκπαίδευση, όχι μόνο στο προϊόν αλλά και στον τρόπο πώλησής του στο τελικό καταναλωτή.

Αυτό πρακτικά χρειάζεται η ομάδα του φαρμακείου στην καθημερινότητα! Το σημαντικό δεν είναι τόσο η κάλυψη αναγκών υγείας ή ομορφιάς ή τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, αλλά η προσέγγιση του πελάτη και πως θα προτείνει τη βέλτιστη κατάλληλη λύση ανά περίπτωση, δηλαδή τεχνικές επικοινωνίας και πωλήσεων.

### Η θεμελίωση εμπορικών σχέσεων με τις ανθρώπινες σχέσεις

Τι περιμένουν οι φαρμακοποιοί από μία εταιρεία-προμηθευτή; Φυσικά, καλές εμπορικές σχέσεις πρωταρχικά! Και είναι λογικό, γιατί εδώ πρωτοστατεί η ιδιότητα του φαρμακοποιού-επιχειρηματία, ανήσυχου για το πολύπλοκο μακροοικονομικό περιβάλλον του φαρμακείου. Είναι σαφές ότι η εμπορική σχέση λαμβάνει διάφορες πτυχές, ανάλογα με το προϊόν. Έτσι, η πώληση των εταιρειών στα φαρμακεία εξ αποστάσεως (μέσω τηλεφώνου ή διαδικτύου) κερδίζει σιγά σιγά έδαφος για καταξιωμένες μάρκες δερμοκαλλυντικών και συμπληρωμάτων διατροφής (ακόμη και για το χονδρεμπόριο), ενώ για ΜΗΣΥΦΑ, παραφαρμακευτικά και γενόσημα, ενισχύονται οι εμπορικές ομάδες φαρμακείου. Οι ηλεκτρονικές παραγγελίες φυσικά δεν θα γίνουν η norma, αλλά σίγουρα, για κάποιες μάρκες,

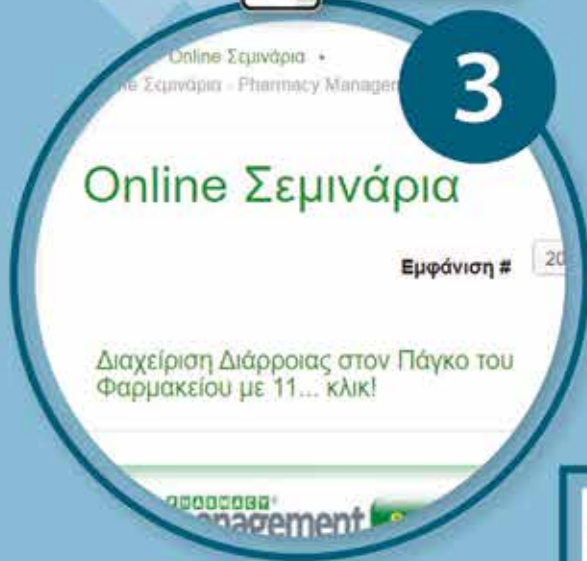
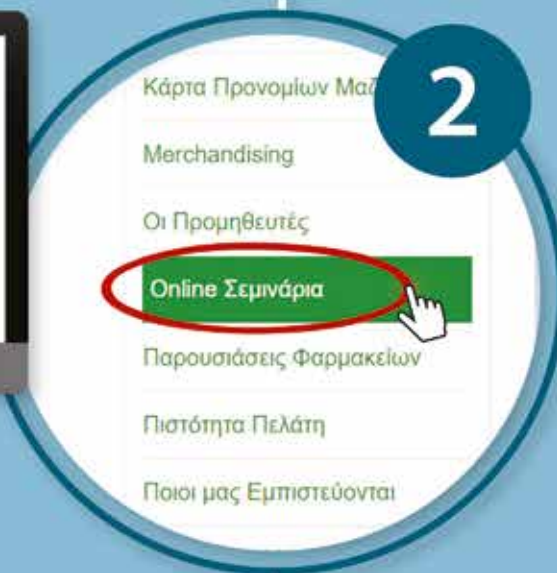
# Online Σεμινάρια

NEO

Σύντομη δωρεάν εκπαίδευση σε καθημερινά περιστατικά του πάγκου για Φαρμακοποιούς και την Ομάδα τους.



Επισκεφθείτε το  
[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)



Επιλέξτε  
Online Σεμινάρια

Επιλέξτε Σεμινάριο  
και ξεκινήστε...

**Εμπλουτίστε τις γνώσεις σας για να αναδείξετε τον συμβουλευτικό σας ρόλο!**



να συνομιλούν με τους πελάτες, πώς να κερδίζουν από επιλεκτικές αγορές (ταχυκίνητα vs κερδοφόρα προϊόντα), για τη σωστή αξιοποίηση του χώρου του φαρμακοπωλείου, την ορθολογική διαχείριση της αποθήκης... κ.λπ. Συνεπώς, τοποθετούνται ως ενεργοί υποστηρικτές της κερδοφορίας του φαρμακείου. Αντί για την προσέγγιση «όσο πιο μεγάλη ποσότητα προϊόντος αγοράσετε, τόσο μεγαλύτερη η έκπτωση», η τάση είναι προς το «όσο πιο μεγάλη ποσότητα προϊόντος αγοράσετε, τόσο περισσότερο το περιθώριο κέρδους σας θα αυξηθεί, αν σας βοηθήσω να πουλήσετε όλο το απόθεμά σας, ενώ θα ικανοποιείτε παράλληλα και τις προσδοκίες των πελατών σας». Έτσι, βλέπουμε ορισμένες εταιρείες να έχουν αναπτύξει πλάνα ειδικά για «καλούς πελάτες», που αφορούν στην ειδική πωλησιακή εκπαίδευση και στην υποστήριξη merchandising και δραστηριοτήτων προώθησης. Όπως είναι φυσικό, αυτή η νέα προσέγγιση των εταιρειών-προμηθευτών στα

συμπληρώνουν τη δια ζώσης επίσκεψη του πωλητή, με ψηφιακή ενημέρωση για προσφορές ή προωθητικές ενέργειες. Είναι ένας τρόπος για την τόνωση των «μικρών παραγγελιών» και την καλύτερη αξιοποίηση του χρόνου των πωλητών.

Αναμφισβήτητα όμως, ο φαρμακευτικός επισκέπτης ή πωλητής έχει μέλλον! Μόνο αυτός βιώνει καταστάσεις με τους φαρμακοποιούς, μπορεί να καταλάβει το πρόβλημά τους και να επικεντρωθεί στην επίλυσή του. Αυτός, που παράλληλα με την καθαρά εμπορική συναλλαγή, οφείλει να ασκεί συμβουλευτικό και εκπαιδευτικό ρόλο, παραμένει ο βασικός κρίκος στην εμπορική αλυσίδα, με πρωταγωνιστή τις ανθρώπινες σχέσεις.

### Η νέα τάση στην επίσκεψη πωλητή στο φαρμακείο

Ο σύγχρονος φαρμακοποιός δεν χρειάζεται παραδοσιακούς πωλητές-παραγγελιολήπτες, αλλά συμβούλους που θα τον βοηθήσουν να εξυπηρετήσει αποτελε-

σματικά τους ασθενείς-πελάτες του και, κατ' επέκταση, το sell-out του προϊόντος. Το δίλημμα για τις εταιρείες είναι αν τον ρόλο αυτόν θα επιφορτιστεί ο πωλητής ή κάποιος άλλος. Εδώ υπάρχουν αρκετά μοντέλα, με ειδικούς συνεργάτες υπεύθυνους για την εκπαίδευση, το merchandising, τις προβολές...

### Ανεπαρκής μόνο η εμπορική προσέγγιση;

Η αλήθεια, δυστυχώς, είναι ότι ο μέσος φαρμακοποιός απαιτεί ιδανικές εμπορικές πρακτικές, όπως μεγάλες εκπτώσεις και διαφήμιση στα ΜΜΕ, για να διανέμει πιο εύκολα τα προϊόντα. Σε αντίθεση, οι εταιρείες-ηγέτες στο χώρο παγκοσμίως, δεν ακολουθούν πλέον αυτές τις ανωτέρω κλασσικές πρακτικές για τα στρατηγικά τους φαρμακεία- πελάτες. Έχοντας ενσωματώσει την εκπαίδευση και την έρευνα στην προσέγγισή τους, εστιάζουν κυρίως στην κερδοφορία του φαρμακείου με την ευρύτερη έννοια. Συνεπώς, εκπαιδεύουν τους φαρμακοποιούς πώς

“ Ο σύγχρονος φαρμακοποιός δεν χρειάζεται παραδοσιακούς πωλητές-παραγγελιολήπτες, αλλά συμβούλους που θα τον βοηθήσουν να εξυπηρετήσει αποτελεσματικά τους ασθενείς-πελάτες του. ”

φαρμακεία στηρίζεται στην τμηματοποίηση της αγοράς (segmentation).

Το μέλλον ανήκει σε στοχευμένα σχέδια μάρκετινγκ, σύμφωνα με την τυπολογία του σημείου πώλησης. Παρόλα αυτά, το χάσμα διευρύνεται μεταξύ των υπηρεσιών που προσφέρονται στους «μεγάλους» vs «μικρομεσαίους», με ορατό πλέον τον κίνδυνο της αποδυνάμωσης της εταιρικής σχέσης των μεγάλων εταιρειών με τα μικρότερα φαρμακεία.

### Η προσέγγιση των Φαρμακευτικών Εταιρειών

Το φαρμακείο, ως σημείο διάθεσης φαρμάκων, φαίνεται να ενδυναμώνει την επικοινωνία του προς τον ασθενή, όχι μόνο για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα, αλλά παίρνει θέση για τα ΜΗΣΥΦΑ που έχουν βγει από το σύστημα αποζημιώσεων, για τα γενόσημα, και πολύ σύντομα για τα ΦΥΚ. Η εξέλιξη αυτή αποτελεί βασικό παράγοντα στη στροφή μέρους των διαφημιστικών και εμπορικών ενεργειών τους προς τα φαρμακεία, με πρακτικές άμεσων πωλήσεων (direct to the pharmacy), και όχι μόνο μέσω χονδρεμπόρων.

Παράλληλα, η εκπαίδευση «ανά περίπτωση» αναπτύσσεται σε όλους τους τομείς, κυρίως μέσω ενός χονδρεμπόρου, δικτύου φαρμακείων ή/και ενός εξειδικευμένου στην εκπαίδευση συνεργάτη, όπως είναι το Pharmacy Management με όλα του τα μέσα επικοινωνίας.

Ιδιαίτερα η επιστροφή των ΦΥΚ στα ιδιωτικά φαρμακεία φαίνεται ότι θα ωθήσει τις υπεύθυνες φαρμακευτικές εταιρείες να επενδύσουν στην εκπαίδευση. Οι φαρμακοποιοί αναζητούν από τη φαρμακοβιομηχανία πληροφορίες σχετικά με τη φαρμακολογία (παρενέργειες και αλληλεπιδράσεις φαρμάκων), τις συμβουλές που πρέπει να δίνονται στους ασθενείς κατά την εκτέλεση της συνταγής και τις σχετικές παθολογίες.

Η τεχνογνωσία των εταιρειών και η γνώση των παθολογιών αποτελούν βασικά συστατικά για την ανάπτυξη του φαρμακείου, συντελώντας σε στενότερους δεσμούς μεταξύ αυτών των δύο «αχώριστων εταίρων».

### Μια χιονοστιβάδα προτάσεων υπηρεσιών

Ορισμένες φαρμακευτικές εταιρείες αρχίζουν δειλά-δειλά να θέλουν να «κερδίσουν» τους φαρμακοποιούς: «*Θέλουμε να καταστήσουμε τον φαρμακοποιού πρωταγωνιστή της πρωτοβάθμιας φροντίδας και εταίρο στην υγεία. Θέλουμε να καινοτομήσουμε στη διαφάνεια*», ισχυρίζονται. Τα δίκτυα ιατρικών επισκεπτών ορισμένων φαρμακευτικών εταιρειών που επισκέπτονται φαρμακεία, αναλαμβάνουν να ενημερώνουν. Για παράδειγμα, εκπαιδεύουν για τη χρήση του μετρητή γλυκόζης αίματος ή της αναπνευστικής συσκευής. Αλλά αυτό δεν αρκεί!

Τι άλλα λοιπόν εφαρμόζουν οι φαρμακευτικές εταιρείες στο εξωτερικό και μπορούν κάλλιστα να εφαρμόσουν και στην Ελλάδα;

- Ψηφιακή εκπαίδευση (e-learning και on line σεμινάρια), σχετικά με παθήσεις που μπορεί να παρακολουθήσει την πορεία τους ο φαρμακοποιοί, όπως άσθμα, διαβήτης, υπέρταση...
- Έλεγχος, πρόληψη, αποφυγή ιατρογενών λαθών ή ακόμη και παροχή συσκευασιών (θήκη χαπιών), που διανέμονται στους ασθενείς για να αποθηκεύουν σωστά τα φάρμακά τους.
- Ψηφιακή εκπαίδευση σχετικά με τη στάση των ασθενών έναντι των γενοσήμων, τη διαχείριση των αρνήσεων αποδοχής τους, ή ακόμα και της «σχέσης Ιατρού-φαρμακοποιού».
- Σεμινάρια «διά ζώσης» ή ψηφιακά σχετικά με τεχνικές εμπορικής διαχείρισης, σε συνεργασία με εξειδικευμένο συνεργάτη εκπαίδευσης, έτσι ώστε ο φαρμακοποιοί να επικεντρωθεί στο νέο του ρόλο ως φαρμακοποιοός-manager.

“Οι περισσότερες φαρμακευτικές εταιρείες, δυστυχώς, θεωρούν το φαρμακείο σαν ένα απλό κανάλι διανομής φαρμάκων.”

Η ψηφιακή εκπαίδευση για νέες υπηρεσίες αναμένεται να αναπτυχθεί, είτε γιατί ο φαρμακοποιοί πλέον, με τα διευρυμένα ωράρια, δεν έχει χρόνο να πηγαίνει συχνά σε εκπαιδευτικές εκδηλώσεις, είτε γιατί αυτό καθίσταται πρακτικά αδύνατο, για απομακρυσμένες περιοχές της χώρας.

Τέλος, παρατηρούμε ότι οι περισσότερες φαρμακευτικές εταιρείες, δυστυχώς, θεωρούν το φαρμακείο σαν ένα απλό κανάλι διανομής φαρμάκων. Προσβλέπουν, ακόμα, μόνο στην ιατρική συνταγογράφηση.

Πολλά απομένουν να γίνουν στην Ελλάδα, καθώς απέχουμε πολύ από τις εξελιγμένες Ευρωπαϊκές χώρες. Θα κάνουμε λοιπόν, ο καθένας μας και όλοι μαζί, κάτι γι' αυτό ή θα περιμένουμε άλλους να ορίσουν το μέλλον μας; ■

# ΑΡΩΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ, μια εναλλακτική θεραπευτική προσέγγιση σε ήπια προβλήματα υγείας



Αρωματοθεραπεία ονομάζεται η μορφή εναλλακτικής θεραπείας που γίνεται με τη χρήση πτητικών ουσιών, γνωστές ως αιθέρια έλαια, με σκοπό τη σωματική και ψυχική ευεξία. Ανακαλύψτε ορισμένες βασικές γνώσεις.



Από τον **ΔΙΟΝΥΣΙΟ ΜΕΝΤΕ**,  
 Φαρμακοποιό - Αρωματοθεραπευτή

**Η** ζωτική ενέργεια ενός φυτού εμπεριέχεται στο αιθέριο έλαιο του φυτού. Είναι η «καρδιά» του και είναι παρούσα σε πολύ μικρές ποσότητες. Πρόκειται στην ουσία για τις ορμόνες των φυτών και, όπως οι αδένες μας παράγουν διάφορες ορμόνες που επιδρούν στα συστήματά μας, έτσι και οι ορμόνες των φυτών μας δίνουν διαφορετικά αποτελέσματα αν χρησιμοποιηθούν σωστά. Αυτές οι ουσίες εξαγονται από τα φυτά κυρίως με απόσταξη και περιέχουν εκατοντάδες δραστικά μόρια που έχουν θεραπευτικές εφαρμογές.

Η Αρωματοθεραπεία έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα. Κινέζοι, Πέρσες και Αιγύπτιοι χρησιμοποιούσαν βότανα και αρωματικές ρητίνες. Στην Αρχαία Ελλάδα την εφάρμοζαν ο Ιπποκράτης, ο Ασκληπιός, ο Γαλνός και ο Διοσκουρίδης.

### Τρόποι χορήγησης

Ο όρος Αρωματοθεραπεία επινοήθηκε το 1928 από τον Γάλλο χημικό-φαρμακοποιό, René-Maurice Gattefossé, ιδρυτή της επιστημονικής έρευνας στα αιθέρια έλαια.

Οι εργασίες του έκαναν γνωστό ότι τα αιθέρια έλαια μπορούν και διαπερνούν το δέρμα, φτάνουν στην κυκλοφορία του αίματος και έτσι μεταφέρονται στα όργανα του σώματος (Αγγλική Σχολή). Αυτός είναι ο ένας τρόπος χορήγησής τους.

Ο δεύτερος είναι μέσω της εισπνοής (Γερμανική Σχολή). Με αυτό τον τρόπο, περνούν κατευθείαν μέσω των πνευμονικών κυψελίδων στη ροή του αίματος. Το οσφρητικό μας σύστημα, για κάθε μυρωδιά που αντιλαμβάνεται, μεταφέρει το αντίστοιχο χημικό μήνυμα στο ΚΝΣ το οποίο, αφού το καταγράψει, αντιδρά με διαφορετικό τρόπο στην κάθε μυρωδιά.

Η διάχυση, κατά προτίμηση, γίνεται με έναν ηλεκτρικό νεφελοποιητή. Επιτρέπει την επίτευξη ικανοποιητικής ατμοσφαιρικής συγκέντρωσης αρωματικών μορίων και έχει το πλεονέκτημα ότι δε θερμαίνει τα αιθέρια έλαια και συνεπώς δε μεταβάλλει τις ιδιότητές τους.

Ο τρίτος τρόπος δράσης είναι μέσω της πεπτικής οδού (Γαλλική Σχολή). Η συγκεκριμένη πρακτική, όμως, εφαρμόζεται μόνο από έμπειρους αρωματοθεραπευτές. Η χρήση τους γίνεται από το στόμα, ενσωματωμένα σε κάψουλες ή μέλι, αλλά και σε μορφή υγρού.

Τέλος, η χορήγηση από το ορθό είναι ένας εναλλακτικός τρόπος.

### Εξατομικευμένη εφαρμογή των αιθερίων ελαίων

Η Marguerite Maury ήταν αυτή που έστρεψε την προσοχή της στην εξατομικευμένη εφαρμογή των αιθερίων ελαίων, ανάλογα με την ψυχολογική κατάσταση, αλλά και τα σωματικά συμπτώματα των ασθενών.

Τα αιθέρια έλαια είναι πτητικές ουσίες και ανάλογα με τον δείκτη πτητικότητας κατατάσσονται σε 3 κατηγορίες:

- 1. Υψηλές νότες:** ενεργούν σχεδόν άμεσα, εξατμίζονται γρήγορα και χρησιμοποιούνται για να αναζωογονούν νου και σώμα.
- 2. Μεσαίες νότες:** έχουν μέτρια πτητικότητα και επιδρούν κυρίως στις σωματικές λειτουργίες και στον μεταβολισμό του σώματος.
- 3. Χαμηλές νότες:** αργούν να εξατμιστούν και είναι πιο αποτελεσματικά για χαλάρωση και ηρεμία.

Συχνά, συνδυάζουμε θεραπευτικά μείγματα αιθερίων ελαίων διαφορετικών κατηγοριών, ώστε να μεγιστοποιούμε τη δράση τους.

**Τα συστήματα στα οποία έχουν περισσότερο χρησιμοποιηθεί είναι τα εξής:**

- Αναπνευστικό: ευκάλυπτος, θυμάρι, πεύκο, ρίγανη.
- Μυοσκελετικό: λεβάντα, μέντα, μαύρο πιπέρι, μοσχοκάρυδο.
- Πεπτικό: τζιντζερ, μέντα, μάραθος, μελισσόχορτο.
- Ουροποιοτικό: νιαουλί, εστραγκόν, θυμάρι, λεμόνι.
- Νευρικό: ρωμαϊκό χαμομήλι, ξύλο του χο, μαντραβασαρότρα.
- Δερματικές Παθήσεις: ρίγανη, τειόδενδρο, ταγέτη, μύρρο, γεράνιο.
- Κυκλοφορικό: ελίχρυσος, λεμονόχορτο, γκρέιπφρουτ, κυπαρίσσι.
- Ομορφιά: τριαντάφυλλο, λιβάνι, παλμαρόζα, δενδρολίβανο.

#### 4 βασικές θεραπευτικές κατηγορίες αιθερίων ελαίων:

**Αντισηπτικά:** αγριοκυπάρισσο, βασιλικός, λιβάνι, μύρο, ραβενσάρα, ρίγανη, χαμομήλι ρωμαϊκό και μαροκινό, γυζυ κ.ά.

**Αντικά:** γαρύφαλλο, θυμάρι, κανέλλα, μελισσόχορτο, τειόδεντρο κ.ά.

**Αντιβιοτικά-Αντιβακτηριακά:** γεράνι, ευκάλυπτος, κανέλλα, λεμόνι, λουίζα, μάνουκα, νάρδος κ.ά.

**Αντιμυκητιασικά:** κέδρος, πατσουλί, ταγέτη, τειόδεντρο κ.ά.

#### Αιθέρια Έλαια κατά των Ιώσεων

Υπάρχουν αρκετά αιθέρια έλαια με δράση κατά των ιώσεων, διότι περιέχουν συγκεκριμένες ουσίες-χημικές ενώσεις με αποτελεσματική αντι-ική δράση. Πρόκειται για ουσίες που υπάρχουν στα φυτά από τα οποία λαμβάνουμε τα αιθέρια έλαια.

Κάποια αιθέρια έλαια που δρουν κατά των ιώσεων είναι:

- Δάφνη, δρα κατά του SARS.
- Γιουνίπερος, αποτελεσματικός για τον πυρετό από τον ιό του δυτικού Νείλου.
- Ραβενσάρα, με αντική και ανοσοδιεγερτική δράση. Δρα, επίσης, ως αντικαταρροϊκό και αποχρεμπτικό.

- Ευκάλυπτος, αποτελεσματικός για τον ιό της γρίπης. Χρησιμοποιείται κυρίως για εισπνοές και διάχυση στο χώρο.
- Κανέλλα, ως αποχρεμπτικό και αντιβακτηριακό.

Υπάρχουν αρκετά αιθέρια έλαια με δράση κατά των ιώσεων.

#### Χρήση στα πρώτα συμπτώματα ιώσεων

Με εντριβή πάνω στο θώρακα και την άνω πλάτη 4 έως 6 φορές την ημέρα:

- για 2 έως 3 ημέρες, εάν η θεραπεία ξεκινήσει με τα πρώτα συμπτώματα,
- για 5 έως 7 ημέρες εάν έχει εγκατασταθεί η γρίπη.

#### Αιθέρια Έλαια για το Άγχος και την Αϋπνία

Πολλοί άνθρωποι κατά περιόδους στη ζωή τους βιώνουν δύο σημαντικά προβλήματα τα οποία μπορεί να διαρκέσουν ακόμα και χρόνια: άγχος και αϋπνία. Η προσέγγιση της αρωματοθεραπείας χρησιμοποιεί συνέργεια, μείγμα δηλαδή αιθερίων ελαίων, ανάλογα με το προφίλ κάθε ασθενούς.

Τα κυριότερα αιθέρια έλαια που χρησιμοποιούμε:

- **Λεβάντα:** Συνιστάται για υπερτασικό άγχος με μάλλον μελαγχολική ιδιοσυγκρασία ή όταν η σωματοποίηση είναι πεπτική (σπασμοί, ναυτία) ή καρδιακή, καθώς και για αϋπνία.





- **Μαντζουράνα:** Ρυθμιστής του νευρικού συστήματος, με ισχυρή ηρεμιστική δραστηριότητα, εξισορροπεί τη διάθεση. Είναι το αιθέριο έλαιο όλων των νευρικών δυστονιών. Δρα σε επίπεδο: ψυχικό (άγχος, στρες, ευερεθιστότητα, αϋπνία), αναπνευστικό (δύσπνοια, σπασμωδικός βήχας), πεπτικό (αεροφαγία, μετεωρισμός, δυσπεψία, γαστρίτιδα). Αποκλειστικά για ενήλικες.
- **Ylang-ylang:** Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε περίπτωση άγχους, το οποίο εκδηλώνεται με νευρικότητα και αυξημένους καρδιακούς παλμούς. Διευκολύνει, επίσης, τον ύπνο. Με την εισπνοή, δρα κατά του άγχους.
- **Ραβιντσάρα:** Νευροτονωτικό, χωρίς να προκαλεί διέγερση. Αυξάνει τα επίπεδα ενέργειας και κινητοποιεί το νευρικό σύστημα. Ενδείκνυται για κατάθλιψη, αγωνία και κούραση (ψυχολογική και σωματική).
- **Χαμομήλι ρωμαϊκό:** στρες, αϋπνία και νευρικό σοκ.

Οι συμβουλές «κλειδιά»

- Να πλένουν καλά τα χέρια τους μετά τη χρήση αιθέριων ελαίων.
- Να μη χρησιμοποιούν τα αιθέρια έλαια στα μάτια, ακόμη και αν είναι αρωμαμένα.
- Να μην τα χρησιμοποιούν αδιάλυτα στη μύτη ή στην περιγεννητική περιοχή.
  - Να μην τα καταπίνουν ποτέ αδιάλυτα.
  - Να μην τα χρησιμοποιούν κατά τη διάρκεια εγκυμοσύνης ή θηλασμού.
  - Να ρίξουν 1 σταγόνα στο εσωτερικού του αγκώνα τους, ως δοκιμή ευαισθησίας πριν τη χρήση οποιουδήποτε νέου αιθερίου ελαίου.
- Να κρατούν τους περιέκτες τους καλά κλεισμένους και σε σημείο που δεν μπορούν να φτάσουν τα παιδιά.
- Η χρήση τους σε παιδιά γίνεται πάντα μετά την ενημέρωση του παιδίατρου.

**Αιθέρια Έλαια για φλεγμονές και πόνο**

Οι φλεγμονές στο σώμα μας και οι διάφορες αιτιολογίας πόνοι, είναι προβλήματα που βασανίζουν πολύ κόσμο σε καθημερινή βάση. Η αρωματοθεραπεία έχει προτάσεις με μείγματα αιθέριων ελαίων, που η δράση τους βασίζεται στο ότι αναστέλλουν το μυϊκό σπασμό, τη φλεγμονή και τον πόνο.

Τα βασικότερα είναι:

- **Γωλθερία:** Χρησιμοποιείται σε τενοντίτιδες, αρθρίτιδες, κράμπες, ρευματισμούς και οστεοαρθρίτιδα.
- **Λεβάντα:** Χρησιμοποιείται σε ρευματιοειδή αρθρίτιδα, κράμπες, αλλά και για το πρήξιμο και τον πόνο που προκαλούν τα τιμπήματα από σφήκες, μέδουσες, σκορπιούς. Η επιλογή των σωστών αιθέριων ελαίων σε κάθε πρόβλημα είναι δύσκολη. Είναι, όμως, ένας τομέας που αξίζει να αναπτύξει ο φαρμακοποιός με οφέλη και για τον ίδιο, αλλά και για τον ασθενή. ■



**Χρήση για αντιμετώπιση άγχους ή αϋπνίας**

Εφαρμόζονται 2-3 φορές την ημέρα:

- 3 σταγόνες του μείγματος τοπικά στο ηλιακό πλέγμα ή
- 3 σταγόνες στην εσωτερική πλευρά των καρπών ή
- 6 σταγόνες του μείγματος κατά μήκος της σπονδυλικής στήλης.



Αποκλειστικός εισαγωγέας - διανομέας Ελλάδας:

**AGORA DISTRIBUTION CENTER IMPORT EXPORT P.C.**

✉ agoracosmetics@gmail.com

🌐 www.agoracosmetics.gr

☎ 215 500 24 50

📱 Aura Hellas

*Zeljko*

**AURA X MARIJA**

BLUSHER STROBING CONTOUR PALETTE

@marijazezelj



# Νέα δεδομένα στην αντηλιακή προστασία

Ο τομέας των αντηλιακών προϊόντων εμφανίζει μια ταχεία ανάπτυξη τα τελευταία 40 χρόνια, κατευθυνόμενος από μια σειρά αναδυόμενων αναγκών.

Από τη **ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΥ**,

Chemist - MSc in Skin Pharmacology and Cosmetics



**Α**ρχικά, η προσοχή της επιστημονικής κοινότητας επικεντρώθηκε στην ακτινοβολία UVB, που θεωρήθηκε ο βασικός παράγοντας υπεύθυνος για την άμεση βλάβη του δέρματος από την ηλιακή ακτινοβολία. Έπειτα, οι επιστήμονες συνειδητοποίησαν ότι τόσο η UVB όσο και η UVA είναι υπεύθυνες για τη βιολογική βλάβη.

Οι αρνητικές επιδράσεις της ακτινοβολίας UVA τείνουν να συσσωρεύονται με

την πάροδο του χρόνου, ενώ η επίδραση τους γίνεται εμφανής πολύ αργότερα (φωτογήρανση). Επιπλέον, η UVA αποτελεί την κύρια αιτία της φωτοευσθητοποιήσης του δέρματος και της φωτοτοξικότητας.

Η ανάγκη αντιμετώπισης αυτών των επιπτώσεων οδήγησε στη διαμόρφωση πολύ-λειτουργικών προϊόντων με πολλά πλεονεκτήματα: προστασία από UVA και UVB, αντοχή στο νερό, ήπια συστατικά κατάλληλα για ευαίσθητο δέρμα κ.ά. Ο αριθμός των ατόμων που χρησιμοποιούν αντηλιακά προϊόντα πριν από την έκθεση στον ήλιο, ευτυχώς, έχει παρουσιάσει μια αισθητή αύξηση τα τελευταία χρόνια, σε συνδυασμό με την τάση της αγοράς για πιο εξατομικευμένα προϊόντα.

## Ευρεία προστασία και καταναλωτικές συνήθειες

Από το 2006 έως τα μέσα του 2013, η προσοχή των εταιρειών εστιάζονταν στην εξασφάλιση της σωστής αναλογίας μεταξύ προστασίας UVB και UVA.

Νέα απαίτηση είναι η προστασία του δέρματος από την πρόσθετη βλάβη που προκαλείται από υπέρυθρες

ακτίνες (IR) και κυανή ακτινοβολία (blue light). Έτσι, αναπτύχθηκαν δραστικές ουσίες για επαρκή προστασία. Για την αποτελεσματική προστασία από την IR ακτινοβολία χρησιμοποιούνται ουσίες με αντιοξειδωτική δράση και ικανότητα εύκολης διάχυσης της θερμότητας που παράγεται στην επιφάνεια του δέρματος από τον ήλιο.

Για την αποτελεσματική προστασία από το blue light, χρησιμοποιούνται ανόργανα ή οργανικά σωματίδια με κατάλληλο μέγεθος ή αντιοξειδωτικοί παράγοντες κατά των ελευθέρων ριζών.

Η σύνθεση αντηλιακών προϊόντων αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για τις εταιρείες καλλυντικών, λόγω της πολυπλοκότητας της φόρμουλας αλλά και των σύγχρονων απαιτήσεων των καταναλωτών για καινοτόμα προϊόντα.

## Η αναζήτηση φίλτρων νέας γενιάς

Σήμερα, η βιωσιμότητα και οι χαμηλές περιβαλλοντικές επιπτώσεις διαδραματίζουν όλο και πιο σημαντικό ρόλο στη σύνθεση των νέων προϊόντων. Μεταξύ των ενώσεων που ενδιαφέρουν τη βιομηχανία καλλυντικών, τα αντηλιακά φίλτρα είναι ιδιαίτερα σημαντικά καθώς έχει βρεθεί ότι πολλά από αυτά επηρεάζουν αρνητικά το θαλάσσιο περιβάλλον. Ως εναλλακτική, η μείωση των επιπέδων των φίλτρων UV που χρησιμοποιούνται αποτελεί μια πολύ καλή λύση. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση σωματιδίων (SPF boosters) που δρουν διαχέοντας το φως και αυξάνοντας, έτσι, την αποτελεσματικότητα των φίλτρων. ■

# FROÏKA®

HYALURONIC

SILK TOUCH  
SUNSCREEN

Indanone 0.2%



FROÏKA®

Αντηλιακή Προστασία  
με Αντιγηραντική Δράση.

Μεταξένια Υφή  
και Ματ Αποτέλεσμα.



[www.froika.com](http://www.froika.com)

# Κάντε το σωστό βήμα στην επιλογή καλλυντικών στο φαρμακείο σας



Είναι συνηθισμένο τα περισσότερα φαρμακεία στο ξεκίνημα κάθε χρονιάς να επιλέγουν 2-3 νέες μάρκες καλλυντικών με στόχο, είτε για να αντικαταστήσουν κάποιες «κουρασμένες» μάρκες ή αυτές που δεν «δουλεύουν», αλλά και για να ανανεώσουν την προσφορά τους για τους πελάτες τους, όπως είναι αναγκαίο στη σύγχρονη εποχή.

Από τον **ΔΗΜΗΤΡΗ ΚΑΛΦΑ**

Εμπορικό Διευθυντή της ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ

**Μ**ε ποια κριτήρια όμως επιλέγετε και σε ποια νέα μάρκα θα επενδύσετε; Στην εποχή της κυριαρχίας των social media, των ενθουσιωμένων και απαιτητικών καταναλωτριών και του υπερ-ανταγωνισμού τιμών και προσφορών, η επιλογή της νέας μάρκας που θα εντάξετε στο φαρμακείο σας είναι κρίσιμη.

## Καινοτομία

Πρέπει πάντοτε να είστε ένα βήμα μπροστά και να προτείνετε προϊόντα και μάρκες που προτείνουν καινοτομίες στην καλλυντική περιποίηση και διαμορφώνουν το μέλλον της κατηγορίας. Προτείνετε λοιπόν την καινοτομία στους πελάτες σας και θα το εκτιμήσουν! Για παράδειγμα στις 10 πελάτισσές σας, η πιθανότητα να ζητήσει κάποια από αυτές

μία ενυδατική υφασμάτινη μάσκα είναι μηδενική. Εάν όμως στις ίδιες 10 πελάτισσές προτείνετε εσείς να εντάξουν στην καθημερινή τους ρουτίνα ομορφιάς τη νέα τάση περιποίησης με Sheet Masks, τουλάχιστον το 30% θα ανταποκριθεί θετικά.

## Αξιοπιστία

Έχετε σπουδάσει και κουραστεί για να γίνεται φαρμακοποιός, επενδύετε καθημερινά χρόνο και χρήμα στο φαρμακείο σας, πληρώνετε και εκπαιδεύετε υπαλλήλους για να προσφέρετε στους πελάτες σας την καλύτερη εξυπηρέτηση και τελικά έρχεστε, καθημερινά πλέον, αντιμέτωποι με το υποτιμητικό «*ακριβοί είστε... το βρήκα στο internet στη μισή τιμή*». Επιλέξτε μάρκες που σέβονται τον ρόλο σας στην πώληση και τη δύναμη του φυσικού σημείου. Μάρκες

## Διαφοροποίηση

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα των ελληνικών φαρμακείων είναι ότι δύσκολα αναζητούν την καινοτομία και τη διαφοροποίηση. Η έλλειψη διαφοροποίησης οδηγεί σε έλλειψη πιστότητας «*θα πάω στο απέναντι, το ίδιο είναι*» και αδυναμία προσέλκυσης νέου πελατολογίου. Οι μεγάλες εδραιωμένες εταιρίες καλλυντικών είναι σίγουρα μια καλή επιλογή για εύκολη και ξεκούραστη πώληση, αλλά θέλει προσοχή ιδιαίτερα με τον πόλεμο τιμών στο ηλεκτρονικό εμπόριο!

που δίνουν, και σε φυσικά αλλά και σε ηλεκτρονικά φαρμακεία, τη δυνατότητα να λειτουργήσουν με ίσους όρους υγιούς ανταγωνισμού.

Ανάλογα με το προφίλ και το μικρο-περιβάλλον του κάθε φαρμακείου, μπορεί η σημασία των παραπάνω να διαφοροποιείται και πιθανόν να προστίθενται και επιπλέον κριτήρια, αλλά σε κάθε περίπτωση η ανάγκη της ένταξης νέων μαρκών είναι επιβεβλημένη. Αυτός είναι κανόνας σε όλο το εμπόριο.

Φέρτε λοιπόν το νέο και κάντε πρώτοι «*ένα άλμα πιο γρήγορο από τη φθορά\**». ■

\*στίχος του Οδυσσέα Ελύτη

# THANK YOU FARMER

ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΗ **ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ** BE BEAUTIFUL



## PURE MAKE UP BASE

Ενυδατική βάση για διόρθωση των κόκκινων ατελειών και προστασία UV

## NATURAL BB CREAM

Ενυδατική κρέμα με μέτρια κάλυψη και προστασία UV

## LUMINOUS CC CREAM

Ενυδατική κρέμα λάμψης με προστασία UV και αντιγήρανση

# ΑΛΛΕΡΓΙΑ, μια ευκαιρία να επενδύσετε σε αυτή την ανερχόμενη αγορά



Από την αλλεργική ρινίτιδα έως την ατοπική δερματίτιδα, υπολογίζεται ότι το 30% του πληθυσμού υποφέρει από αλλεργίες. Και αν ο πράσινος σταυρός δεν ασχολείται ακόμη δυναμικά με αυτή την κατηγορία, άλλα κανάλια το καλλιεργούν ήδη. Είναι καιρός λοιπόν για το φαρμακείο να αναπτύξει τις δεξιότητές του σε μια αναπτυσσόμενη αγορά.

Από τον **ΑΡΙΣΤΕΙΔΗ ΚΟΥΝΑ**,  
Φαρμακοποιό

**Σ**το πλαίσιο της συνεχούς εξέλιξης, τα φαρμακεία οφείλουν να αποτελούν σύγχρονα κέντρα υγείας και ευεξίας. Παρέχουν μια αποτελεσματική ολιστική εμπειρία εξυπηρέτησης, διότι οι αλλεργίες είναι από τα πιο συχνά προβλήματα υγείας, τα οποία δεν έχουν κάποιο ηλικιακό όριο και απευθύνονται στο ευρύ κοινό.

Αντιμέτωποι με κοκκινίλες και ερεθισμούς στο δέρμα, φτάρνισμα ή ερεθισμένα μάτια, πολλοί άνθρωποι ταλαιπωρούνται από αλλεργίες. Επιπλέον, ορισμένες αλλεργίες είναι υπερεκτιμμένες σε τέτοιο βαθμό, όπως η τροφική αλλεργία στη γλουτένη, ώστε η ένδειξη «χωρίς γλουτένη» να γίνει μια μοντέρνα διατροφή... με επακόλουθο να μπερδεύεται η απλή δυσανεξία με την κοιλιοκάκη. Το μείγμα των ειδών αλλεργίας εξυπηρετεί πολύ πραγματικές και αυξανόμενες

παθολογίες. Ένας στους δύο ανθρώπους θα είναι αλλεργικός το 2050, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ) και ο ασθενής, φυσικά, θα πάρει το φάρμακό του από το φαρμακείο. Συνεπώς, και η αγορά των αντιισταμινικών είναι εξίσου ευημερούσα και ανερχόμενη με νέες ευκαιρίες.

Η διαχείριση της αλλεργίας απαιτεί μια ιδιαίτερη επικοινωνία με τον πελάτη για την ανίχνευσή της και στη συνέχεια για την πρόληψή της, προσαρμόζοντας το περιβάλλον, τη διατροφή και την έκθεση γενικά στα αλλεργιογόνα. Και αυτή η διαχείριση είναι αρμοδιότητα του φαρμακοποιού!

Αλλά στην πραγματικότητα, το φαρμακείο δεν είναι ο μόνος προορισμός αγοράς προϊόντων υγείας και ευεξίας των λεγόμενων αλλεργικών ασθενών. Σχετικά με τη διατροφή, ιστορικά, η αγορά αυτή εξελίσσεται στα βιολογικά καταστήματα που πωλούν τρόφιμα, αλλά και καλλυ-

ντικά και απορρυπαντικά προσαρμοσμένα στους πάσχοντες από αλλεργίες. Για τα τρόφιμα, υπάρχουν προϊόντα χωρίς γλουτένη, προϊόντα χωρίς αλάτι, προϊόντα χωρίς λακτόζη και εναλλακτικές επιλογές για το γάλα. Όσον αφορά τα απορρυπαντικά, το οικολογικό σήμα είναι συχνά αρκετό για να ανταποκριθεί στις προσδοκίες των καταναλωτών. Τέλος, για τα καλλυντικά υπάρχουν γενικοί όροι διαφοροποίησης εξαιρετικά αυστηροί όσον αφορά τα συστατικά τους.

### Η Amazon επενδύει στην αλλεργία

Την άνοιξη του 2016, ο γίγαντας Amazon άνοιξε ένα «κατάστημα» αφιερωμένο στην αλλεργία στη Γαλλία με μια προσφορά με μεγάλη ποικιλία: από τον καθαριστή αέρα έως το πλύσιμο, από ηλεκτρικές σκούπες κενού μέχρι παπλώματα που απομακρύνουν τα ακάρεα... Βλέπουμε, λοιπόν, ότι ορισμένοι σημαντικοί παίκτες της αγοράς επιλέγουν να συνδυάσουν μια προσφορά που επικεντρώνεται αποκλειστικά στην αλλεργία!

### Ένα τμήμα προϊόντων χωρίς γλουτένη

Σημάδι των καιρών, ορισμένα φαρμακεία στο εξωτερικό τόλμησαν να δημιουργήσουν ένα τμήμα προϊόντων χωρίς γλουτένη για την τροφική αλλεργία. Πρέπει όμως να αναγνωρίσουμε ότι το έργο αυτό δεν είναι εύκολο. Οι προθεσμίες κατανάλωσης για τα προϊόντα αυτά είναι σύντομες και τα περιθώρια κέρδους χαμηλά. Το ράφι «χωρίς γλουτένη» απαιτεί πολλή δουλειά για να τεθεί σε εφαρμογή με επιτυχία και φυσικά μια πολύ μελετημένη διαχείριση. Αλλά τελικά, οι ασθενείς με κοιλιοκάκη και δυσανεξία στη γλουτένη προσελκύονται από την παρουσία του επαγγελματία υγείας και είναι ικανοποιημένοι που βλέπουν ότι ο φαρμακοποιός τους είναι ευαίσθητος στο πρόβλημα.

**Τρία βήματα είναι απαραίτητα** για την επιτυχή αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την προσφορά τροφίμων «χωρίς γλουτένη»:

- 1<sup>ο</sup> θα πρέπει ο φαρμακοποιός να είναι γνώστης και πραγματικά ικανός, έτσι ώστε να συμβουλεύσει τον πελάτη.
- 2<sup>ο</sup> να ακούει ενεργά τον πελάτη, έχοντας κατά νου ότι δεν θα υπάρξουν ποτέ συμβουλές στα σούπερ μάρκετ.
- 3<sup>ο</sup> να κάνει συμφωνίες με τους προμηθευτές ώστε οι παραγγελίες να παραδίδονται σε μικρές ποσότητες.

### Η συμβουλή για την αλλεργία στο δέρμα

Σε αυτή την περίπτωση η συζήτηση αρχίζει πάντα με μια ερώτηση σχετικά με το πώς το άτομο πλένεται. Η κατάλληλη πρόταση είναι ένα έλαιο καθαρισμού ή ένα δερματολογικό συνθετικό σαπούνι σε υγρή ή στερεή μορφή. Στη συνέχεια, προτείνουμε μια ενυδατική κρέμα ή ακόμα και μια κρέμα κορτιζόνης ανάλογα με την περίπτωση. Αυτές είναι οι βασικές γραμμές της προσέγγισής μας. Ορισμένοι φαρμακοποιοί αντιμετωπίζουν την αλλεργία μέσω του πρίσματος της εναλλακτικής ιατρικής. Υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις για τα συνθετικά μόρια, με την παρασκευή μιγμάτων τυποποιημένων φυτικών εκχυλισμάτων. Με άλλα λόγια, ο φαρμακοποιός που επιθυμεί να διαφοροποιηθεί έχει όλη τη νομιμότητα να το πράξει.

### Το πλεονέκτημα στο φαρμακείο

Σε κάθε περίπτωση, η πρόταση αντιισταμινικών OTC από το ράφι δεν αρκεί για να αναδείξει τις ικανότητές μας στην υπερευαισθησία. Η αλλεργία είναι ένα πραγματικό θέμα για το φαρμακείο και ο φαρμακοποιός έχει να διαδραματίσει βασικό ρόλο. Είναι επαγγελματίας υγείας

άμεσης πρόσβασης.

Στην πραγματικότητα όμως επενδύει σε αυτή την κατηγορία μια πολύ μικρή μειοψηφία φαρμακοποιών, με μικρά και διελά βήματα.

Η ιδέα πρέπει να οργανωθεί γύρω από 4 κατηγορίες προϊόντων: αρωματοθεραπεία, μικροδιατροφή, φυτοθεραπεία, καλλυντικά. Αυτή η ποικιλία που έχει σαν στόχο 100% την ευεξία του ασθενή με αλλεργία, καλό είναι να παρουσιάζεται σαν ολιστική προσέγγιση έκθεσης στα ράφια μέσα στο φαρμακοπωλείο. Και οι πάσχοντες από αλλεργίες δεν πρέπει να βρεθούν μόνοι τους απέναντι στις ετικέτες των προϊόντων. Είναι αναγκαίο να έχουν τη συμβουλή ενός ειδικού.

### Ας επικεντρωθούμε στην εκπαίδευση

Την άνοιξη και το φθινόπωρο, μπορούμε να οργανώσουμε για την ομάδα του φαρμακείου εκπαιδευτικά για τις εποχικές παθολογίες (συμπεριλαμβανομένων των αλλεργιών), γνωρίζοντας ότι η διαχείριση των αλλεργικών ασθενών περνάει από μια φαρμακευτική θεραπεία εφόδου, σε συνδυασμό με μια προσέγγιση πρόληψης που βασίζεται σε παραφαρμακευτικά προϊόντα για να ολοκληρωθεί η συμβουλή μας. Δεν πρέπει να προτείνουμε μόνο ένα αντιισταμινικό! Απαραίτητη προϋπόθεση λοιπόν αποτελεί η συνεχής εκπαίδευση του φαρμακοποιού και του προσωπικού με στόχο την καλύτερη και αποτελεσματικότερη συμβουλή προς τους ασθενείς – πελάτες.

### Οι εταιρείες... δίνουν την παράστασή τους

Η αλλεργία είναι σημαίνουσα παθολογία και οι εταιρείες πολλαπλασιάζουν τις πρωτοβουλίες επικοινωνίας τους για να ευαισθητοποιήσουν το ευρύ κοινό: ειδικές σελίδες στους ιστότοπούς τους,

Οι συμβουλές «κλειδιά»

- Η αλλεργία επηρεάζει όλο και περισσότερους ανθρώπους, αλλά είναι ανεπαρκώς διαγνωσμένη.
- Η αγορά διαθέτει μεγάλη ποικιλία: από αντιισταμινικά, έως μαξιλάρι ενάντια στα ακάρεα, ψωμί χωρίς γλουτένη ή επιδόρπια χωρίς λακτόζη...
- Οι απαντήσεις στις ανάγκες των ασθενών είναι διάσπαρτες και πολυκαναλικές: φαρμακεία, βιολογικά καταστήματα, σούπερ μάρκετ, Internet.
- Στο φαρμακείο, η αλλεργία δεν αντιμετωπίζεται μέχρι τώρα ολιστικά.
- Το φαρμακείο έχει μια ευκαιρία να επενδύσει σε αυτήν την ανερχόμενη αγορά.

ενημερωτικά φυλλάδια, λίστες αλλεργιογόνων... κ.λπ.

Τελευταία, μάλιστα, αρχίζει και ο φαρμακοποιός να είναι στη λίστα του κοινού της όλης προσοχής τους! Επιθυμούν να τους εκπαιδεύουν ώστε να μπορούν στη συνέχεια να συμβουλεύσουν τον ασθενή με αλλεργία στη γύρη για παράδειγμα, πώς να προστατευτεί από το περιβάλλον του, και πώς να υποστηρίξει την άμυνα του ανοσοποιητικού του, παράλληλα με το αντιισταμινικό που θα χορηγήσει. Αυτή η προσέγγιση καθιστά δυνατή όχι μόνο την αντιμετώπιση της κρίσης, αλλά και την πρόληψη της αλλεργίας. Και αυτό, σε μια λογική της διατήρησης του κεφαλαίου υγείας και της θεραπευτικής επιμόρφωσης για τον ίδιο τον ασθενή. Οι εταιρείες λοιπόν πρέπει να έχουν κατά νου ότι οι φαρμακοποιοί δείχνουν (σε ένα σημαντικό ποσοστό) να θέλουν να στηρίζουν τη σωστή ενημέρωση των ασθενών και την πρόληψη παθήσεων συμπεριλαμβανομένης της αλλεργίας. Η αγάπη, το πάθος για το αντικείμενο εργασίας τους και η διάθεση για εξέλιξη και ενεργή συμμετοχή σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων για την υγεία είναι δεδομένα! ■





# MéDeor

BEAUTY • HEALTH



Επανάστατική Τεχνολογία | Καινοτόμοι Οροί Ομορφιάς

Biomimetic Boosters Serums Line

[www.medeorcosmetics.com](http://www.medeorcosmetics.com)

Αποκλειστικός Διανομέας Ελλάδας: Pharmastock ΑΕ | Τηλ: 2105816220

# Η κατηγορία ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ για το αδυνάτισμα κερδίζει βάρος



Μετά από μερικά χαστικά χρόνια, τα προϊόντα για το αδυνάτισμα φαίνεται να κερδίζουν έδαφος αφενός λόγω κυκλοφορίας καινοτόμων προϊόντων, αφετέρου λόγω της έντονης διαφήμισης. Πρόκειται για μια κατηγορία με υψηλή προστιθέμενη αξία, η οποία εξακολουθεί να προσφέρει μεγάλες προοπτικές.



**Σ**ε ένα περιβάλλον όπου το υπερβολικό βάρος κερδίζει έδαφος, τα προϊόντα αδυνατίσματος αγωνίζονται να απογειωθούν.

Η αγορά των προϊόντων αδυνατίσματος (διαιτητικά προϊόντα, συμπληρώματα διατροφής, κρέμες κατά της κυτταρίτιδας...) φαίνεται από το 2020 να επιστρέφει σε μια αποδεκτή ταχύτητα πλεύσης. Μετά την έκρηξη των συμπληρωμάτων διατροφής για το αδυνάτισμα μεταξύ 2010

και 2014, η κατηγορία είχε υποσκελιστεί από άλλες κατηγορίες όπως ο ύπνος, η πέψη, οι αρθρώσεις... οι οποίες έχουν αναπτυχθεί έντονα. Η αγορά ήταν σε ελεύθερη πτώση σε πολλά φαρμακεία τα τελευταία 3 χρόνια, έτσι ώστε οι φαρμακοποιοί δεν επένδυσαν πολύ σε αυτή την κατηγορία. Βέβαια, συνεργεί και η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών που θεωρείται απογοητευτική. Σήμερα, διαφαίνεται δειλά δειλά μια τάση ανάπτυξης.

### Αλλά η ελπίδα υπάρχει!

Τα προϊόντα συνδέονται με την εποχικότητα και η πιο ευνοϊκή περίοδος για αγορές είναι μεταξύ Μαρτίου και Ιουνίου. Καθοδηγούμενοι από μία πιο ρεαλιστική υπόσχεση αποτελέσματος, οι καταναλωτές είναι έτοιμοι να τα αγοράσουν. Η μέση τιμή ενός συμπληρώματος διατροφής για το αδυνάτισμα φτάνει τα € 20. Οι συνήθειες μορφές τους, εκτός από τις κρέμες για κυτταρίτιδα, είναι κάψουλες ή δισκία αλλά και πόσιμα διαλύματα, ενώ παράλληλα, αναπτύσσονται και άλλες εναλλακτικές λύσεις, όπως το τσάι βοτάνων.

Οι εταιρείες προσφέρουν νέα, πιο εξελιγμένα και αξιόπιστα προϊόντα, για να διευκολύνουν τους καταναλωτές να επιλέξουν. Η αγορά αυτή χρειάζεται ιδιαίτερα την υποστήριξη της ομάδας του φαρμακείου, για να αντιμετωπίσουν έναν όλο και πιο έντονο ανταγωνισμό από τα eshops. Ως αποτέλεσμα, ορισμένες εταιρείες φροντίζουν την εκπαίδευση των φαρμακοποιών από ειδικούς διαιτολόγους.

Το να θέσουν τις σωστές ερωτήσεις στον πελάτη για να δώσουν την καλύτερη συμβουλή, είναι ένα θέμα που οι εταιρείες οφείλουν να εκπαιδεύσουν τον φαρμακοποιό και την ομάδα του.

### ΞΕΚΑΘΑΡΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ, για καλύτερες πωλήσεις

Η καινοτομία, οι επενδύσεις στα μέσα ενημέρωσης, το αστείρευτο ενδιαφέρον των καταναλωτών για απώλεια βάρους... όλα τα στοιχεία είναι εδώ για να κάνουν την αγορά για το αδυνάτισμα να έχει μια διαρκή δυναμική. Ένα πεδίο βελτίωσης παραμένει ωστόσο το merchandising και οι προσφορές. Οι εταιρείες αναπτύσσουν πολλούς κωδικούς για να διατηρούν την ορατότητα τους στα ράφια. Η αγορά αντιδρά πολύ έντονα στην επικοινωνία, αλλά και στην προβολή στα σημεία πώλησης: δείκτες ραφιών, βιτρίνα, προωθητικά υλικά. Η προβολή αυτή είναι αναγκαία να γίνει

## ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η σειρά ENERGY της QNT βελτιώνει και παρατείνει τις αθλητικές επιδόσεις, εξασφαλίζοντας ώθηση, ενυδάτωση και αποτελεσματική αποκατάσταση.

Το **ENERGY**, είναι ένα μείγμα υψηλής ποιότητας υδατανθράκων και καφεΐνης, εμπλουτισμένο με βιταμίνες και μέταλλα. Καταναλώνεται πριν την προπόνηση, για την ενίσχυση της αντοχής και της απόδοσης.

Το **ISOTONIC**, είναι ένα μείγμα ηλεκτρολυτών, εμπλουτισμένο με βιταμίνες και μέταλλα. Καταναλώνεται κατά τη διάρκεια της προπόνησης, για την αναπλήρωση των επιπέδων ενέργειας.

Το **RECOVERY**, είναι ένα μείγμα υψηλής ποιότητας υδατανθράκων, αμινοξέων και γλουταμίνης, εμπλουτισμένο με βιταμίνες και μέταλλα. Καταναλώνεται αμέσως μετά την προπόνηση, ενισχύει τη διαδικασία της αποκατάστασης και αναπληρώνει τα αποθέματα γλυκογόνου.



## ΤΑ ΦΥΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ Βοηθούν στην απώλεια Βάρους;

Η αγκινάρα, το γκουαράνα, το πράσινο τσάι, η κετόνη βατόμουρου, τα στελέχη σταφυλιών... είναι συστατικά που προβάλλονται όσο και τα προϊόντα της παραδοσιακής βοτανολογίας, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι καταναλωτές αναζητούν περισσότερο φυσικά προϊόντα. Επιπλέον και το κομμάτι χρησιμοποιείται στις φόρμουλες. Αυτό το φυτό, που λειτουργεί σαν σφουγγάρι στο στομάχι, χρησιμοποιείται σε πολλά προϊόντα που μειώνουν την όρεξη. Βέβαια, στο αδυνάτισμα, το κύριο κριτήριο παραμένει η αποτελεσματικότητα.

στην καρδιά της εποχικότητας, από τον Μάρτιο έως τον Ιούνιο.

Ο στόχος του φαρμακοποιού πρέπει να είναι η διευκόλυνση της πρόσβασης του καταναλωτή στο προϊόν και η διατήρηση μιας περιορισμένης ποικιλίας με ανταγωνιστικές τιμές προς όφελος του αγοραστή. Μόνο έτσι θα μπορέσει να έχει την επιθυμητή ανακύκλωση του εμπορεύματος και τα καλύτερα περιθώρια κέρδους.

### ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ:

#### Οι υποσχέσεις που λειτουργούν

Η γκάμα των συμπληρωμάτων διατροφής για αδυνάτισμα φαίνεται σήμερα να είναι πιο ξεκάθαρη και βασίζεται στις εξής μεγάλες οικογένειες.

Οι **δεσμευτές λίπους και ζάχαρης**, με τις ολοένα και πιο αποτελεσματικές υποσχέσεις τους, προσελκύουν περισσότερο τους καταναλωτές.

Στη συνέχεια, έρχονται τα **αποσυμφορητικά και διουρητικά**. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τα από του στόματος προϊόντα για την κυτταρίτιδα (κατά της κατακράτησης υγρών) και ακόμη και τα προϊόντα για βαριά πόδια.

#### Τα προϊόντα που διευκολύνουν

**την καύση του λίπους** είναι επίσης σε άνοδο, με σαφείς στόχους για την απώλεια βάρους.

Τέλος, έρχονται τα προϊόντα με πιο στοχοθετημένες υποσχέσεις, όπως αυτά για **επίπεδη κοιλιά**, αυτά που **μειώνουν την όρεξη** καθώς και οι **τοπικές κρέμες για την κυτταρίτιδα**, κατηγορίες που βρίσκονται σε πτώση.

#### Σύγχρονα δεδομένα

Έρευνες που έγιναν στο εξωτερικό δείχνουν ότι οι ασθενείς που θέλουν ν' αδυνάτισουν απευθύνονται κυρίως στον διαιτολόγο τους και ένα μικρό ποσοστό μόνο στον φαρμακοποιό τους, ενώ λαμβάνουν πληροφορίες πρώτα από το Διαδίκτυο. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών που ανησυχούν περισσότερο για τη γραμμή τους είναι, μεταξύ 18 και 30 ετών.



Για να χάσουν βάρος πριν από το καλοκαίρι, οι πελάτες καταφεύγουν κυρίως σε προϊόντα δέσμευσης λίπους και αποσυμφόρησης, ενώ στο μεγαλύτερο ποσοστό τους προτιμούν τη σωματική άσκηση.

Τι μπορούμε να συμπεράνουμε από αυτά; Ενώ το αδυνάτισμα παραμένει ένα όνειρο... οι καταναλωτές φαίνεται να έχουν δυσκολία να εμπιστευτούν τα προϊόντα αδυνατίσματος!

### Αποτοξίνωση, Η ΝΕΑ ΤΑΣΗ

Αυτή η νέα άποψη του ευζήν γίνεται αισθητή σε όλες τις ηλικίες και είναι πραγματικά σύμπτωμα της καταναλωτικής μας κοινωνίας. Να σημειώσουμε εδώ, ότι η αποτοξίνωση του οργανισμού αποτελεί μέρος μιας παγκόσμιας τάσης κατανάλωσης. Η αποτοξίνωση γίνεται όλο και περισσότερο μια ρουτίνα που αναζητείται πιο πολύ από το αδυνάτισμα, για την απομάκρυνση των τοξινών, την υποστήριξη του ήπατος και την υποβοήθηση της πέψης.

### ΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΣΕ ΦΑΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ!

Η αγορά αδυνατίσματος, όπως προϊόντα δίαιτας, συμπληρώματα διατροφής, φαρμακευτικά προϊόντα, καλλυντικά, υπηρεσίες για το αδυνάτισμα, διαδικτυακές υπηρεσίες παρακολούθησης και coaching για το αδυνάτισμα, ψηφιακά συνδεδεμένες συσκευές που κάνουν λιπομέτρηση και μετράνε την κατανάλωση θερμίδων καθώς και συναφή αντικείμενα που σχετίζονται με την απώλεια βάρους, φαίνονται να έχουν προοπτικές για το μέλλον.

### Ο πραγματικός αντίκτυπος της διαφήμισης

Τα προϊόντα για το αδυνάτισμα ανταποκρίνονται καλά στη διαφήμιση. Η ισχυρή παρουσία τους στα μέσα ενημέρωσης: τηλεόραση, αφίσες, τύπος, ραδιόφωνο... καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, αποτελεί ένα πλεονέκτημα για τους φαρμακοποιούς. Βέβαια, όλοι συμφωνούν ότι είναι απαραίτητο να στηρίξουμε τον καταναλωτή σε μια ολοκληρωμένη φροντίδα για την απώλεια βάρους, που εκτός από τη λήψη κάποιου προϊόντος, πρέπει να συνδέεται και με έναν προσαρμοσμένο

τρόπο ζωής (διατροφή και άσκηση). Και οι εταιρείες πρέπει να προσαρμόζουν την επικοινωνία τους σε αυτόν τον τομέα. Δεν υπάρχουν πλέον φανταστικές υπερ-υποσχέσεις!

### Το αδυνάτισμα στον ψηφιακό κόσμο

Οι ειδικοί συμφωνούν ότι η αγορά πρέπει να εφαρμόσει το online coaching για να ξαναβρεί τον δρόμο της. Οι εταιρείες θα πρέπει να δημιουργήσουν νέα μοντέλα ολιστικής φροντίδας αδυνατίσματος που θα συνδυάζουν διατροφή,

### Εξατομικευμένη online παρακολούθηση

Το 2020, προβλέπονται υποτονικές πωλήσεις για καλλυντικά κατά του τοπικού πάχους και μια ελαφρά αύξηση για τα διαιτητικά προϊόντα αδυνατίσματος και τα συμπληρώματα διατροφής. Αλλά, πάνω απ' όλα, το **online coaching αδυνατίσματος** και οι ψηφιακές εφαρμογές που απορρέουν από αυτό, έχουν ένα λαμπρό μέλλον μπροστά τους. Και οι νεοφερμένοι στην ψηφιακή μέθοδο αδυνατίσματος κερδίζουν έδαφος.

Η καθημερινή παρακολούθηση είναι πολύ σημαντική και γίνεται όλο και περισσότερο ψηφιακή. Έτσι, ορισμένες μάρκες στο εξωτερικό και σύντομα πιστεύω και στην Ελλάδα, έχουν δημιουργήσει μια υπηρεσία online coaching, κτίζοντας ένα club αδυνατίσματος. Αυτό το πρόγραμμα, που έχει μια συνδρομή, επιτρέπει στα μέλη να το παρακολουθήσουν εξατομικευμένα για 30 ημέρες, κατά τη διάρκεια του οποίου παρέχονται πολλές συμβουλές για την ενίσχυση των αποτελεσμάτων των τοπικών και από του στόματος θεραπειών. Δίδονται διατροφικές πληροφορίες, συνταγές, ασκήσεις μυϊκής ενδυνάμωσης, τεχνικές μασάζ, καθημερινές συμβουλές... καθώς η θεραπεία εξελίσσεται. Τα μέλη του club έχουν επίσης πρόσβαση σε μια προσωπική περιοχή, επιτρέποντάς τους να παρακολουθούν τακτικά την εξέλιξη της σιλουέτας τους, η οποία παραμένει αναμφισβήτητη η καλύτερη πηγή κινήτρων. Αυτή η ψηφιακή ενέργεια είναι ένα πρώτο βήμα και υπάρχουν και άλλα εργαλεία ανάπτυξης για την αύξηση της αφοσίωσης και της αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές μέσω περιεχομένου βίντεο, συζητήσεων, εφαρμογών στο smartphone κ.λπ. Η υπηρεσία αυτή φαίνεται να είναι μια πολλά υποσχόμενη λύση για την αγορά της κατηγορίας, και το αδυνάτισμα καλείται όσο το δυνατόν πιο κοντά στους καταναλωτές μέσω Διαδικτύου.

σωματική άσκηση και ευεξία. Και τα παραδοσιακά δίκτυα, όπως τα φαρμακεία, θα πρέπει να αντιμετωπίσουν έναν υπερβολικά ενημερωμένο καταναλωτή, ο οποίος είναι όλο και περισσότερο μέλος της κοινωνικών δικτύων. Μόνο έτσι, οι αγορές αδυνατίσματος θα πάρουν την πάνω βόλτα, γιατί ακόμη και οι καινοτομίες που υποστηρίζουν τις πωλήσεις δεν είναι πλέον αρκετές. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, δεν είναι εύκολο να αναβιώσει ξανά αυτή η κατηγορία στο φαρμακείο και σήμερα πρέπει και τα 2 μέρη, εταιρείες και φαρμακεία να προσπαθήσουν υπεύθυνα για να αναδείξουν το αδυνάτισμα σε αυτό το παραδοσιακό κανάλι. ■

**Πόπη Χαραμή**



# Τα Γυαλιά Πρεσβυωπίας, μια κατηγορία σε ανάπτυξη

Τα γυαλιά πρεσβυωπίας, χωρίς να αποκλείουμε όμως και τα γυαλιά ηλίου για όλη την οικογένεια, μπορούν να βρουν κάλλιστα τον φυσικό τους χώρο σε ένα κατάσταση υγείας, όπως το φαρμακείο!

**Τ**α γυαλιά πρεσβυωπίας στοχεύουν σε πελάτες, συνήθως μετά την ηλικία των 35-40, που παρουσιάζουν αυτή την οπτική διαταραχή. Η αγορά αυτή κατανέμεται σήμερα ανάμεσα σε φαρμακεία, καταστήματα οπτικών αλλά και σούπερ μάρκετ. Τα φαρμακεία έχουν ακόμη ένα μικρό μερίδιο, περίπου το 1/5 της αγοράς σε πωλήσεις και εκτιμάται ότι περίπου το 40% των φαρμακείων δουλεύουν πλέον σήμερα αυτήν την κατηγορία, γεγονός που δείχνει καλές προοπτικές ανάπτυξης.

Επισημαίνεται από τον ΕΟΦ ότι για κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ασχολείται με διανομή/εισαγωγή/διακίνηση ιατροτεχνολογικών προϊόντων, ισχύει η

ΔΥ85/ΓΠοικ/1348 ΦΕΚ 32/16/1/04 «Οδηγίες Ορθής Πρακτικής Διανομής Ι/Π» για προϊόντα που έχουν επισήμανση CE και απαιτείται πιστοποιητικό/βεβαίωση για τη διανομή Ι/Π, η οποία κοινοποιείται στον ΕΟΦ και καταβάλλεται τέλος ετοιμότητας σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Αρ. 48 Ν. 3370/ΦΕΚ 176/11-7-05.

Επιλέξτε, λοιπόν, με προσοχή τους πιστοποιημένους παρόχους και διανομείς αυτών των σημαντικών ιατροτεχνολογικών προϊόντων.

Για να αναπτύξει αυτήν την κατηγορία ο φαρμακοποιός και να αυξήσει τις πωλήσεις του, δεν πρέπει να διστάσει να προ-



σφέρει πολλά μοντέλα με διαβαθμίσεις όρασης, προσφέροντας παράλληλα δωρεάν την κατάλληλη θήκη, το κορδόνι και το ειδικό πανάκι καθαρισμού των γυαλιών. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχει και μια μικρή ποικιλία μαρκών στον χώρο πώλησης, με μια κατάλληλη σήμανση για να προβληθούν σωστά, καθώς και μια σαφής ένδειξη των τιμών.

## Με τι κερδοφορία;

Τα γυαλιά πρεσβυωπίας είναι ενδιαφέροντα προϊόντα, όπου ο φαρμακοποιός μπορεί να εφαρμόσει ένα άνετο περιθώριο κέρδους και αν κάνει απ' ευθείας αγορές από την εταιρία - προμηθευτή, μπορεί να δώσει στους πελάτες του ιδιαίτερα ελκυστικές προτάσεις και εκπτώσεις. ■

## Οι απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της κατηγορίας

- Τα **γυαλιά πρεσβυωπίας** είναι **ιατροτεχνολογικά προϊόντα** (medical devices) και μπορούν να πωλούνται κάλλιστα στα φαρμακεία. Το ελάχιστο που απαιτείται για να γίνει η προβολή τους είναι ένα stand, ένας καθρέφτης και ένα τεστ ανάγνωσης.
- Όσο για την επιλογή του προμηθευτή, προσοχή στα προϊόντα χωρίς πιστοποιήσεις που μπορεί να υπονομεύσουν την αξιοπιστία και το κύρος του φαρμακοποιού στην αγορά αυτή.

# Προϊόντα ΜΙΑΣ ΚΑΛΥΤΕΡΗΣ ΖΩΗΣ



Η εταιρεία Vitorgan, ως διανομέας των γυαλιών EyeLead, σύμφωνα με τις **Αρχές και κατευθυντήριες γραμμές ορθής πρακτικής διανομής Ι/Π** (Υπ. Απόφαση ΔΥ86/Γ.Π. οικ./1348/ΦΕΚ 32Β/16-1-2004) έχει κοινοποιήσει στον ΕΟΦ τα γυαλιά πρεσβυωπίας EyeLead που φέρουν Πιστοποίηση CE και κατέχει **βεβαίωση διακίνησης** Ιατροτεχνολογικών Προϊόντων (Ι/Π) και ISO 9001:2015. Η Vitorgan έχει καταβάλει τέλος ετοιμότητας στον ΕΟΦ, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Υπ. Αρ. 48 Ν. 3370/ΦΕΚ 176/11-7-05.



## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Φορμίωνος 283 & Ζωοδ. Πηγής 77, Τ.Κ.16233, Βύρωνας  
Τηλ: 210 7600010-14 | Fax: 210 7600015 | E-mail: info@vitorgan.gr  
f Vitorgan.gr | m Vitorgan\_ltd

ΣΤΗΡΙΖΟΥΜΕ ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΩΝ "ΕΛΠΙΔΑ" & "UNESCO"

  
**VITORGAN®**

Χαράλαμπος Δημ. Αμπατζόγλου  
"60 χρόνια στο πλευρό του φαρμακοποιού"

[www.vitorgan.gr](http://www.vitorgan.gr)

# Η αντιγήρανση σε σταθερή ανάπτυξη





Τα προϊόντα αντιγήρανσης αποτελούν τη ναυαρχίδα στην κατηγορία των προϊόντων φροντίδας του προσώπου με συνεχή λανσαρίσματα. Ολοένα και περισσότερο, οι μεγάλες εταιρίες δερμοκαλλυντικών συνεχίζουν να επενδύουν στη συγκεκριμένη κατηγορία, παρέχοντας στο καταναλωτικό κοινό υποσχέσεις για τα αποτελέσματα των προϊόντων τους. Σήμερα, όμως, οι υπερ-υποσχέσεις δεν έχουν το κατάλληλο αντίκτυπο στους καταναλωτές, ενώ στο στόχαστρο των εταιριών για την κατηγορία πλέον είναι και οι νέες γυναίκες.

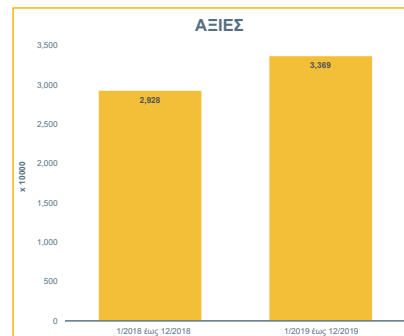
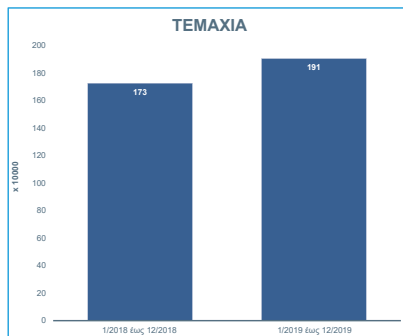
**Α**ντιμέτωποι με τις γυναίκες καταναλώτριες που αγοράζουν από πολλά κανάλια, το φαρμακείο αποτελεί σημείο αναφοράς των προϊόντων αντιγήρανσης και κατέχει το 35% των πωλήσεων της συγκεκριμένης κατηγορίας. Το αναμφισβήτητο πλεονέκτημά του είναι ο ρόλος του φαρμακοποιού ως επαγγελματίας και σύμβουλος υγείας. Αναμφισβήτητο σε αυτό το κανάλι, βασικός παράγοντας είναι και η ποιότητα, αλλά και η ασφάλεια των εν λόγω προϊόντων.

Θα μπορούσε κανείς να σκεφτεί ότι η προσπάθεια βελτίωσης των προϊόντων αντιγήρανσης, έγκειται στη βελτίωση της αισθητικότητας των συνθέσεων και στην αναζήτηση καινοτομιών για την

αντιμετώπιση των ρυτίδων. Οι καταναλώτριες, κατ' επέκταση, αναζητούν ένα συνδυασμό ευχαρίστησης και αποτελεσματικότητας.

### Προϊόντα Αντιγήρανσης στο Φαρμακείο

1/2018 έως 12/2018 συγκριτικά με 1/2019 έως 12/2019 (Τεμάχια & Αξίες)



Σε αυτόν τον εξαιρετικά ανταγωνιστικό τομέα, οι εταιρίες δερμοκαλλυντικών έχουν πολλαπλασιάσει τα λανσαρίσματά τους, με προϊόντα ολιστικής φροντίδας για το δέρμα.

Η αντιγηραντική φροντίδα ημέρας αποτελεί την πιο συχνή πρακτική στην αντιμετώπιση των ρυτίδων και ακολουθεί η περιποίηση της περιοχής γύρω από τα μάτια (μαύροι κύκλοι, σακούλες, «πόδι χήνας»). Τα προϊόντα για την περιποίηση της περιοχής γύρω από τα μάτια, είχαν παρουσιάσει μια εξαιρετική δυναμική πωλήσεων πριν από μερικά χρόνια, κάτι που σήμερα όμως δεν ισχύει, καθώς οι πωλήσεις τους έχουν μειωθεί, ενώ δεν υπάρχουν ιδιαίτερες καινοτομίες στα συγκεκριμένα προϊόντα. Οι καταναλωτές σήμερα αναζητούν προϊόντα αντιγήρανσης με πολλαπλές δράσεις, π.χ. κρέμες 3 σε 1 κατά των μαύρων κύκλων, αντιρυτιδικές, σύσφιξης και για τις σακούλες κάτω από τα μάτια.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της IQVIA η κατηγορία παρουσίασε μια αύξηση της τάξης των 10,5 % σε τεμάχια το 2019 σε σχέση με το 2018 και έτσι ανήλθε στα 1.910.000 τεμάχια από 1.730.000 τεμάχια. Όσο δε αφορά τις αξίες, η αύξηση ήταν λίγο μεγαλύτερη και άγγιξε το 15% το 2019 συγκριτικά με το 2018, ανερχόμενη στα 33.690.000 € από τα 29.280.000€ όπως βλέπετε στον παρακάτω πίνακα.





### Το Φαρμακείο ως σημείο αναφοράς

Το φαρμακείο θεωρείται σήμερα, ιδιαίτερα από τις γυναίκες, ως το σημείο αναφοράς για την αντιγηραντική φροντίδα του προσώπου. Οι λόγοι είναι πολλοί: τα καινοτόμα προϊόντα που μπορεί κανείς να βρει εδώ, οι ποιοτικές συμβουλές που τους παρέχουν οι φαρμακοποιοί, αλλά και η σχέση τιμής/ποιότητας. Το εύρος τιμών αλλά και η ποικιλία προϊόντων του φαρμακείου προσελκύει όχι μόνο καταναλώτριες της επιλεκτικής διανομής που εδώ βρίσκουν premium προϊόντα σε ανταγωνιστικές τιμές, αλλά και αυτές με προβλήματα, όπως η ευαίσθητη επιδερμίδα.

Η αγορά ενισχύεται από τα διάφορα και δυναμικά λανσαρίσματα των εταιριών που υποστηρίζονται από μεγάλες επενδύσεις στην προβολή. Η αδυναμία όμως τήρησης ορισμένων υποσχέσεων από κάποια καινοτόμα προϊόντα, μπορεί να οδηγήσει σε πλήρη απογοήτευση, ιδιαίτερα όταν οι καταναλωτές επενδύουν σε ένα προϊόν, αναμένοντας εφικτά και αληθινά αποτελέσματα.

Θα πρέπει λοιπόν οι εταιρίες να προσέχουν τι υπόσχονται...

### Στόχος... η ολιστική φροντίδα της επιδερμίδας

Σχετικά με την προσφορά και τη ζήτηση, το προβάδισμα έχουν τα αντιγηραντικά προϊόντα σύσφιξης για τις γυναίκες άνω των 40 ετών, τα οποία αντιπροσωπεύουν το 50% των πωλήσεων στην κατηγορία.

Πλέον, στο στόχαστρο των εταιριών βρίσκονται και οι ηλικιακές ομάδες των 30 ετών.

Στην ηλικιακή αυτή ομάδα έχουν αρχίσει να κάνουν την εμφάνισή τους οι ρυτίδες, ενώ η επιδερμίδα έχει αρχίσει να χάνει τη σφριγηλότητά της, με αποτέλεσμα τη χαλάρωση.

Οι λύσεις υπάρχουν... και είναι πολλές! Συνεπώς, οι εταιρίες δερμοκαλλυντικών επενδύουν κυρίως σε προϊόντα που αντιμετωπίζουν τα σημάδια της γήρανσης στο σύνολό τους για καλύτερα αποτελέσματα.

Οι σειρές αντιγήρασης περιέχουν στις συνθέσεις τους γνωστά και αποδεδειγμένα δραστικά συστατικά, όπως το υαλουρονικό οξύ, για το «γέμισμα» των ρυτίδων ή τη ρετινόλη για αύξηση της σφριγηλότητας της επιδερμίδας.

Όσο για τη φροντίδα του δέρματος για ώριμες επιδερμίδες αυτή αντιπροσωπεύει σχεδόν το 30% των πωλήσεων στην κατηγορία. Κύριος στόχος αυτών

των προϊόντων, η φροντίδα για μια όμορφη ώριμη επιδερμίδα και η προστασία από τις επιδράσεις των ορμονικών αλλαγών μετά την εμμηνόπαυση. Σημειώστε επιπρόσθετα ότι η κατηγορία αυτή, δεν αφορά πλέον μόνο τις κυρίες αυτής της ηλικίας, αλλά και τους κυρίους οι οποίοι προσέχουν και περιποιούνται το δέρμα τους!

### Πρόληψη πάνω απ' όλα

**Νέα δεδομένα:** Η πρόταση προϊόντων κινείται ανάλογα με το καταναλωτικό κοινό-στόχο, δίνοντας πλέον λύσεις και σε νεότερες ηλικίες, οι οποίες μέχρι πρότινος απείχαν πολύ από τα κλασικά αντιγηραντικά προϊόντα. Μάλιστα, οι σειρές αυτές που υπόσχονται εξάλειψη των πρώτων σημαδιών γήρανσης, καταγράφουν σημαντικές πωλήσεις από νεότερες ηλικίες. Πλέον, στο στόχαστρο των εταιριών βρίσκονται και οι ηλικιακές ομάδες των 30 ετών. Το συγκεκριμένο κοινό είναι εύκολος στόχος, λαμβάνοντας υπόψη τις συχνές επισκέψεις τους στο φαρμακείο, ιδιαίτερα αυτές των νέων μπτέρων, για αγορές όχι μόνο για τις ίδιες αλλά και για το μαρμό τους. Σήμερα, από την ηλικία των 25 ετών, οι γυναίκες γνωρίζουν ότι έχουν τη δύναμη στα χέρια τους και πώς μπορούν να καθυστερήσουν τα σημάδια της γήρανσης, εφαρμόζοντας τα κατάλληλα δερμοκαλλυντικά και αντιμετωπίζοντας το πρόβλημα «εν τω γεννάστε». Αναζητούν, λοιπόν, μια καλλυντική φροντίδα για τα πρώτα σημάδια της γήρανσης, φροντίζοντας κατάλληλα τη σωστή ενυδάτωση της επιδερμίδας και την προστασία από εξωγενείς παράγοντες που οδηγούν σε πρόωρη γήρανση, όπως η υπεριώδης ακτινοβολία, η ρύπανση, η κόπωση, ο καπνός, το κλίμα, η διατροφή...

### Σύγχρονες Τάσεις

Μπορεί για τον κάθε καταναλωτή η «βασική» φροντίδα να παραμένει η καθημερινή χρήση της αντιγηραντικής κρέμας, αλλά πλέον έχουν κάνει και την εμφάνισή τους οι οροί, τα λεγόμενα serum. Ως μοχλός ανάπτυξης στο πλαίσιο των αντιγηραντικών σειρών, οι οροί αναπτύσσονται και εξελίσσονται ταχύτατα σε τεχνολογία συνθέσεων, ιδιαίτερα στο φαρμακείο,

**CASTALIA**  
LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES PARIS

# Chronoderm



Χαρίστε **νεότητα** και **λάμψη** στην επιδερμίδα σας

Ολοκληρωμένη σειρά  
φροντίδας κατά των ρυτίδων  
& των δυσχρωμιών

Προληπτική & επανορθωτική  
δράση ενάντια στα σημάδια  
γήρανσης & φωτογήρανσης

ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ ΕΛΕΓΜΕΝΑ



ΡΩΤΗΣΤΕ ΤΟΝ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟ Ή ΤΟΝ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 20 ΧΡΟΝΙΑ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ

γεγονός που «κλέβει» καταναλωτές, από την επιλεκτική διανομή.

Αλλά ο τομέας αυτός της «συμπυκνωμένης» και «βαθιάς» περιποίησης της επιδερμίδας, παραμένει προς το παρόν περιθωριοποιημένος στα φαρμακεία, ενώ διαφαίνεται μια τάση βελτίωσης. Όσο περισσότερο ο καταναλωτής αντιγηραντικών προϊόντων γίνεται εμπειρογνώμονας, τόσο πιο σύντομα θα είναι έτοιμος να μπει στον πειρασμό να δοκιμάσει τα συγκεκριμένα συμπληρωματικά προϊόντα. Το σημαντικό, για τον φαρμακοποιό, είναι η αύξηση των πωλήσεων στο φαρμακείο και το γέμισμα του καλαθιού αγορών από τον καταναλωτή. Συνεπώς, θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση και προσοχή κατά τη συμβουλή συμπληρωματικών προϊόντων φροντίδας.

Παράλληλα, έχουν γίνει ευρέως γνωστές και οι μικρές αισθητικές επεμβάσεις, όπως τα peeling, οι μάσκες προσώπου,

οι μεσοθεραπείες, οι ενέσεις υαλουρονικού οξέος, κ.λπ. Έτσι, ορισμένα ιστορικά δερματολογικά εργαστήρια άρχισαν να δημιουργούν προϊόντα τύπου «μινι - αισθητικής επεμβατικής» που συνοδεύουν τα βασικά καθημερινά προϊόντα αντιγήρανσης.

### Η επικοινωνία

Η δυσκολία στα προϊόντα κατά της γήρανσης είναι ότι, όπως και στα προϊόντα για το αδυνάτισμα, η τελευταία καινοτομία να παρουσιάζεται πάντοτε ως περισσότερο αποτελεσματική, βασιζόμενη πάνω σε καινοτόμο concept και πιο ενισχυμένες αντιγηραντικές δράσεις. Ο αγώνας, λοιπόν, κατά των ρυτίδων, αντιπροσωπεύει μια κατηγορία δερμοκαλλυντικών με την πλέον δυναμική επικοινωνία και προβολή όχι μόνο με ενέργειες μέσα στο φαρμακείο, αλλά κυρίως στα MME. Εκτός λοιπόν από τις μεγάλες επενδύσεις που γίνονται για την προβολή τους,

οι μάρκες που πωλούνται στα φαρμακεία θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα και στην εκπαίδευση της ομάδας του φαρμακείου, εξασφαλίζοντας έτσι την ορθότητα των συμβουλών που παρέχονται στους καταναλωτές.

Παράλληλα, σημαντικό είναι να οργανώνουν δράσεις και events για το ευρύ κοινό στο σημείο πώλησης (επιδείξεις, φυλλάδια, δείγματα, flyers, προβολή στη γόνδολα, στον πάγκο, στη βιτρίνα...) καθώς και ψηφιακές δράσεις προβολής όπως στα websites, στα social media και με newsletters. Μερικές μάρκες μάλιστα δίνουν μεγάλη έμφαση στην τηλεόραση. Πρέπει να λάβουν υπόψη τους όμως ότι αυτό το μέσο, εκτός του ότι είναι πολυδάπανο, δεν θα πρέπει να είναι το αποκλειστικό και να υιοθετείται πάντα παράλληλα με την προβολή τους στο σημείο πώλησης και κυρίως με την εκπαίδευση της ομάδας του φαρμακείου

### Ανακαλύπτοντας καινοτόμα προϊόντα αντιγήρανσης στο φαρμακείο

Το **Face Elixir** της **AváPLASIS**, για σύσφιξη και ανόρθωση του περιγράμματος του προσώπου, με Ελίχρυσο, Μαύρη Πεύκη, Έλαιο Chia και Βιταμίνες Α και Ε, βοηθάει στην επαναφορά της ελαστικότητας του προσώπου, χαρίζοντάς του νεανικότητα. Τα συστατικά του προϊόντος προσδίδουν ενυδάτωση και σφριγηλότητα, οδηγώντας στην αισθητή σύσφιξη του περιγράμματος του προσώπου και του λαιμού, θωρακίζοντας την επιδερμίδα από τις βλαβερές συνέπειες των ελεύθερων ριζών. Αρκούν 3-5 σταγόνες για να νιώσουμε τη διαφορά. Με ελαφρύ μασάζ στο πρόσωπο και τον λαιμό, με κυκλικές κινήσεις, αφήνουμε τα ευεργετικά συστατικά του να δράσουν, χαρίζοντας λάμψη και φρεσκάδα στην επιδερμίδα.



Ο νέος όρος **Chronoderm Sérum de Jeunesse** της **CASTALIA**, για το πρόσωπο και τον λαιμό, είναι εμπλουτισμένος με καινοτόμα ενεργά συστατικά

που προσφέρουν πολλαπλή δράση: πρόληψη και μείωση ρυτίδων, ανόρθωση, αναδόμηση, σύσφιξη, ελαστικότητα, ενυδάτωση και λάμψη. Περιέχει μια μοναδική σύνθεση με το σύμπλοκο νεότητας Silanol-Hydroxyproline, Υαλουρονικό Οξύ και με έναν ισορροπημένο συνδυασμό ενός φυσικού δισακχαρίτη με φυτική πρωτεΐνη που μειώνουν τα σημάδια γήρανσης και ενισχύουν την ανάπλαση

και ενυδάτωση της επιδερμίδας. Παράλληλα, είναι εμπλουτισμένος με έναν συνδυασμό Glycoproteins με αμινοξέα και Glycosaminoglycans που αναζωογονούν και διατηρούν τη νεανική υφή και λάμψη, εξασφαλίζοντας λεία και απαλή επιδερμίδα. Είναι δερματολογικά ελεγμένο και ενδείκνυται για κάθε τύπο επιδερμίδας.



Ιδιαίτερα συμπυκνωμένη σε πολύτιμα αντιγηραντικά συστατικά, η καινοτόμα σειρά **Premium Beauty Fillers & Boosters** της **FROÏKA** στοχεύει στους διάφορους τύπους γήρανσης, ικανοποιώντας τις ιδιαίτερες και μοναδικές ανάγκες κάθε επιδερμίδας. Οι μεταξένιες φόρμουλες της προσφέρουν μια μοναδική εμπειρία ομορφιάς και βέλτιστη αποτελεσματικότητα για κάθε τύπο δέρματος και σε κάθε ηλικία.



**UltraLift Filler:** Filler βαθιών ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης, για άμεσο αποτέλεσμα lifting,

**Hyaluronic C Filler:** Filler βαθιών ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης, για λάμψη και επαναφορά όγκου,

**UltraLift Eye Booster:** Booster Ολικής αντιγηραντικής φροντίδας γύρω από τα μάτια,

**Hyaluronic C Booster:** Booster ενίσχυσης λάμψης και φωτεινότητας της επιδερμίδας, για βελτίωση της κυτταρικής επικοινωνίας και

**ANTI-SPOT Booster:** Booster διόρθωσης κηλίδων και δυσχρωμιών.

Ο ενισχυμένος ορός προσώπου **Lift Effect Serum** της **PHARMASEPT** για αίσθηση άμεσου lifting, είναι εμπλουτισμένος με δραστικά συστατικά που χαρίζουν ανόρθωση, σύσφιξη και ενυ-



δάτωση. Το συμπυκνωμένο έλαιο Μαστίχας αυξάνει την πυκνότητα και την ελαστικότητα της επιδερμίδας μέχρι και 23% μετά από 28 ημέρες χρήσης, ενώ το Υαλουρονικό Οξύ τριπλής δράσης μειώνει το πλήθος και το βάθος των ρυτίδων και των λεπτών γραμμών.

Παράλληλα, το εκχύλισμα Σπιλανθούς, συμβάλλει στην ενίσχυση των φυσικών διεργασιών lifting, καθώς το τετραπεπίδιο εξειδικευμένης δράσης (Uplevity) συσφίγγει το περίγραμμα της επιδερμίδας.

Τα **THANK YOU FARMER** είναι καινοτόμα καλλυντικά περιποίησης της επιδερμίδας και ο πρώτος γνήσιος εκπρόσωπος k-beauty στο φαρμακείο με πολλά βραβεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Σας μαθαίνουν να ακολουθείτε τη ρουτίνα ομορφιάς με διαφορετικά βήματα, είναι ενάντια στα τεστ σε ζώα και με φυτικές πρώτες ύλες δημιουργούν τεχνολογικά εξελιγμένα καλλυντικά. Με τη σειρά **BE BEAUTIFUL** της **Κώστας Α. Παπαέλληνας**, η επιδερμίδα αποκαλύπτει την πιο λαμπερή της πλευρά. Η επιλογή γίνεται σύμφωνα με τις ανάγκες κάθε επιδερμίδας: BB cream (blemish balm) για κάλυψη, CC cream (color correcting cream) για λάμψη ή Base (με πράσινη απόχρωση). Εξουδετερώνει τις κοκκινίλες της επιδερμίδας και δημιουργεί ομοιόμορφο τόνο. ■



# ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ στους νέους γονείς για το παιδί τους



Από τη σύλληψη μέχρι την ηλικία των τριών ετών - οι πρώτες 1.000 ημέρες - είναι μια κρίσιμη περίοδος στην ανάπτυξη ενός παιδιού. Ποιές είναι οι συμβουλές που μπορεί να προσφέρει το φαρμακείο για να βοηθήσει τα παιδιά να ξεκινήσουν καλύτερα τη ζωή τους; Αναμφισβήτητη υποστήριξη των γονέων μπορεί να αποτελέσει την αρχή μιας διαρκούς και σταθερής σχέσης μεταξύ φαρμακείου και πελάτη.

Από την **ANNA MAPIA ΧΟΣΑΔΑ**,

Φαρμακοποιό με εξειδίκευση στην Οργάνωση και Διοίκηση Μονάδων Υγείας

**Μ**έχρι την ηλικία των τριών ετών, ο εγκέφαλος ενός μωρού φθάνει το 80% του μεγέθους ενός ενήλικα και αυτό που συμβαίνει σε αυτή την περίοδο - από τη διατροφή, την προστασία από ασθένειες, την άσκηση και την εμπειρία ζωής, όπως η ευεξία και το παιχνίδι - είναι εξαιρετικά σημαντικό. Αυτό είναι το μήνυμα που πρέπει να περάσει το φαρμακείο στους νέους γονείς, καθώς μπορεί να προσφέρει υποστήριξη στις γυναίκες για να εξασφαλίσουν όχι μόνο μια υγιή εγκυμοσύνη, αλλά και την κατάλληλη φροντίδα μετά τη γέννηση του μωρού τους.

### Η καλή αρχή γίνεται από την πρώτη ημέρα

Η σύλληψη σηματοδοτεί την 1<sup>η</sup> ημέρα από τις πρώτες 1.000 ημέρες ζωής του παιδιού και η προετοιμασία είναι σημαντική. Οι περισσότερες νεότερες γυναίκες στην πραγματικότητα δεν είναι «διατροφικά προετοιμασμένες» για την εγκυμοσύνη. Οι γυναίκες που σχεδιάζουν να συλλάβουν μπορούμε να τις συμβουλευόμαστε για:

- Ισορροπημένη διατροφή με τουλάχιστον πέντε μερίδες φρούτων και λαχανικών την ημέρα,
- Για ένα υγιές βάρος,
- Αποφυγή καπνίσματος,
- Μείωση πρόσληψης αλκοόλ και
- Λήψη 400g συμπληρώματος φολικού οξέος και για τις πρώτες 12 εβδομάδες εγκυμοσύνης.

Ο μύθος ότι η έγκυος πρέπει να τρώει για δύο δεν ισχύει και η εστίαση στην ποιότητα, παρά στην ποσότητα των τροφίμων είναι πιο σημαντική.

### Συμβουλές για τη διατροφή της θηλάζουσας μητέρας

Οι θηλάζουσες γυναίκες θα πρέπει να πίνουν περίπου 10 με 12 ποτήρια υγρών ημερησίως, αντί για τα συνηθισμένα οκτώ ποτήρια, και συνιστάται να λαμβάνουν 10 μικρογραμμάρια συμπλήρωμα βιταμίνης D κάθε ημέρα.

Ο θηλασμός έχει μακροπρόθεσμα οφέλη για την υγεία των βρεφών, και όσο περισσότερο θηλάζουν οι γυναίκες, τόσο μεγαλύτερα είναι τα οφέλη.

Ο θηλασμός συνιστάται τουλάχιστον για τους πρώτους έξι μήνες μετά τη γέννηση.

### Προτεραιότητα οι εμβολιασμοί

Η εμβολιασμός των παιδιών έχει σημαντική επίδραση στη βελτίωση της υγείας του πληθυσμού με τη μείωση πιθανής εξάπλωσης βασικών ασθενειών, όπως: τετάνου, πολιομυελίτιδας, πνευμονιοκοκκικών λοιμώξεων, διφθερίτιδας, μηνιγγίτιδας C, αιμορροφιλικής γρίπης τύπου b (Hib), παρωτίτιδας και ερυθράς. Ωστόσο, ορισμένοι γονείς ενδέχεται να μην κατανοούν την ανάγκη να ανοσοποιηθούν τα παιδιά τους και ανησυχούν για την ασφάλεια των εμβολίων. Εδώ είναι όπου η ομάδα φαρμακείου μπορεί να προσφέρει σημαντικές πληροφορίες, συμβουλές και καθυσάχηση σχετικά με τους εμβολιασμούς.

### Υγιή νήπια

Οι έρευνες δείχνουν ότι τα παιδιά προσχολικής ηλικίας που από την αρχή του απογαλακτισμού άρχισαν να τρώνε μόνο τους με τα δάχτυλα, είναι λιγότερο πιθανό να γίνουν υπέρβαρα, συγκριτικά με αυτά που τα τάζαν με το κουτάλι και συνηθίζανε στο πολύ φαγητό. Η διασφάλιση ποικιλίας τροφίμων σε όλες τις ομάδες τροφίμων αποτελεί βασική συμβουλή, καθώς τα παιδιά μεγαλώνουν. Τα νήπια και τα παιδιά προσχολικής ηλικίας αναπτύσσονται γρήγορα και είναι μια σημαντική στιγμή για να βεβαιωθούμε ότι τρώνε καλά και παίρνουν όλη την ενέργεια, τις θερμίδες και τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζονται. Αυτή είναι επίσης μια σημαντική στιγμή για τα παιδιά, να μάθουν για τα τρόφιμα και το φαγητό, έτσι ώστε να αποκτήσουν τη συνήθεια να κάνουν μια υγιεινή, ποικίλη διατροφή, που απολαμβάνουν μαζί με την υπόλοιπη οικογένεια.

Επίσης, οι φαρμακοποιοί θα πρέπει να ενθαρρύνουν τους νέους γονείς να βγάζουν έξω τα παιδιά για παιχνίδι, ώστε να αυξήσουν τα επίπεδα άσκησής τους για τουλάχιστον τρεις ώρες κάθε ημέρα.

## ΚΟΙΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΥΓΕΙΑΣ

Υπάρχουν πολλές κοινές ασθένειες που βιώνουν τα βρέφη και τα μικρά παιδιά και οι γονείς μπορούν επίσης να έρθουν στο φαρμακείο για συμβουλές.

### Κολικός

Ένα βρέφος που έχει κολικούς μπορεί να εμφανίζει τα ακόλουθα συμπτώματα από τη γέννηση έως την ηλικία των τεσσάρων μηνών:

- Περιπτώσεις ευερεθιστότητας, ανησυχίας ή κλάματος που αρχίζει και σταματά χωρίς προφανή αιτία
- Επεισόδια που διαρκούν τρεις ή περισσότερες ώρες την ημέρα και συμβαίνουν τουλάχιστον τρεις ημέρες την εβδομάδα για τουλάχιστον μία εβδομάδα



Τα συμπτώματα μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν ένα κόκκινο πρόσωπο, σφιξίμο στις γροθιές τους ή τραβήγματα των γónατων τους μέχρι το στήθος.

Η πρώτη περίοδος κολικού εμφανίζεται συνήθως μέσα σε λίγες εβδομάδες από τη γέννηση και τα επεισόδια μπορούν να συνεχιστούν μέχρι την ηλικία των τριών έως τεσσάρων μηνών ή το αργότερο για έξι μήνες. Η διασφάλιση της άνετης όρθιας θέσης κατά τη διάρκεια της σίτισης για να αποφευχθεί η κατάποση του αέρα, μπορεί να βοηθήσει.

Οι επαγγελματίες υγείας μπορούν να συστήσουν ειδικό γάλα για κολικούς στα βρέφη. Περαιτέρω θεραπεία είναι απαραίτητη μόνο αν το μωρό δεν τρώει ή δεν παίρνει βάρος.

### Δυσκοιλιότητα

Μιλάμε για δυσκοιλία παιδί αν δεν ενεργείται τουλάχιστον τρεις φορές την εβδομάδα, εάν τα κόπρανα είναι σκληρά και δύσκολο να αποπέσουν ή αν μοιάζουν με



μικρά σφαιρίδια. Η δυσκοιλιότητα μπορεί να οφείλεται σε προβλήματα διατροφής, αφυδάτωσης ή ασθένειας και είναι συννηθισμένη στα μωρά που τρέφονται με φόρμουλα. Μπορεί επίσης να αποτελέσει δείκτη αλλεργίας στο αγελαδινό γάλα. Η δυσκοιλιότητα είναι επίσης κοινή σε ηλικία δύο έως τριών ετών. Οι γονείς πρέπει να εξασφαλίζουν ότι το παιδί πίνει πολλά υγρά, τρέφεται με μεγάλη ποικιλία τροφίμων και έχει αρκετή σωματική δραστηριότητα. Ένας παιδίατρος μπορεί να συνταγογραφήσει ένα ήπιο καθαρτικό σε σοβαρές περιπτώσεις, εάν είναι απαραίτητο.

### Νινίδα στο τριχωτό

Πρόκειται για μια κατάσταση στο τριχωτό της κεφαλής ενός μωρού, που χαρακτηρίζεται από επιθέματα λιπαρών, κίτρινων λεπιών, τα οποία ξεφλουδίζουν και μπορούν να κάνουν το δέρμα κόκκινο. Να συμβουλευόμαστε τους γονείς να τρίβουν απαλά την περιοχή με βρεφικό λάδι ή ένα φυτικό έλαιο όπως το ελαιόλαδο, ώστε να μαλακώσουν την κρούστα και στη συνέχεια να πλύνουν τα μαλλιά με σαμπουάν για μωρά.

### Διάρροια

Η διάρροια - ή χαλαρά, υδατώδη κόπρανα - προκαλεί ανησυχία καθώς το μωρό μπορεί γρήγορα να αφυδατωθεί. Η διατήρηση της πρόσληψης υγρών είναι σημαντική και οι θεραπείες ενυδάτωσης από το στόμα μπορεί να βοηθήσουν.

Απαιτείται επείγουσα παραπομπή σε γιατρό εάν ένα μωρό είναι ληθαργικό, ευερέθιστο, έχει ξηροστομία, ανοιχτόχρωμο δέρμα ή βυθισμένα μάτια. Η διάρροια σε ένα μικρό παιδί είναι ανησυχητική αν συνοδεύεται από έμετο ή αν έχει αίμα στα κόπρανα ή αν διαρκεί περισσότερο από δύο ή τρεις ημέρες.

### Έκζεμα

Ξηρές περιοχές με κοκκινίλες και φαγούρα μπορεί να εμφανιστούν στο δέρμα του προσώπου, πίσω από τα αυτιά και στις πτυχές του λαιμού, τα γόνατα και τους αγκώνες. Θα πρέπει να χρησιμοποιούνται ενυδατικές ή μαλακτικές κρέμες και οι γονείς θα πρέπει να αποφεύγουν τα προϊόντα ή τα υφάσματα που μπορούν να ερεθίσουν το δέρμα.



### Παράτριμμα λόγω πάνας

Το εξάνθημα αυτό είναι το αποτέλεσμα της έκθεσης του δέρματος στα ούρα ή στα κόπρανα. Οι γονείς θα πρέπει να καθαρίζουν το δέρμα και να αλλάζουν την πάνα κάθε τρεις έως τέσσερις ώρες ή το συντομότερο δυνατόν μετά τη ρύπανση. Θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν μωρομάντηλα χωρίς νερό ή άρωμα και χωρίς αλκοόλ και το δέρμα να στεγνώσει απαλά χωρίς τρίψιμο. Το σαπούνια, αφρόλουτρα και τάλκ μπορούν να ερεθίσουν και θα πρέπει να αποφεύγονται. Σε ένα ήπιο εξάνθημα, θα πρέπει να εφαρμόζεται μία κρέμα φραγμού σε κάθε αλλαγή πάνας. Μπορεί να χρειαστεί τοπική κρέμα υδροκορτιζόνης 1% εάν το εξάνθημα είναι φλεγμονώδες.





### Πυρετός

Ο πυρετός είναι πολύ κοινός στα μικρά παιδιά και συχνά προκαλείται από ιογενή λοίμωξη, όπως βήχας ή κρυολόγημα. Μια κανονική θερμοκρασία σε μωρά και παιδιά

είναι περίπου 36,4°C, αν και αυτό μπορεί να διαφέρει ελαφρώς. Ο πυρετός θεωρείται συνήθως ως θερμοκρασία 38°C ή μεγαλύτερη. Η παρακαταμολή μπορεί να χορηγηθεί σε βρέφη ηλικίας από δύο μηνών και ιβουπροφαίνη σε βρέφη ηλικίας τριών μηνών και άνω. Τα βρέφη ηλικίας κάτω των τριών μηνών με θερμοκρασία 38°C ή 39°C μεταξύ τριών και έξι μηνών πρέπει να παραπέμπονται σε παιδίατρο.

### Παλινδρόμηση

Η παλινδρόμηση γάλακτος είναι πολύ συνηθισμένη στα μωρά κατά τη διάρκεια ή λίγο μετά τη σίτιση και συνήθως σταματάει από 12 έως 18 μηνών. Εμφανίζεται επειδή η βαλβίδα στην κορυφή του στομάχου δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη σωστά, επιτρέποντας στα όξινα περιεχόμενα να ταξιδεύουν επάνω στον οισοφάγο. Ένας επαγγελματίας υγείας θα πρέπει να συμβουλευτεί για μείωση του όγκου του γάλακτος, συστήνοντας μια δοκιμή μικρών, συχνών γευμάτων, εάν είναι απαραίτητο.

### Οδοντοφυΐα

Τα περισσότερα μωρά αρχίζουν οδοντοφυΐα γύρω στους έξι μήνες και βγάζουν τα περισσότερα δόντια τους μέχρι την ηλικία των δύο ετών και έξι μηνών. Τα κοινά σημάδια της οδοντοφυΐας περιλαμβάνουν κόκκινα και επίπονα ούλα, ένα ξεφλουδισμένο μάγουλο και ανησυχία με κλάμα. Η παρακαταμολή ή η ιβουπροφαίνη, μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση του πόνου. Επίσης μπορεί να χρησιμοποιηθεί μια γέλη με λιδοκαΐνη, αλλά πρέπει να είναι κατάλληλη για την ηλικία αυτή. ■



# rōntamil®

...Ξεκίνημα ζωής

Αποδεδειγμένη ασφάλεια και αποτελεσματικότητα καινοτόμων βρεφικών γαλάτων με συνβιοτικά.

Και η ζωή ξεκινά με rontamil®



Το μητρικό γάλα είναι η καταλληλότερη τροφή για το βρέφη



• Παπαδιαμαντοπούλου 41,  
11528, Αθήνα, Τηλ.: 211 18 65 700  
• Εθνικής Αντιστάσεως 114,  
Θεσσαλονίκη, 55134, Τηλ.: 2310 459920-1  
www.elpen.gr



a Rontis Corporation Product  
www.facebook.com/rontamil  
www.rontamil.gr

# Τα προβιοτικά, οι ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ και τα ΙΧΝΟΣΤΟΙΧΕΙΑ ενισχύουν τον οργανισμό



Η αγορά συμπληρωμάτων διατροφής γνωρίζει μεγάλη άνθιση τα τελευταία χρόνια. Προβιοτικά, βιταμίνες, ιχνοστοιχεία και μέταλλα πωλούνται στα φαρμακεία, σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων, αλλά και σε σούπερ μάρκετ. Αντιμέτωπο με αυτόν τον σκληρό ανταγωνισμό, το φαρμακείο πρέπει να βρει τρόπο να ξεχωρίσει.



Από τη **ΣΟΦΙΑ ΚΑΡΑΪΣΚΟΥ**,  
Φαρμακοποιό

### Μια περίπτωση στον πάγκο

*«Αισθάνομαι πολύ κουρασμένη και νευριάζω εύκολα. Η καθημερινότητά μου είναι πολύ απαιτητική. Έχω 3 παιδιά, δουλεύω πολλές ώρες και ο σύζυγός μου λείπει συχνά από το σπίτι».*

#### Η συμβουλή σας

«Μια θεραπεία με ένα συμπλήρωμα μαγνησίου θα σας βοηθήσει στη διαχείριση τόσο του στρες όσο και της κούρασης. Θα πρέπει, όμως, να συνδυαστεί με υγιεινή διατροφή και σωματική άσκηση, όπως κολύμβηση ή τζόκινγκ».

#### Ας δούμε κάποιους ορισμούς

**Προβιοτικά:** Κυριολεκτικά σημαίνει «υπέρ της ζωής», σε αντίθεση με το αντιβιοτικό. Ο όρος αυτός περιλαμβάνει ζωντανούς μικροοργανισμούς που βοηθούν στη διατήρηση και ενίσχυση της εντερικής χλωρίδας όταν χορηγηθούν σε επαρκή ποσότητα. Αυτά είναι βακτηρίδια γαλακτικού οξέος (bifidobacteria, lactobacilli) και ζυμομύκητες (saccharomyces).

**Πρεβιοτικά:** Ουσίες που προάγουν την ανάπτυξη των προβιοτικών. Μπορούμε να διακρίνουμε τα FOS (φρουκτο-ολιγοσακχαρίτες) και την ινουλίνη (μακρά αλυσίδα φρουκτόζης) που εξάγεται από τη ρίζα κικωρίου.

**Μακροθρεπτικά συστατικά:** Αυτά είναι τα λιπίδια, οι υδατάνθρακες και οι πρωτεΐνες, δηλαδή τα θρεπτικά συστατικά που είναι ικανά να τροφοδοτούν ενεργειακά το σώμα.

**Μικροθρεπτικά συστατικά:** Ο όρος αυτός περιλαμβάνει βιταμίνες, μέταλλα και απαραίτητα λιπαρά οξέα.

**Ιχνοστοιχεία:** Χημικά στοιχεία που θεωρούνται απαραίτητα για τη λειτουργία του οργανισμού σε πολύ μικρές ποσότητες (σίδηρος, ψευδάργυρος, φθόριο, μαγγάνιο, χαλκός, σελήνιο, ιώδιο, κ.λπ.). Τα ιχνοστοιχεία είναι ικανά να δεσμεύονται με πρωτεΐνες και να τροποποιούν τις ιδιότητές τους. Η ανεπάρκεια σε κάποιο προκαλεί προβλήματα. Αντίθετα, οι υψηλές δόσεις τους είναι τοξικές.

**Μακροστοιχεία:** Χημικά στοιχεία που υπάρχουν στον οργανισμό και εμπλέκονται στην ομοίωση. Αυτά είναι το νάτριο, το κάλιο, το ασβέστιο και το μαγνήσιο.

**Βιταμίνες:** Οι βιταμίνες είναι βασικές ουσίες για τη ζωή. Δεν έχουν ενεργειακή αξία. Η πρόσληψη είναι κυρίως εξωγενής, με εξαίρεση ορισμένες βιταμίνες, όπως η βιταμίνη Κ ή η βιταμίνη D, που έχουν εξωτερική και ενδογενή προέλευση. Οι βιταμίνες ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες, ανάλογα με τις φυσικοχημικές τους ιδιότητες: λιποδιαλυτές βιταμίνες (Α, D, E, K) και υδατοδιαλυτές βιταμίνες (C και ομάδα Β).

### Η δράση των Ιχνοστοιχείων στον οργανισμό

Η πρόοδος στη βιοχημεία κατέστησε δυνατή την αποσαφήνιση της συμμετοχής των ανόργανων ουσιών στις ενζυματικές, ανοσολογικές και ορμονικές διεργασίες.

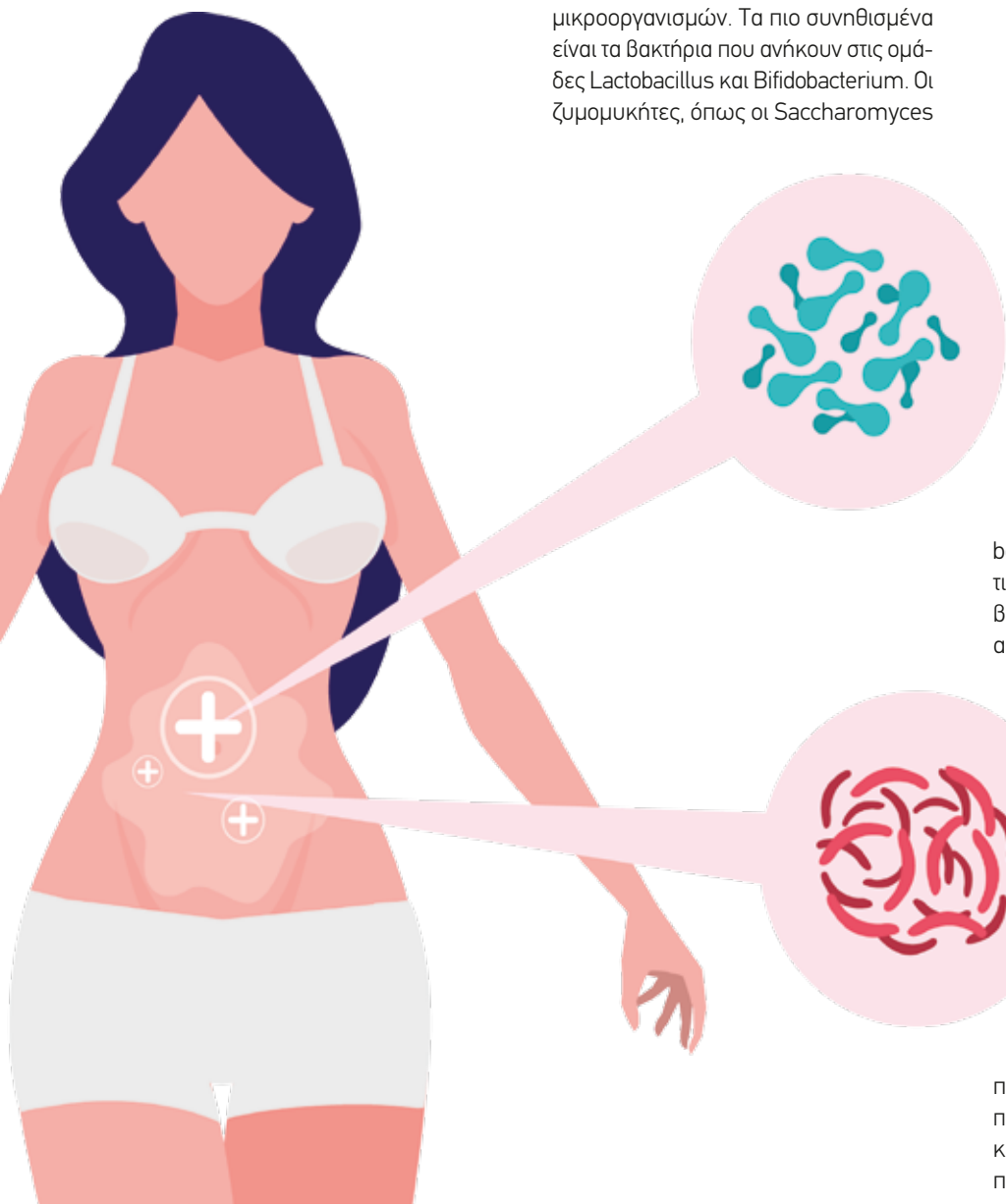
Εν συντομία, τα ιχνοστοιχεία δρουν ως καταλύτες (ή συμπαράγοντες), δεσμεύοντας τις πρωτεΐνες που εμπλέκονται σε πολλές μεταβολικές διεργασίες. Έχουν ρυθμιστικό ρόλο σε πολλές λειτουργίες του σώματος, συμπεριλαμβανομένων των ορμονικών λειτουργιών και του

ανοσοποιητικού συστήματος. Ακόμη, ορισμένα στοιχεία όπως το κοβάλτιο, το μολυβδαίνιο και το ιώδιο συμμετέχουν στη σύνθεση βιταμινών ή ορμονών.

### Τι γνωρίζουμε για τα προβιοτικά;

Η δράση των προβιοτικών έχει μελετηθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια και η αγορά τους γνωρίζει μεγάλη άνθιση. Τα προβιοτικά είναι ζωντανοί μικροοργανισμοί με οφέλη για την υγεία όταν καταναλώνονται ή εφαρμόζονται στο σώμα (όταν πρόκειται για κρέμα με προβιοτικά). Τα προβιοτικά μπορεί να περιέχουν μια ποικιλία μικροοργανισμών. Τα πιο συνηθισμένα είναι τα βακτήρια που ανήκουν στις ομάδες *Lactobacillus* και *Bifidobacterium*. Οι ζυμομυκήτες, όπως οι *Saccharomyces*

“ Τα προβιοτικά μπορεί να περιέχουν μια ποικιλία μικροοργανισμών. ”



*bouardii*, θεωρούνται επίσης προβιοτικά. Μάλιστα, διαφορετικοί τύποι προβιοτικών μπορεί να έχουν διαφορετικά αποτελέσματα.

Τα προβιοτικά επιδρούν με διάφορους τρόπους στο σώμα. Κάποιοι από αυτούς είναι η διατήρηση μιας υγιούς ισορροπίας των «καλών» εντερικών βακτηρίων ή η επαναφορά της ισορροπίας όταν αυτή έχει διαταραχθεί. Επίσης, φαίνεται πως ασκούν θετική επίδραση στο ανοσοποιητικό σύστημα και στην υγεία του δέρματος.

Η κατανάλωση προβιοτικών θεωρείται γενικά ασφαλής. Όμως, τα άτομα που έχουν ανοσολογική ανεπάρκεια ή που υποβάλλονται σε θεραπεία για καρκίνο δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούν προβιοτικά χωρίς την έγκριση του θεράποντος ιατρού.

**Κάποια από τα οφέλη των προβιοτικών**

- ✓ Διατήρηση της ισορροπίας της εντερικής χλωρίδας.
- ✓ Θεραπεία της διάρροιας και πρόληψη πιθανής διάρροιας από τη χρήση αντιβιοτικών.
- ✓ Έλεγχος συμπτωμάτων ευερέθιστου εντέρου.
- ✓ Πρόληψη και θεραπεία μυκητιάσεων (π.χ. κολπικών).
- ✓ Βελτίωση δερματικών καταστάσεων όπως το έκζεμα.



**Οι συμβουλές σας...**

Η σχέση ανάμεσα στη διατροφή και στην υγεία είναι, σήμερα, πιο εμφανής από ποτέ. Η εμφάνιση αρκετών προβλημάτων υγείας θα πρέπει να κρούει τον κώδωνα του κινδύνου σχετικά με τις διατροφικές συνήθειες του ασθενή. Προσοχή όμως, η πρόταση συμπληρωμάτων διατροφής, προβιοτικών κ.λπ. θα πρέπει να γίνεται με σύσταση από τον φαρμακοποιό και αφού κάνει στον ασθενή βασικές διερευνητικές ερωτήσεις.

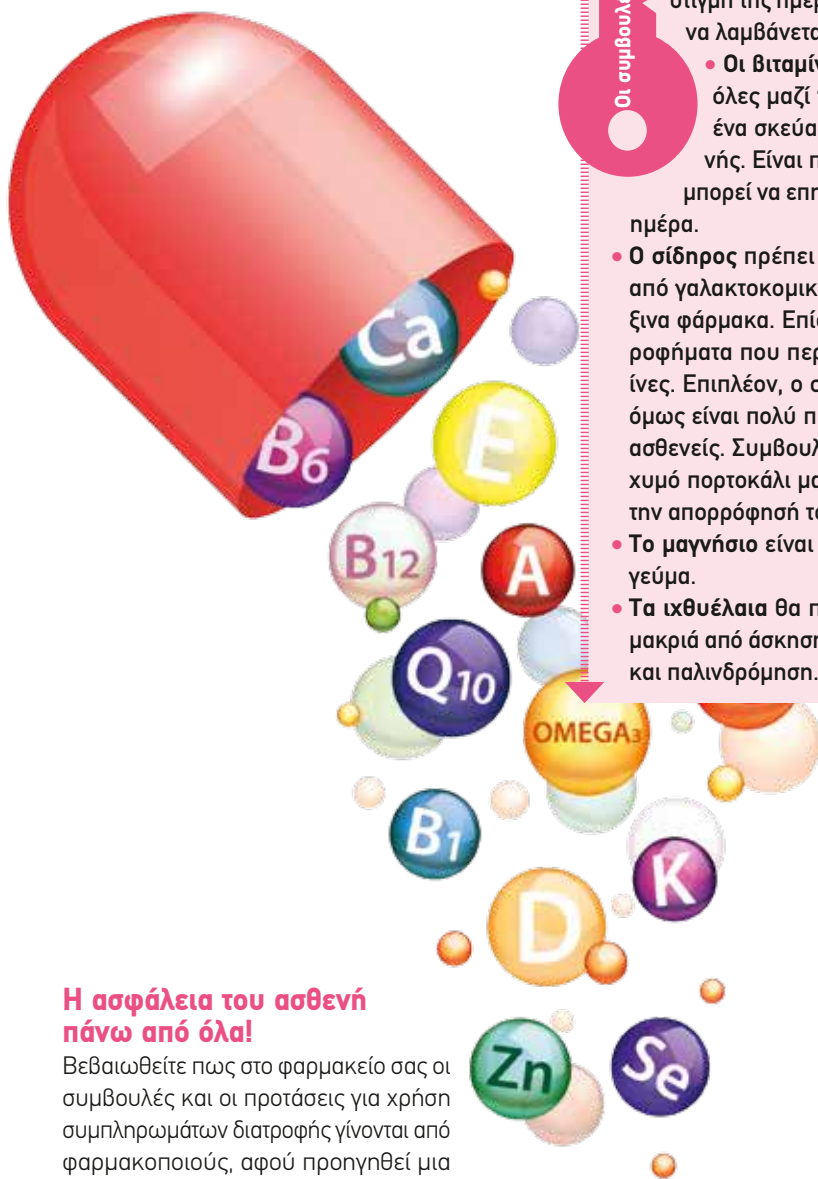
**Η ΦΥΣΙΚΗ ΔΙΕΞΟΔΟΣ ΣΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΕΡΟΥ**



**3 σε 1 σύνθεση:**  
 • φυτικές ίνες από φλοιό ψύλλιου  
 • προβιοτικά • πρεβιοτικά

Επιπρόσθετα περιέχει 200 δισεκατομμύρια αναερόβια βακτήρια ανά γράμμα. Α.Ο.Α. 9118801-13/2012





#### Οι συμβουλές «κλειδιά»

- Οι λιποδιαλυτές βιταμίνες (A, D, E, K) πρέπει να λαμβάνονται μαζί με τα γεύματα για ενίσχυση της απορρόφησής τους.
- Η βιταμίνη C (υδατοδιαλυτή) μπορεί να λαμβάνεται οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας. Επειδή το σώμα δεν την αποθηκεύει, θα πρέπει να λαμβάνεται καθημερινά.
- Οι βιταμίνες B (υδατοδιαλυτές), καλό είναι να λαμβάνονται όλες μαζί την ίδια στιγμή της ημέρας ή ακόμη καλύτερα σε ένα σκεύασμα που να περιλαμβάνει όσες χρειάζεται ο ασθενής. Είναι προτιμότερο να λαμβάνονται πρωινές ώρες, καθώς μπορεί να επηρεάσουν τον ύπνο αν ληφθούν αργότερα μέσα στην ημέρα.
- Ο σίδηρος πρέπει να λαμβάνεται με 2 τουλάχιστον ώρες απόσταση από γαλακτοκομικά προϊόντα, συμπληρώματα ασβεστίου και αντιόξινα φάρμακα. Επίσης, δεν θα πρέπει να λαμβάνεται την ίδια ώρα με ροφήματα που περιέχουν καφεΐνη και τροφές πλούσιες σε φυτικές ίνες. Επιπλέον, ο σίδηρος απορροφάται καλύτερα με άδειο στομάχι, όμως είναι πολύ πιθανό να προκαλέσει ναυτία και πόνο σε κάποιους ασθενείς. Συμβουλευτέ τους πελάτες σας να καταναλώσουν και ένα χυμό πορτοκάλι μαζί με το συμπλήρωμα σιδήρου για να ενισχύσουν την απορρόφησή του.
- Το μαγνήσιο είναι προτιμότερο να λαμβάνεται το βράδυ μαζί με ένα γεύμα.
- Τα ιχθυέλαια θα πρέπει να λαμβάνονται μαζί με κάποιο γεύμα και μακριά από άσκηση ή ύπνο, καθώς μπορεί να προκαλέσουν δυσπεψία και παλινδρόμηση.

#### Η ασφάλεια του ασθενή πάνω από όλα!

Βεβαιωθείτε πως στο φαρμακείο σας οι συμβουλές και οι προτάσεις για χρήση συμπληρωμάτων διατροφής γίνονται από φαρμακοποιούς, αφού προηγηθεί μια μίνι συνέντευξη με τον ασθενή-πελάτη. Μπορεί τα συμπληρώματα να μην είναι φάρμακα, όμως ο φαρμακοποιός θα πρέπει πάντα να αξιολογεί προσεκτικά αν το εκάστοτε συμπλήρωμα θα ωφελήσει τον πελάτη του. Τα συμπληρώματα έχουν και αυτά αντενδείξεις καθώς και ανεπιθύμητες ενέργειες. Ο φαρμακοποιός θα πρέπει να είναι ενήμερος για τα παραπάνω και να μεταφέρει τις γνώσεις του στον πελάτη. Αλλιώς, ποια η διαφορά από το να κάνει κάποιος την αγορά από ένα σούπερ μάρκετ;

#### Ολιστική Προσέγγιση

Η προσέγγιση του ασθενή πρέπει να είναι ολιστική. Η χρήση κάποιου συμπληρώματος διατροφής δεν θα λύσει από μόνη της το πρόβλημα. Προτείνετε στον ασθενή σας να ακολουθήσει παράλληλα μια ισορροπημένη διατροφή, άσκηση και καλές συνθήκες ύπνου. Παρακολουθήστε την πορεία του και ζητήστε του να τον ξαναδείτε σε 1 μήνα για να αξιολογήσετε την πρόδοό του.

“ Η προσέγγιση του ασθενή πρέπει να είναι ολιστική. ”

#### Προσέξτε τα ακόλουθα...

- Η βιταμίνη C και ο σίδηρος πρέπει να αποφεύγονται σε άτομα που πάσχουν από αιμοχρωμάτωση.
- Οι έγκυες και θηλάζουσες πρέπει πάντα να συμβουλευονται τον ιατρό που τους παρακολουθεί πριν τη λήψη οποιουδήποτε σκευάσματος.
- Πολλά φάρμακα αλληλεπιδρούν με συμπληρώματα διατροφής. Για παράδειγμα, δώστε ιδιαίτερη προσοχή σε ασθενείς που λαμβάνουν θεραπεία αντιπηκτικών. ■

# GranaGard



Punicic Acid  
Πλούσιο σε **Ωμέγα 5**

Έλαιο από τους σπόρους  
του ροδιού

**Για να διατηρούμαστε ακμαίοι  
καθώς η ηλικία μας αυξάνεται,  
πρέπει να κρατήσουμε  
τα εγκεφαλικά μας κύτταρα ζωντανά.**



Το **GranaGard** περιέχει το έλαιο των σπόρων του ροδιού που έχει υψηλές συγκεντρώσεις σε ένα από τα πλέον ισχυρά φυσικά αντιοξειδωτικά (Πουνισικό Οξύ / Punicic Acid - PA).



Καινοτομία **GranaGard** που εξασφαλίζει υψηλή βιοδιαθεσιμότητα ώστε τα υδατοδιαλυτά νανογαλακτώματα PSO να περνούν τον αιματοεγκεφαλικό φραγμό\*.

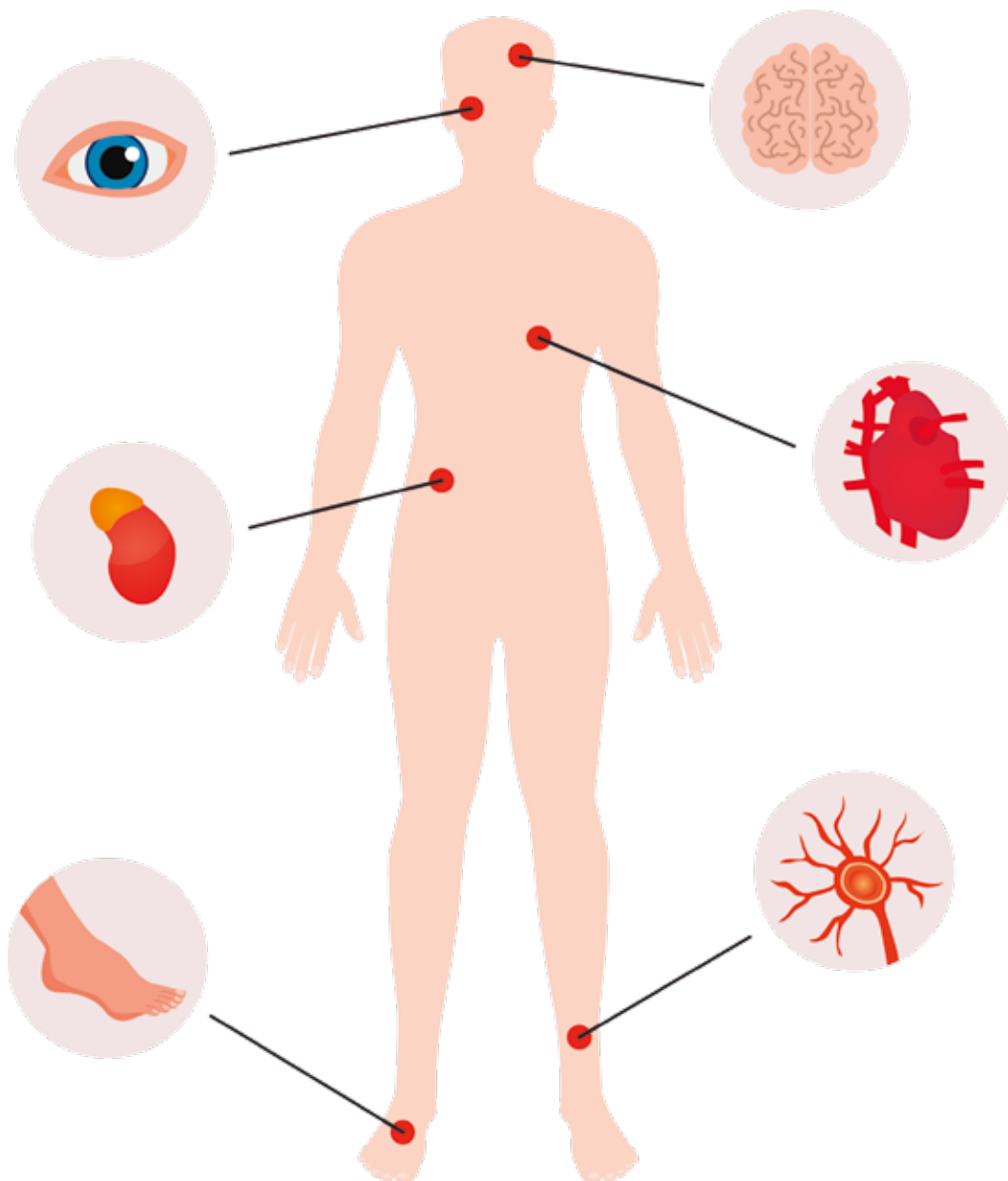


Προστατεύει τα λιπίδια της μεμβράνης των εγκεφαλικών κυττάρων από τις επιθέσεις των ελευθέρων ριζών διατηρώντας τη λειτουργικότητά τους.

\* Treatment of a multiple sclerosis animal model by a novel nanodrop formulation of a natural antioxidant International Journal of Nanomedicine 2015;10 7165-7174

[www.granalix.com](http://www.granalix.com) / [www.granagard.gr](http://www.granagard.gr)

# Οι επιπλοκές του ΔΙΑΒΗΤΗ





Ο διαβήτης είναι μια από τις πιο κοινές χρόνιες παθήσεις που, αν μείνει αρρύθμιστος, μπορεί να οδηγήσει σε σοβαρές επιπλοκές. Οι επιπλοκές του διαβήτη αφορούν όλο το σώμα, από τα μάτια μέχρι τα νεφρά και τα πόδια.

Από τη **ΣΟΦΙΑ ΚΑΡΑΪΣΚΟΥ**,  
Φαρμακοποιό

### Λίγη Παθοφυσιολογία

Ο Σακχαρώδης Διαβήτης αποτελεί μια ομάδα μεταβολικών παθήσεων που χαρακτηρίζεται από αυξημένα επίπεδα σακχάρου στο αίμα (υπεργλυκαιμία). Η υπεργλυκαιμία είναι αποτέλεσμα διαταραχών στην έκκριση ινσουλίνης, στη δράση της ή και στα δύο. Η χρόνια υπεργλυκαιμία οδηγεί σε δυσλειτουργίες και ανεπάρκειες διάφορων οργάνων όπως τα μάτια, τα νεφρά, η καρδιά και τα αγγεία.

Οι επιπλοκές του διαβήτη μπορούν να χωριστούν σε **μικροαγγειακές** και **μακροαγγειακές**, δηλαδή σε επιπλοκές που οφείλονται σε βλάβη μικρών και μεγάλων αγγείων αντίστοιχα. Οι μικροαγγειακές επιπλοκές επηρεάζουν ιδιαίτερα τον αμφιβλοστροειδή, τα νεφρά και τα νεύρα.

Οι μακροαγγειακές επιπλοκές σχετίζονται με τα μεγάλα αγγεία του σώματος και μπορεί να οδηγήσουν σε στεφανιαία νόσο (καρδιακές προσβολές), περιφερική αγγειακή νόσο ή εγκεφαλικά επεισόδια.

### ΜΙΚΡΟΑΓΓΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΠΛΟΚΕΣ

Οι μικροαγγειακές επιπλοκές συνήθως προηγούνται των μακροαγγειακών.

### Διαβητική αμφιβλοστροειδοπάθεια

Η διαβητική αμφιβλοστροειδοπάθεια δεν παρατηρείται ποτέ στην αρχή του διαβήτη τύπου 1, αλλά παρατηρείται στο 20% περίπου των ασθενών με διαβήτη τύπου 2, αμέσως μετά τη διάγνωση της νόσου. Μετά από 15 χρόνια εξέλιξης της νόσου, είναι παρούσα στο 80-90% των ασθενών με διαβήτη τύπου 1 και στο 50-80% των ασθενών με διαβήτη τύπου 2.

Η οφθαλμική αλλοίωση εκδηλώνεται κλινικά με προοδευτική μείωση της οπτικής οξύτητας, εμφάνιση μικροαγγείων, αιμορραγία, οίδημα, ακόμη και αποκόλληση του αμφιβλοστροειδούς. Μπορεί, ακόμη, να επιδεινωθεί η κατάσταση του καταρράκτη ή του γλαυκώματος, όταν αυτά συνυπάρχουν. Μάλιστα, ο διαβήτης αποτελεί την πρώτη αιτία τύφλωσης ατόμων κάτω των 50 ετών στις δυτικές χώρες.


Ο διαβητικός πρέπει να υποβάλλεται τακτικά σε οφθαλμολογική εξέταση ακόμη και όταν δεν έχει συμπτώματα, για έγκαιρη διάγνωση και θεραπεία. Η βυθοσκόπηση, μέσω διαστολής της κόρης των ματιών, είναι η βασική εξέταση που πρέπει να γίνεται. Η επίσκεψη στον οφθαλμίατρο πρέπει να γίνεται κάθε χρόνο, εφόσον δεν συντρέχουν λόγοι για πιο συχνή παρακολούθηση. Θεραπείες με λέιζερ βοηθούν στο να εξαφανιστούν τα παθολογικά αγγεία, καθώς και να αποφευχθούν πιθανές αιμορραγίες και απώλεια όρασης.

### Νεφροπάθεια

Οι ασθενείς με σακχαρώδη διαβήτη τύπου 1, και σε μικρότερο βαθμό με τύπου 2, εμφανίζουν αυξημένο ρυθμό σπειραματικής διήθησης (GFR) και υπερδιήθηση. Η υπερδιήθηση χαρακτηρίζεται από αύξηση της ενδοσπειραματικής αιματικής ροής και της ενδοσπειραματικής τριχοειδικής πίεσης. Έτσι, σε καταστάσεις μη ρυθμιζόμενου σακχαρώδη διαβήτη, παρατηρείται σημαντική υπερτροφία των σπειραμάτων και αύξηση της επιφάνειας του σπειραματικού τριχοειδούς. Αυτές οι ενδοσπειραματικές αιμοδυναμικές και δομικές μεταβολές, συμβάλλουν στην εγκατάσταση και εξέλιξη της διαβητικής νεφροπάθειας.

Στο αρχικό στάδιο της νόσου, οι νεφροί εμφανίζονται υπερτροφικοί σε σύγκριση με τους νεφρούς μη διαβητικών ατόμων αντίστοιχης ηλικίας και σωματικού βάρους. Μάλιστα, σε αυτό το στάδιο εμφανίζεται έως και 50% αύξηση της νεφρικής ροής αίματος και του ρυθμού σπειραματικής διήθησης. Στη συνέχεια, η απόδοση των νεφρών μειώνεται και παρατηρείται απέκκριση αυξανόμενων ποσοτήτων λευκωματίνης στα ούρα (μικρολευκωματινουρία). Αυτό είναι σημάδι πως οι νεφροί έχουν υποστεί βλάβη.

Αν η νεφροπάθεια δεν αντιμετωπιστεί, περνάει από πέντε διαδοχικά στάδια και τελικά μπορεί να καταλήξει σε 20 έως 30 χρόνια στη χρόνια νεφρική ανεπάρκεια.



**Ο τακτικός έλεγχος για μικρολευκωματινουρία είναι μεγάλης σημασίας**

Η μικρολευκωματινουρία παίζει επίσης σημαντικό ρόλο, ειδικά στον διαβήτη τύπου 2, σαν σημαντικός παράγοντας κινδύνου για αθηροσκληρωτικές επιπλοκές (ιδιαίτερα έμφραγμα του μυοκαρδίου). Η πρόωπη ανίχνευση της διαβητικής νεφροπάθειας, κατά το στάδιο της μικρολευκωματινουρίας είναι σημαντική, διότι, με την κατάλληλη θεραπεία, μπορεί να προληφθεί η εξέλιξη της νόσου. Συμβουλευτέτε τους ασθενείς σας με διαβήτη να υποβάλλονται στη δοκιμασία ανίχνευσης της μικρολευκωματινουρίας σε ετήσια βάση.

## ΜΑΚΡΟΑΓΓΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΠΛΟΚΕΣ

Περίπου το 20% των διαβητικών ασθενών πάσχουν από μακροαγγειακές επιπλοκές που επηρεάζουν αρτηρίες με διάμετρο > 200 μm.

Η μακροαγγειοπάθεια προσβάλλει τις στεφανιαίες αρτηρίες, τις καρωτίδες, τις εγκεφαλικές αρτηρίες και τις αρτηρίες των κάτω άκρων.

**Αν εξελιχθεί, οδηγεί στην εμφάνιση κλινικών οντοτήτων όπως...**

### Στεφανιαία νόσος (ισχαιμία και έμφραγμα του μυοκαρδίου)

Είναι η συχνότερη και σοβαρότερη μορφή μακροαγγειοπάθειας και η πρώτη αιτία θανάτου στους διαβητικούς ασθενείς. Η συχνότητά της στους διαβητικούς ανέρχεται στο 40-50%. Η διάγνωση της στεφανιαίας νόσου γίνεται με το ΗΚΓ ηρεμίας και αξιολόγηση της κλινικής συμπτωματολογίας. Επί ευρημάτων στο ΗΚΓ ή κλινικής συμπτωματολογίας ενδεικτικής ισχαιμίας του μυοκαρδίου, συνιστάται περαιτέρω διερεύνηση από τον καρδιολόγο.

### Αγγειακό εγκεφαλικό (θρομβοεμβολικό επεισόδιο)

Τα αγγειακά εγκεφαλικά επεισόδια διακρίνονται σε ισχαιμικά και σε αιμορραγικά. Τα ισχαιμικά στους διαβητικούς ασθενείς εμφανίζονται με συχνότητα υπερδιπλάσια εκείνης του γενικού πληθυσμού (άνω του 4% στους διαβητικούς έναντι 2% στον γενικό πληθυσμό), ενώ στις ηλικίες κάτω των 50 ετών η συχνότητα είναι υπερτετραπλάσια.

Για την πρόληψη των ισχαιμικών εγκεφαλικών, συνιστάται δίαιτα με έμφαση στη μεσογειακή διατροφή, άσκηση και διακοπή του καπνίσματος.

### Περιφερική αποφρακτική αρτηριακή νόσος

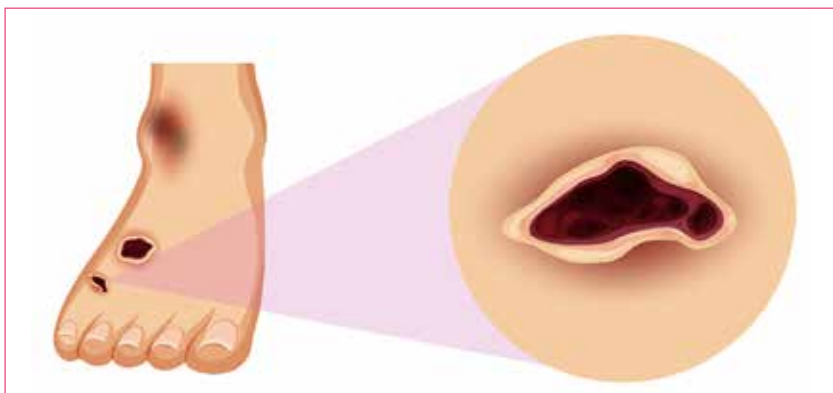
Η Περιφερική Αρτηριακή Νόσος (ΠΑΝ) αποτελεί σημαντικό παράγοντα νοσηρότητας, θανάτου και επιβάρυνσης της ποιότητας της ζωής των ασθενών με Σακχαρώδη Διαβήτη. Μπορεί να καταλήξει σε εξελκώσεις, γάγγραινα και ακρωτηριασμό.

### Διαβητική Νευροπάθεια

Η διαβητική νευροπάθεια είναι μία από τις μακροπρόθεσμες επιπλοκές του διαβήτη και περιλαμβάνει διάφορες διαταραχές του σωματικού (περιφερικού) και/ή αυτόνομου νευρικού συστήματος. Τραγική συνέπεια της διαβητικής νευροπάθειας είναι τα διαβητικά έλκη ποδιών. Οι τραυματισμοί δεν αναγνωρίζονται έγκαιρα, ως αποτέλεσμα της μειωμένης αίσθησης του πόνου, με αποτέλεσμα την εμφάνιση μολύνσεων που περιπλέκουν την όλη κατάσταση.

### Διαβητικό Πόδι

Η εμφάνιση βλαβών στα πόδια των διαβητικών, είναι αποτέλεσμα τόσο της αρτηριοπάθειας όσο και της νευροπάθειας. Η συχνή αυτή επιπλοκή του διαβήτη επιδεινώνεται από την εμφάνιση λοίμωξης, ειδικά εάν η υγιεινή είναι ανεπαρκής. Η εξέταση θα πρέπει να περιλαμβάνει τον έλεγχο των σφίξεων του ποδιού. Σημεία που πρέπει να αξιολογηθούν είναι: η ωχρότητα του δέρματος του πόσου, η ανύψωση του σκέλους, η απουσία τριχοφυΐας, η δυστροφία των ονύχων, ψυχρό και ξηρό δέρμα, μειωμένες σφίξεις και η παρουσία ελκών, νεκρωτικών βλαβών ή και γάγγραινας.



**Contour**  
Evolving with you

Ανακαλύψτε μια πιο  
εύκολη διαχείριση του διαβήτη.\*  
**Νέος μετρητής CONTOUR®NEXT.**  
Εμπιστευτείτε το φως.

Νέος

**Εμπιστευτείτε την:**

- **Υψηλή του ακρίβεια<sup>2</sup>** σε συνδυασμό με τις ταινίες μέτρησης CONTOUR®NEXT
- **Λειτουργία smartLIGHT®** για ευκολότερη κατανόηση των επιπέδων γλυκόζης αίματός<sup>1</sup>
- **Λειτουργία Second-Chance® sampling 60 δευτερολέπτων**, που μπορεί να βοηθήσει στην αποφυγή επιπλέον τρυπημάτων και στην εξοικονόμηση ταινιών μέτρησης<sup>3</sup>
- **Δωρεάν εφαρμογή CONTOUR®DIABETES** που σχετίζεται με βελτιωμένο γλυκαιμικό έλεγχο<sup>4,5</sup>



[www.diabetes.ascensia.gr](http://www.diabetes.ascensia.gr)

\*Η λειτουργία smartLIGHT® προσφέρει ευκολότερη κατανόηση των αποτελεσμάτων γλυκόζης αίματος.<sup>1</sup> Η εφαρμογή διευκολύνει μια πιο ενεργή συμμετοχή στην αυτο-διαχείριση του διαβήτη.<sup>4,5</sup> Η αντίστροφη μέτρηση 60 δευτερολέπτων (για την προσθήκη περισσότερου αίματος) καθιστά ευκολότερο να γνωρίζεις ο χρήστης πότε η ταινία δεν έχει αρκετό αίμα.<sup>2</sup>

**Αναφορές:** **1.** Smartson online survey, Sweden 2017. 352 respondents: People with type 1 and type 2 diabetes, over 18 years old, who tested at least 4–7 times a day. Participants received free meter and tests strips. Survey funded by Ascensia Diabetes Care. **2.** Data on File. N=326. Ascensia Diabetes Care. CNext/CTV3 Study. Protocol no. GCA-PRO-2018-006-01. **3.** Market Research. Ascensia Diabetes Care, Hall & Partners online market research, conducted April/May 2015. **4.** Stuhr A and Pardo S. Impact of Real-World Use of the CONTOUR®DIABETES App on Glycemic Control and Testing Frequency. Poster presented at the Diabetes Technology Meeting (DTM), November 8-10 2018, North Bethesda, Maryland, USA. **5.** Pardo S et al. Changes in Blood Glucose Excursions After at Least 180 Days Real-world Use of a New Smartphone Application for Blood Glucose Monitoring. Poster presented at the 12th International Conference on Advanced Technologies & Treatments For Diabetes (ATTD); February 20–23, 2019; Berlin, Germany.

© 2019 Ascensia Diabetes Care. Με την επιφύλαξη παντός δικαιώματος. Το Ascensia, το λογότυπο Ascensia Diabetes Care, το Contour, το Smartlight και το Second-Chance είναι εμπορικά σήματα και/ή εμπορικά σήματα κατατεθέντα της Ascensia Diabetes Care Holdings AG.

Apple and the Apple logo are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. App Store is a service mark of Apple Inc. Google Play and the Google Play logo are trademarks of Google LLC. All other trademarks are properties of their respective owners and are used solely for informative purposes. No relationship or endorsement should be inferred or implied. Ημερομηνία προετοιμασίας: Νοέμβριος, 2019. Κωδικός: G.GR.11.2019.PP-CN-Mtr-GBL-0016

  
**ASCENSIA**  
Diabetes Care

**Συμβουλευτέ τους ασθενείς σας με διαβήτη τα ακόλουθα**

- ✓ Να μην περπατούν ποτέ ξυπόλυτοι, ούτε μέσα στο σπίτι.
- ✓ Να χρησιμοποιούν ειδικές βαμβακερές κάλτσες που δεν εμποδίζουν τη ροή του αίματος.
- ✓ Να πλένουν καθημερινά τα πόδια τους, να τα στεγνώνουν σχολαστικά και στη συνέχεια να εφαρμόζουν ειδική κρέμα ενυδάτωσης.
- ✓ Να ελέγχουν καθημερινά τα πόδια και τα πέλματά τους από ένα καθρεφτάκι. Πρέπει να παρατηρούν αν υπάρχουν κοψίματα, ανοίγματα, μελανιές ή κάποια μόλυνση.
- ✓ Να περπατούν και να ασκούνται καθημερινά, έτσι ώστε να ενισχύεται η κυκλοφορία στα άκρα.
- ✓ Να φορούν μαλακά και άνετα παπούτσια που προστατεύουν από τις τριβές και την ανάπτυξη μυκήτων.
- ✓ Να κόβουν τα νύχια τους ίσια ώστε να αποφεύγεται η ανάπτυξη των νυχιών μέσα στο δέρμα, η οποία μπορεί να προκαλέσει φλεγμονή. Αν δεν μπορούν μόνοι τους, συμβουλευτέ τους να επισκεφθούν κάποιον ειδικό ποδολόγο.
- ✓ Σε περίπτωση υπερκερατώσεων ή κάλων, μπορούν να χρησιμοποιήσουν ελαφρόπετρα, όχι όμως αιχμηρές λίμες ή επιθέματα με φάρμακο.

**Δερματικές Επιπλοκές**

Οι διαβητικοί ασθενείς είναι ευάλωτοι σε βακτηριακές λοιμώξεις και μυκητιάσεις. Οι λοιμώξεις σε συνδυασμό με τον διαβήτη, επιβραδύνουν ακόμη περισσότερο την επούλωση των τραυμάτων. Είναι πολύ σημαντικό ο ασθενής να στεγνώνει καλά το δέρμα του μετά το μπάνιο, καθώς η ύπαρξη υγρασίας ευνοεί την ανάπτυξη μυκήτων. Ακόμη, ο ασθενής θα πρέπει να χρησιμοποιεί καθημερινά ενυδατική κρέμα σε όλο του το σώμα. Τέλος, ο διαβητής μπορεί επίσης να προκαλέσει και άλλα δερματικά προβλήματα που εκδηλώνονται με την εμφάνιση έγχρωμων κηλίδων, πλακών, σπυριών ή αντιδράσεων στο σημείο όπου γίνεται η ένεση της ινσουλίνης.

**Οδοντικές επιπλοκές**

Οι άνθρωποι με διαβήτη έχουν διπλάσιες πιθανότητες δημιουργίας ουλίτιδας και άλλων στοματικών προβλημάτων.

*Τα συχνότερα προβλήματα που εμφανίζονται είναι...*

**Περιοδοντική Νόσος**

Ο διαβητής συνδέεται συχνά με περιοδοντική νόσο. Ουσιαστικά, η υπεργλυκαιμία προάγει τον πολλαπλασιασμό των βακτηρίων της οδοντικής πλάκας. Δημιουργείται φλεγμονή στα ούλα, παρατηρείται αιμορραγία ακόμη και απώλεια δοντιών. Συμβουλευτέ τους ασθενείς σας να πλένουν τα δόντια τους σχολαστικά, τουλάχιστον 2 φορές την ημέρα, με

ειδικά προϊόντα και να χρησιμοποιούν νήμα.

**Ξηροστομία**

Οι ασθενείς με Σακχαρώδη Διαβήτη συχνά παραπονιούνται για ξηροστομία, δηλαδή μειωμένη ροή σάλιου, λόγω μεταβολικών αλλαγών ή νευρολογικών διαταραχών ή της φαρμακευτικής αγωγής που ακολουθούν. Συμβουλευτέ τους ασθενείς σας να επιλέγουν οδοντόκρεμα που ενυδατώνει τη στοματική κοιλότητα. Επίσης, συμβουλευτέ τους να καταναλώνουν επαρκείς ποσότητες νερού αλλά όχι αλκοολούχων ποτών ή καφεΐνης και να χρησιμοποιούν τσίχλα χωρίς ζάχαρη όταν έχουν έντονα δυσάρεστη αίσθηση.

“Οι διαβητικοί ασθενείς είναι ευάλωτοι σε βακτηριακές λοιμώξεις και μυκητιάσεις.”

**Η εκπαίδευση του ασθενή με Σακχαρώδη Διαβήτη**

Βασικό ρόλο στην εξέλιξη της νόσου έχει η σωστή εκπαίδευση του ασθενή με διαβήτη. Η εκπαίδευση για αυτοφροντίδα στον Σακχαρώδη Διαβήτη έχει ως κέντρο το άτομο, αλλά και το περιβάλλον του, με στόχο την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων που θα συμβάλλουν στον καλύτερο δυνατό έλεγχο της νόσου, την πρόληψη των επιπλοκών και τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής του. Πρόκειται για μια συνεχή διά βίου διαδικασία που αφορά τη διατροφή, την άσκηση, τη διακοπή καπνίσματος, τη συμμόρφωση με τη φαρμακοθεραπεία, την εκπαίδευση σε θέματα καθημερινής υγιεινής κ.ά. Ο φαρμακοποιός, ως ο πιο άμεσα προσβάσιμος επιστήμονας υγείας, οφείλει και πρέπει να παίξει κυρίαρχο ρόλο σε αυτήν την εκπαίδευση. ■



Νέο

## Εκπληκτικά έξυπνο Accu-Chek® Guide



### Έξυπνος σχεδιασμός φιαλιδίου

Εύκολη χρήση χωρίς απώλειες,  
αφαίρεση μίας μόνο ταινίας τη φορά



### Ευκολότερος έλεγχος

Φωτιζόμενη υποδοχή ταινίας, ευρεία  
κίτρινη περιοχή τοποθέτησης αίματος  
& ανέπαφη εξαγωγή της ταινίας



### Έξυπνη αποθήκευση δεδομένων

Ασύρματη αποστολή των αποτελεσμάτων  
στην εφαρμογή mySugr



Μάθετε περισσότερα: [www.accu-chek.gr](http://www.accu-chek.gr)

Τα ACCU-CHEK, ACCU-CHEK GUIDE και ACCU-CHEK SOFTCLIX είναι εμπορικά σήματα της Roche.  
Το mySugr είναι εμπορικό σήμα της mySugr GmbH. © 2018 Roche Diabetes Care.

**Roche Diagnostics (Hellas) A.E.**

Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών Accu-Chek: 210 2703700  
Δωρεάν γραμμή υποστήριξης (από σταθερό): 800 11 71000



**ACCU-CHEK®**

# Πρόληψη και περιορισμός των ανεπιθύμητων ενεργειών

Προσοχή, αυτό το φάρμακο  
δεν είναι για καρδιακούς.  
Κινδυνεύουν να πάθουν έμφραγμα  
εάν διαβάσουν όλες  
τις ανεπιθύμητες ενέργειες!



Οι ανεπιθύμητες ενέργειες των φαρμάκων είναι η κύρια αιτία της κακής συμμόρφωσης των ασθενών και η διαχείρισή τους είναι πολύ σημαντική, ιδίως επειδή ευθύνονται για υποτιμημένη νοσηρότητα και θνησιμότητα.



Από το **ΝΙΚΟΛΑΟ ΜΑΝΕΤΑ**,  
 Φαρμακοποιό, MSc International Health Management

**Α**νεξάρτητα από την ηλικία, η εμφάνιση ανεπιθύμητων ενεργειών είναι συχνά άτυπη και παραπλανητική. Οι πιο συχνές ανεπιθύμητες ενέργειες είναι: δερματικές εκδηλώσεις (κνησμός, διάφορες εκρήξεις), πεπτικές διαταραχές (ναυτία, έμετος, δυσλειτουργία του εντέρου) και νευροαισθητηριακές διαταραχές (κακουχία, μειωμένη εγρήγορση, υπνηλία, κεφαλαλγία, ζάλη, διαταραχές ισορροπίας).

### Τα σχετικά φάρμακα

Εξ' ορισμού, μπορεί να εμπλέκονται σχεδόν όλες οι κλάσεις φαρμάκων, αλλά οι πιο συχνές είναι τα ψυχοτρόπα, τα ογκολογικά, τα καρδιαγγειακά, τα αντιβιοτικά, τα αντιφλεγμονώδη, τα αναλγητικά, τα αντιδιαβητικά και τα αντιπηκτικά.

### ΟΙ ΕΠΙΜΑΧΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ

Οι **5 κύριοι μηχανισμοί** που προκαλούν τις ανεπιθύμητες ενέργειες είναι:

**«Δευτερεύουσες» παρενέργειες:** Σχετίζονται άμεσα με τις φαρμακοδυναμικές ιδιότητες ενός φαρμάκου και συνήθως εξαρτώνται από τη δόση. Η εμφάνισή τους, συνήθως προβλέψιμη, συχνά ευνοείται από το παθοφυσιολογικό πεδίο του ασθενούς. Είναι αποτρέψιμες με την εξατομικευμένη προσαρμογή των δόσεων, τον αυστηρό σεβασμό των αντενδείξεων και των προφυλάξεων και την τακτική παρακολούθηση των ασθενών για την έγκαιρη ανίχνευσή τους.

**Τοξικές παρενέργειες:** Οφείλονται σε υπερδοσολογία. Σε ορισμένες περιπτώσεις, συνδέονται με υπερβολική

ημερήσια δόση, ιδιαίτερα όσον αφορά τα φάρμακα με περιορισμένο θεραπευτικό εύρος (αντιπηκτικά, αντισπασμωδικά, υπογλυκαιμικά, λιθίου κ.λπ.). Αυτός ο τύπος παρενεργειών είναι γενικά προβλέψιμος και μπορεί να αποφευχθεί βελτιώνοντας τη συμμόρφωση, σύμφωνα με τους κανόνες της καλής χρήσης φαρμάκων.

**Ανοσο-αλλεργικές παρενέργειες:** Συνδέονται με μηχανισμούς υπερευαισθησίας. Σαν συνέπεια είναι η απαγόρευση χρήσης του συγκεκριμένου μορίου, καθώς και όλων των άλλων χημικά συγγενών μορίων. Οι παρενέργειες αυτές μπορούν να αποφευχθούν με προσεκτική εξέταση του αλλεργικού ιστορικού του ατόμου.

**Ανεπιθύμητες ενέργειες από αλληλεπιδράσεις φαρμάκων:** Αυτές μπορεί να είναι φαρμακοκινητικές αλληλεπιδράσεις (οι οποίες μπορεί να εμφανιστούν κατά την απορρόφηση, τη μεταφορά, τον μεταβολισμό ή την απέκκριση) ή φαρμακοδυναμικές (π.χ. ενίσχυση της νεφροτοξικότητας ενός ΜΣΑΦ στην περίπτωση συγχρόνησης με έναν αναστολέα του μετατρεπτικού ενζύμου της αγγειοτασίνης).

**Ανεπιθύμητες ενέργειες με τη διακοπή της αγωγής:** Συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων, όπως τα αντικαταθλιπτικά, απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή κατά τη διακοπή της θεραπείας. Απότομη μείωση ή διακοπή λήψης του φαρμάκου, που συνήθως γίνεται μονομερώς από τους ασθενείς, χωρίς την επίβλεψη και συμβουλή επαγγελματιών υγείας, οδηγεί στην εμφάνιση ανεπιθύμητων ενεργειών.

## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Η πρόληψη ή ο περιορισμός των ανεπιθύμητων ενεργειών των φαρμάκων στηρίζεται κυρίως στη γνώση των διαφόρων τύπων παραγόντων κινδύνου.

### Παράγοντες κινδύνου που σχετίζονται με το άτομο

Μπορούμε να διακρίνουμε τις ακραίες ηλικίες της ζωής, τον ρόλο των γενετικών παραγόντων και πιθανώς των σχετιζόμενων παθολογιών.

Γνωρίζουμε ότι στα βρέφη υπάρχει μία ιδιαίτερη ευαισθησία σε πολλά φάρμακα, συμπεριλαμβανομένης μιας ιδιαίτερης φαρμακοκινητικής αλλά και φαρμακοδυναμικής συμπεριφοράς. Έτσι, για παράδειγμα, τα πολύ μικρά παιδιά χαρακτηρίζονται από ασαφή από του στόματος απορρόφηση, μεταβλητή απορρόφηση των μυών, αυξημένη απορρόφηση από το δέρμα, μειωμένη δέσμευση πρωτεϊνών και μειωμένη νεφρική απέκκριση.

Επίσης, εκτιμάται ότι υπάρχει κίνδυνος εμφάνισης ανεπιθύμητων ενεργειών, 15% ανά φάρμακο μετά από τα 65 έτη, έναντι μόνο 6% πριν από την ηλικία των 60 ετών.

Μετά από τα 80 χρόνια, το ποσοστό φτάνει το 20 έως 30%.

### Ειδικά για τους ηλικιωμένους, τα φαρμακοκινητικά χαρακτηριστικά τους περιλαμβάνουν:

- Μειωμένη νεφρική λειτουργία (ανάγκη προσαρμογής της δοσολογίας της φαρμακευτικής αγωγής ανάλογα με τον ρυθμό σπειραματικής διήθησης από τα νεφρά),
- Συσσώρευση πρωτεϊνών και αιμοσφαιρίνης σε ανθρώπους που υποσιτίζονται (δυσνητικός κίνδυνος υπερδοσολογίας φαρμάκων που δεσμεύονται έντονα με τις πρωτεΐνες του πλάσματος),
- Αλλαγή στον όγκο κατανομής των λιπόφιλων φαρμάκων.

### Οι δε φαρμακοδυναμικές διαταραχές σχετίζονται με:

- Την απώλεια κυττάρων του ιστού του μυοκαρδίου που μπορεί να οδηγήσουν σε διαταραχές της φαρμακευτικής αγωγής (λόγω πιθανής αύξησης της ευαισθησίας σε ορισμένα φάρμακα) και
- Αλλαγές στη διαπερατότητα του αιματοεγκεφαλικού φραγμού (λόγω αυξημένης ευαισθησίας στα φάρμακα του ΚΝΣ, με πρώτα και κύρια τα ηρεμιστικά).

Εκτός από αυτές τις διαταραχές προστίθενται πολλαπλές παθολογίες που επιδεινώνονται από άλλα επεισόδια όπως: αφυδάτωση, καρδιακή ανεπάρκεια και μολυσματικές ασθένειες.

### ΠΡΟΣΟΧΗ! Νεφρική ανεπάρκεια

Η χρόνια νεφρική ανεπάρκεια είναι μια κοινή κατάσταση, ειδικά στους ηλικιωμένους, σε άτομα με τον ιό HIV ή με καρκίνο. Σε αυτούς τους ασθενείς, όπου η φαρμακοκινητική έχει τροποποιηθεί για τα φάρμακα με επιλεκτική απέκκριση στα ούρα, είναι απαραίτητο να ρυθμιστεί η δοσολογία με βάση τον ρυθμό σπειραματικής διήθησης στα νεφρά, που υπολογίζεται από την κρεατινίνη ορού.

### Παράγοντες κινδύνου που σχετίζονται με το φάρμακο

Συγκεκριμένα, θα πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικοί όσον αφορά τις συνθήκες αποθήκευσης των φαρμάκων.

### Παράγοντες κινδύνου που σχετίζονται με το περιβάλλον

Αυτοί περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, τον ρόλο της ακούσιας έκθεσης στον ήλιο (φωτοτοξικότητα, φωτοευαισθητοποίηση), ορισμένα τρόφιμα (αλκοόλ, ψητά κρέατα που μπορεί να οδηγήσουν σε επαγωγή ενζύμων) ή ακόμη και η επαγγελματική δραστηριότητα του ατόμου (έκθεση σε τοξικά).





# Fluarix Tetra

4-δύναμο αντιγριπικό εμβόλιο



## Η εμπειρία δημιουργεί εμπιστοσύνη

### Το Fluarix Tetra:

- Προσφέρει **άμεση και ευρεία προστασία έναντι των 4 στελεχών της γρίπης.**<sup>1</sup>
- Περιλαμβάνει **2 υπότυπους A και 2 τύπους B.**<sup>1</sup>
- Έχει **το ίδιο δοσολογικό σχήμα** για βρέφη, παιδιά\* και ενήλικες.<sup>1</sup>

#### Σύνοψη προφίλ ασφαλείας<sup>1</sup>

Το εμβόλιο θα πρέπει να χορηγείται ενδομυϊκά. Εάν το Fluarix Tetra πρόκειται να χορηγηθεί ταυτόχρονα με άλλο ενέσιμο εμβόλιο, τα εμβόλια πρέπει να χορηγούνται πάντα σε διαφορετικές θέσεις ένεσης. Χορηγείται με προσοχή σε άτομα με θρομβοπενία ή διαταραχές της πήξης του αίματος. Αντενδείκνυται σε άτομα με υπερευαισθησία στις δραστηίες συσταίες ή σε οποιοδήποτε από τα έκδοκα του εμβολίου ή σε οποιοδήποτε από τα συστατικά που ενδέχεται να είναι παρόν σε ίσως αυγά (ωολευκιωματίνη, πρωτεΐνες ορνιθίων), φορμαλδεΐδη, θειική γενταμικίνη και δεοξυχολικό νάτριο. Ο εμβολιασμός θα πρέπει να αναβάλλεται σε ασθενείς με εμπύρετη νόσο ή οξεία λοίμωξη. Όπως με οποιοδήποτε εμβόλιο, μπορεί να μην επιτευχθεί προστατευτική ανοσολογική ανταπόκριση σε όλα τα εμβολιασθέντα άτομα.

Σε κλινικές δοκιμές, οι πιο συχνά αναφερόμενες γενικές ανεπιθύμητες ενέργειες ήταν:

- Σε ενήλικες (> 18 ετών): κόπωση, κεφαλαλγία και μωσαγία
- Σε άτομα ηλικίας 6 έως 17 ετών: κόπωση, κεφαλαλγία και μωσαγία
- Σε άτομα ηλικίας 3 έως 5 ετών: υπνηλία και ευερεθιστότητα και
- Σε άτομα ηλικίας 6 μηνών έως 3 ετών: ευερεθιστότητα/αησυχία και απώλεια της όρεξης

#### Βιβλιογραφία:

1. Fluarix Tetra, Περιήληξη Χαρακτηριστικών Προϊόντος, Σεπτέμβριος 2019. 2. WHO. Recommended composition of influenza virus vaccines for use in the northern hemisphere 2019-2020. Available at: [https://www.who.int/influenza/vaccines/virus/recommendations/2019\\_20\\_north/en/](https://www.who.int/influenza/vaccines/virus/recommendations/2019_20_north/en/). Last accessed September 2019. 3. Εθνικό Πρόγραμμα Εμβολιασμών 2019. Available at: <https://www.moh.gov.gr/articles/health/dieythynsh-dhmosias-ygieinhs/metadotika-kai-mhmetadotika-noshmata/ethnika-programmata-emboliasmwv/>. Last accessed July 2019.

- Το Fluarix Tetra ενδείκνυται για την ενεργητική ανοσοποίηση των ενηλίκων, των βρεφών άνω των 6 μηνών και παιδιών έναντι της γρίπης.<sup>1</sup>

- Το Fluarix Tetra συστήνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας.<sup>2</sup>

- Αποζημιώνεται 100% σύμφωνα με τις συστάσεις του Εθνικού Προγράμματος Εμβολιασμών για τις ομάδες υψηλού κινδύνου.<sup>3</sup>

\* Σε παιδιά ηλικίας <9 ετών, που δεν είναι εμβολιασθεί στο παρελθόν έναντι της γρίπης, θα πρέπει να χορηγηθεί μία δεύτερη δόση μετά από ένα μεσοδιάστημα τουλάχιστον 4 εβδομάδων.

Λ Τ: 10,72 €

% αποχρήτωσης από τους οργανισμούς κοινωνικών ασφαλίσεων:

100% για τις ομάδες υψηλού κινδύνου.

Τα αναφέρει συχνά και την ημερομηνία σύνταξης του εισοδήματος/καταχώρησης

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την εταιρία για επιβεβαίωση πλήρους ενημερωμένων δεδομένων, για οποιαδήποτε πληροφορία ή/και αναφορά Αναπληθύντων Ενεργειών στο τηλέφωνο 210 5882100.

Η ΠΧΠ είναι διαθέσιμη στη σελίδα 124

**Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή και Αναφέρετε ΟΛΕΣ τις ανεπιθύμητες ενέργειες για ΟΛΑ τα φάρμακα Συμπληρώνοντας την «ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ»**

Το εμπορικό σήμα σήμα ή δικαίωμα παραχώρησης στον Όμιλο Εταιρειών GSK. ©2019 Όμιλος εταιρειών GSK ή δικαιούχος του Όμιλου GSK

Λ, Κηφισίας 266, 152 32 Χαϊλάνδρι, Αθήνα, Τηλ.: 210 6882100

- Η πρόληψη και ο περιορισμός των παρενεργειών αποτελεί βασικό ρόλο του φαρμακοποιού.
- Οι κυριότερες κατηγορίες με ανεπιθύμητες ενέργειες είναι τα ψυχοτρόπα, τα αντικαρκινικά, τα αντιφλεγμονώδη, τα αναλγητικά, τα αντιπηκτικά, τα αντιδιαβητικά και τα καρδιαγγειακά φάρμακα.
- Δώστε ιδιαίτερη προσοχή σε πολύ μικρά παιδιά και ηλικιωμένους.
- Σε περίπτωση χρήσης ΜΗΣΥΦΑ, προτείνετε τη χαμηλότερη δυνατή δόση, ικανή να επιτύχει θεραπευτικό αποτέλεσμα για το συντομότερο χρονικό διάστημα.
- Τα σημεία που πρέπει να προσελεύσουν την προσοχή μας είναι η φυσιοπαθολογική κατάσταση του ασθενούς, η ύπαρξη πιθανής νεφρικής ή ηπατικής ανεπάρκειας, ο αριθμός, η φύση, η δοσολογία των συνταγογραφούμενων φαρμάκων και τα προηγούμενα αποτελέσματα ανεπιθύμητων ενεργειών. ■

## ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΦΑΡΜΑΚΩΝ

Είναι ένα δυνητικά σημαντικό κεφάλαιο, αν και στην πράξη μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό αλληλεπιδράσεων έχει κλινική αποτύπωση.

Για την καταγραφή, θυμηθείτε ότι η πεπτική απορρόφηση των φαρμάκων μπορεί να ποικίλει ανάλογα με:

- Τη μεταβολή στο γαστρικό ή δωδεκαδακτυλικό pH ή την ταυτόχρονη πρόσληψη ενός προσροφητικού, ενός κηλικού παράγοντα ή ενός προϊόντος που τροποποιεί τη γαστρική κινητικότητα,
- Το σημαντικό ρόλο της ενζυματικής επαγωγής / αναστολής εντός του ηπατικού μεταβολισμού, μέσω κυρίως των κυτοχρωμάτων P450,
- Οτιδήποτε μπορεί να επηρεάσει τη νεφρική απέκκριση.

## ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΣΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ

### Εμπλοκή όλης της ομάδας του πάγκου

- Ενημερώστε και εκπαιδεύστε τα άτομα που εξυπηρετούν στον πάγκο σχετικά με τον εντοπισμό των ανεπιθύμητων ενεργειών, ιδιαίτερα σε θεραπευτικές κατηγορίες υψηλού κινδύνου.
- Καταγράψτε με την ομάδα εργασίας τις πλέον κοινές ή ιδιαίζουσες παρενέργειες.
- Εξασφαλίστε την επαγρύπνηση για τα προϊόντα κινδύνου και των φαρμάκων υπό ενισχυμένη επιτήρηση, ο κατάλογος των οποίων διατίθεται στον ιστότοπο του ΕΟΦ και συγκεκριμένα στην ενότητα της Φαρμακοεπαγρύπνησης.

### Συλλογή αναφορών

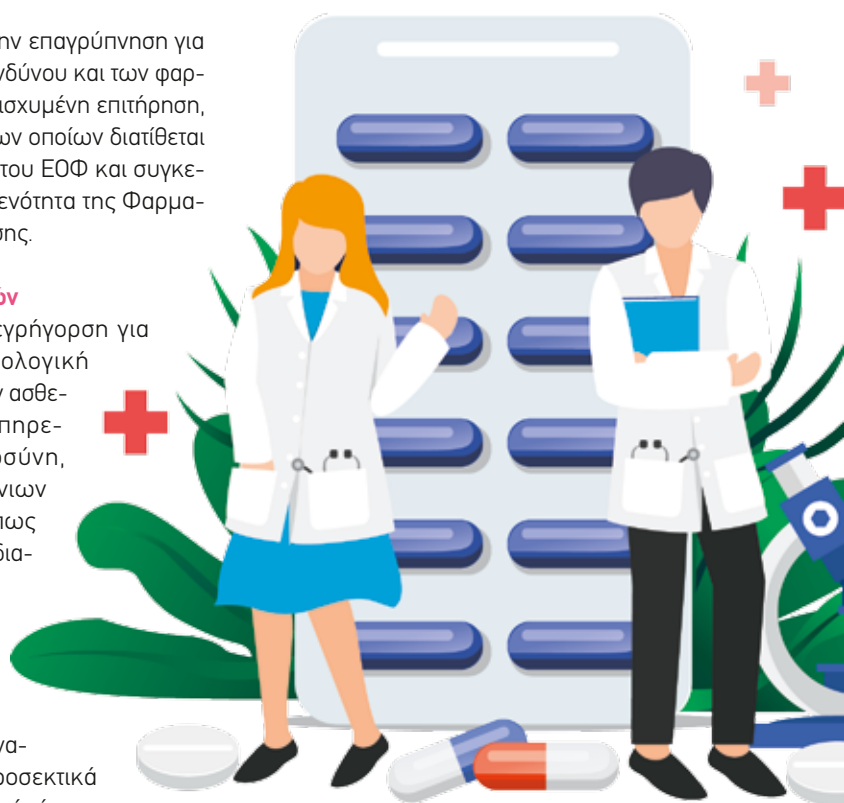
- Να είστε σε εγρήγορη για τη φυσιοπαθολογική κατάσταση των ασθενών που εξυπηρετείτε: εγκυμοσύνη, θεραπεία χρόνιων νοσημάτων όπως υπέρταση και διαβήτης.
- Φροντίστε την ενεργή ακρόαση των ασθενών. Συλλέξτε τις αναφορές τους προσεκτικά (μερικοί ασθενείς έχουν, παράξενα, όλες τις ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρονται στο φύλλο οδηγιών) και καταγράψτε εκείνες που φαίνονται πιο αξιόπιστες.
- Καταγράψτε τις παρατηρήσεις σας στο φύλλο προϊόντων και στο προσωπικό αρχείο του πελάτη, για να παρακολουθήσετε την εξέλιξη.
- Πείτε στον ασθενή να ενημερώσει τον ιατρό του.

### Δήλωση αναφορών

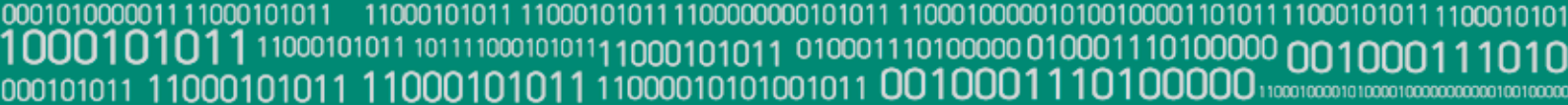
- Ορισμένες ανεπιθύμητες ενέργειες μπορεί να είναι σοβαρές ή απροσδόκητες. Είναι επομένως υποχρεωτικό

για τους φαρμακοποιούς και γενικά για τους επαγγελματίες υγείας, να προβούν σε άμεση δήλωση στον ΕΟΦ με την προβλεπόμενη διαδικασία.

- Η φόρμα φαρμακοεπαγρύπνησης (Κίτρινη Κάρτα) είναι διαθέσιμη στο Εθνικό συνταγολόγιο για αποστολή ταχυδρομικά ή με ΦΑΞ στον αριθμό 2106549585 ή ηλεκτρονικά για απευθείας καταχώρηση στην ιστοσελίδα <https://kitrinikarta.eof.gr/>.



- Για την ολοκληρωμένη συμπλήρωση της Κίτρινης Κάρτας απαιτούνται:
  1. Στοιχείο που υποδηλώνει υπαρκτό ασθενή (αρχικά ονόματος, φύλο, βάρος, ύψος, ημερομηνία γέννησης).
  2. Όνομα ύποπου φαρμάκου (εμπορική ονομασία ή ονομασία δραστικής ουσίας).
  3. Ανεπιθύμητη ενέργεια που παρουσιάστηκε.
  4. Στοιχεία του αναφέροντα το περιστατικό (ιδιότητα, όνομα, στοιχεία επικοινωνίας). ■



Η **δυναμική** στη  
ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗ Α.Ε.

## Μηχανογραφική Υποστήριξη Φαρμακείων

δίνει **λύσεις!**

**Ελάτε να γνωρίσουμε μαζί το  
Τμήμα Υποστήριξης Φαρμακείου – FarmakoNet**  
με την ενεργή βοήθεια και καθοδήγηση της CSA

**Γιατί δυναμική;**  
ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗ Α.Ε.

- Γιατί απαντάμε άμεσα και αποτελεσματικά
- Γιατί σε εμάς, θα βρείτε το γνωστό επίπεδο εξυπηρέτησης της Δυναμικής
- Γιατί γνωρίζουμε καλά τα προβλήματα των φαρμακείων
- Γιατί υπάρχει συνεχής βελτίωση των υπηρεσιών μας

**Ενδεικτικά σας  
παρέχουμε:**

- Αποκατάσταση βλάβης ή σφάλματος του FarmakoNet
- Αρχείο ενημέρωσης με τις χονδρικές τιμές των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ.
- Επίλυση αποριών του χρήστη, διευκρινήσεις στη λειτουργία του προγράμματος
- Έγκαιρη ενημέρωση για κάθε αιφνίδια αλλαγή (με SMS ή e-mail)

[www.dinamiki.gr](http://www.dinamiki.gr) 



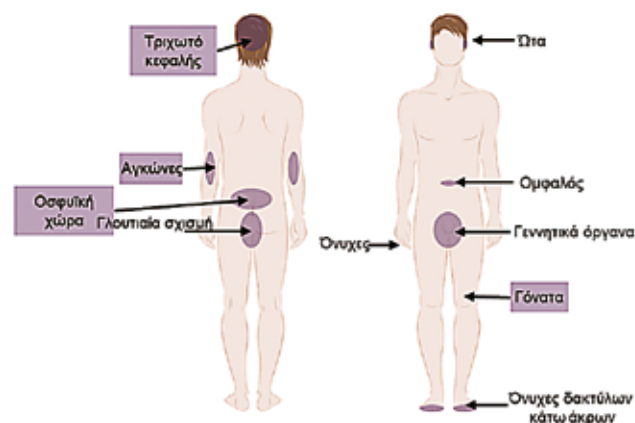
# ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΤΕ αποτελεσματικά τον ψωριασικό ασθενή με αμοιβαία οφέλη



Γνωρίζοντας τα κύρια κλινικά χαρακτηριστικά της ψωρίασης, τον κίνδυνο αυξημένων συννοσηροτήτων, τις ψυχολογικές επιπτώσεις από τη μεριά του ασθενή, αλλά και κάποια ενδιαφέροντα δεδομένα της αγοράς της Ελλάδας, που είναι παραδόξως πολύ χαμηλότερη σε σχέση με άλλες χώρες, θα ανακαλύψετε στο παρόν άρθρο, ότι το Ελληνικό Φαρμακείο μπορεί να «ανοίξει» την αγορά της ψωρίασης.

Είναι γνωστό πως η ψωρίαση κατηγοριοποιείται ως ήπιας, μέτριας και σοβαρής βαρύτητας, ανάλογα με το ποσοστό της επιφάνειας του σώματος που προσβάλλει, τη θέση των προσβεβλημένων σημείων και τις επιπτώσεις της στην ποιότητα ζωής του ασθενούς. Στην πλειονότητα των ασθενών μπορούν να χορηγηθούν τοπικοί παράγοντες, καθώς η τοπική θεραπεία στην ψωρίαση συνεχίζει να είναι επίκαιρη και σημαντική για τους περισσότερους ασθενείς.

### Περιοχές του σώματος που εμφανίζεται συνήθως ψωρίαση



Από τις **ΜΑΡΙΑ ΠΟΛΙΤΟΥ**, Δερματολόγο-Αφροδισιολόγο, Επιμ. Β', Α' Πανεπιστημιακή Κλινική, Νοσοκομείο «Α.Συγγρός» και **ΕΙΡΗΝΗ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΥ**, Φαρμακοποιό

### Ορισμός της ψωρίασης κατά πλάκας (κοινή ψωρίαση)

Πρόκειται για μία χρόνια, συστηματική και φλεγμονώδη νόσο του δέρματος<sup>1,2</sup>, που επηρεάζει περίπου το 2% του πληθυσμού<sup>3</sup>. Η ψωρίαση χαρακτηρίζεται από φολιδωτές, ερυθρηματώδεις κηλίδες, βλατίδες και πλάκες (φολιδωτές βλάβες) που είναι συχνά κνησμώδεις<sup>4,5</sup>. Τυπικά ακολουθεί μια πορεία υποτροπών και υφέσεων, αλλά συχνά παραμένει αδιάγνωστη ή μη θεραπευόμενη<sup>5,6</sup>.



Κλινικό περιστατικό κατόπιν ευγενικής παραχώρησης της Dr. Bianca M. Zolo, Ιταλία.

Η ψωρίαση μπορεί να εμπλέξει οποιαδήποτε περιοχή του δέρματος.

**Συνήθεις περιοχές εμφάνισης<sup>4</sup>:** τριχωτό της κεφαλής, αγκώνες, οσφυϊκή χώρα, γόνατα.

Οι πιο δύσκολα θεραπευόμενες περιοχές είναι<sup>7</sup>:

- Τριχωτό της κεφαλής
- Πέλματα, Παλάμες, Νύχια
- Παρατριμματικές περιοχές (περιοχές του δέρματος που έρχονται σε επαφή ή τριβή)

### Η ψωρίαση δεν είναι μόνο στο δέρμα...

Υπάρχει αυξημένος κίνδυνος συννοσηροτήτων που συνδέονται με τη σοβαρή ψωρίαση και οι ασθενείς με ψωρίαση βρίσκονται σε κίνδυνο ανάπτυξης ψωριασικής αρθρίτιδας.

Η χρόνια φλεγμονώδης αρθρίτιδα συνδέεται με τη ψωρίαση και η βαρύτητα

“ Η τοπική θεραπεία στην ψωρίαση συνεχίζει να είναι επίκαιρη και σημαντική για τους περισσότερους ασθενείς. ”

της δερματικής νόσου και αυτής των αρθρώσεων, συνήθως είναι ανεξάρτητη ή μια από την άλλη<sup>6,8</sup>.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι δερματικές εκδηλώσεις προηγούνται των συμπτωμάτων στις αρθρώσεις κατά σχεδόν μια δεκαετία<sup>8</sup>.

Ο εκτιμώμενος επιπολασμός της ψωριασικής αρθρίτιδας είναι 6–42% για ασθενείς με ψωρίαση<sup>9</sup>. Ευρέως αποδεκτοί παράγοντες κινδύνου περιλαμβάνουν την παρουσία βλαβών στα νύχια ή το τριχωτό της κεφαλής και οικογενειακό ιστορικό ψωρίασης<sup>8,9</sup>.

### Το γνωρίζετε ότι:

Άλλα συνοδά νοσήματα που μπορεί να αναπτύξουν τα άτομα με ψωρίαση πιο συχνά σε σύγκριση με το γενικό πληθυσμό είναι<sup>10,11</sup>: Διαβήτης, Υπερλιπιδαιμία, Υπέρταση, Περιφερική αγγειοπάθεια, Στεφανιαία Νόσος, Ηπατική / Νεφρική δυσλειτουργία, δερματική κακοήθεια, καθώς και Κατάθλιψη. Για το λόγο αυτό πρέπει να έχουν μια περιοδική ιατρική παρακολούθηση.

### Η ψωρίαση από τη μεριά του ασθενή

- Οι ασθενείς είναι διαφορετικοί όσο αφορά την αντίληψη του προβλήματος και την ενεργό εμπλοκή τους στη θεραπεία
- Το 40% από όσους αγοράζουν στο φαρμακείο κορτιζόνη για την ψωρίαση δεν παρακολουθούνται από ιατρό. Στην ουσία κάνουν αυτοδιαχείριση μιας νόσου που χρήζει ιατρικής παρακολούθησης<sup>12</sup>.
- Το 60% των Ελλήνων ασθενών με ψωρίαση δεν έχουν καμία βελτίωση της νόσου μέσα στο χρόνο<sup>13</sup>.
- 87% των Ελλήνων ασθενών δηλώνουν ότι η ψωρίαση συνεχίζει να έχει μεγάλη επίπτωση στη συναισθηματική τους κατάσταση<sup>13</sup>.

### Τα ελληνικά δεδομένα

Ας δούμε την Ελληνική πραγματικότητα...

Στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι 2% του πληθυσμού υποφέρει από ψωρίαση, δηλαδή περίπου 200.000 άτομα<sup>14</sup>. Το 80% εξ' αυτών έχουν ήπια έως μέτρια ψωρίαση<sup>13</sup>.

### Πόσοι τελικά λαμβάνουν θεραπεία;

Το 23% λαμβάνουν κάποιας μορφής θεραπεία, δηλαδή 46.000 ασθενείς από το σύνολο των 200.000<sup>15</sup>.

Δυστυχώς οι Έλληνες ασθενείς υπο-θεραπεύονται, με αρνητικές συνέπειες στην ποιότητα ζωής τους<sup>13</sup>. Χαρακτηριστικά, ως Ελλάδα έχουμε 2,5 φορές λιγότερη χρήση θεραπείας ανά 1 εκατ. κατοίκους\*, αναλογικά με άλλες χώρες του Νότου, όπως η Ιταλία και η Ισπανία<sup>14</sup>! Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένα μεγάλο ποσοστό των ασθενών (60%) να δηλώνει ότι δεν έχει καμία βελτίωση της ψωρίασης το προηγούμενο έτος<sup>13</sup>.

Συνεπώς θα αναρωτηθεί εύλογα κανείς:

**Μπορεί το ελληνικό φαρμακείο να αλλάξει τα δεδομένα στη ψωρίαση;**

**Η απάντηση είναι ΝΑΙ!**

**Είναι πιο εύκολο ο φαρμακοποιός να ωθήσει τον ασθενή προς μια καλύτερη αγωγή σήμερα<sup>17</sup>.**

- Γιατί είναι ο 1ος επαγγελματίας υγείας που επισκέπτεται ένας ασθενής
- Οι ασθενείς με ψωρίαση έχουν μεγάλη εμπιστοσύνη στον φαρμακοποιό τους
- Γιατί υπάρχουν πλέον διαθέσιμες νέες, καλύτερες θεραπείες
- Η συμμετοχή στα φάρμακα της ψωρίασης είναι μόνο 10%\*\*

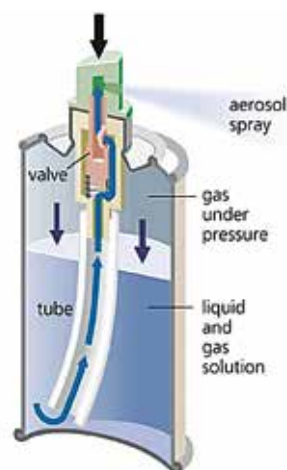
\* δεδομένα σε συσκευασίες τοπικής αγωγής

\*\* ΥΑ ΕΑΛΕ/Γ.Π. οικ. 7964/17-10-2018 (όπως έχει διορθωθεί ΦΕΚ Β 4857/31.10.2018)

### Υπάρχει στη φαρέτρα μας μία καινοτόμος θεραπευτική αγωγή;

Η ύπαρξη μίας νέας τοπικής αγωγή με τον αφρό καλσιποτριόλης/ βιταμεθαζόνης (Cal/BD) φαίνεται ότι μπορεί να κινητοποιήσει τους ασθενείς να επισκεφτούν τον δερματολόγο τους.

Ο αφρός Cal/BD (Enstilar®) στηρίζεται σε μια νέα τεχνολογία και όλα δείχνουν, ότι παρόλο που έχει γνωστά συστατικά, είναι ένα πραγματικά νέο καινοτόμο φάρμακο, από τη λήψη ως τα αποτελέσματα.



Ο αφρός Cal/BD παρέχεται ως ένα συμπιεσμένο, ομοιογενές λευκό υγρό σε δοχείο αλουμινίου. Το προϊόν ψεκασμού είναι ένας καινοτόμος αφρός χωρίς αλκοόλ<sup>18,19</sup>.

### Η τεχνολογία πίσω από τη δραστηριότητα

Τα δραστικά συστατικά του είναι απόλυτα διαλυμένα, γεγονός που εξασφαλίζει υψηλή βιοδιαθεσιμότητα. Αντίθετα, οι κοινές κρέμες/αλοιφές συνδυασμών σχηματίζουν κρυστάλλους που μένουν σε μεγάλο βαθμό αναξιοποίητοι στην περιοχή της βλάβης<sup>19, 20</sup>.

Ο σταθερός συνδυασμός αντιμετωπίζει ολοκληρωμένα την παθογένεση της ψωρίασης<sup>21-25</sup> και έχει ένδειξη για την τοπική θεραπεία της ψωρίασης κατά πλάκας σε ενήλικες<sup>22</sup>. Συστήνεται για καθημερινή χρήση 4 εβδομάδων<sup>22</sup>. Το διάστημα αυτό φαίνεται ότι είναι επαρκές για να αποκτήσουν οι ασθενείς—καθαρό ή σχεδόν καθαρό δέρμα<sup>22</sup>, ενώ αναμένονται και νέα μακροχρόνια δεδομένα.

# Είναι σκόπιμο να αναβαθμίσει ο φαρμακοποιός τη διαχείριση της ψωρίασης;

**40%** από όσους αγοράζουν στο φαρμακείο κορτιζόνη για την ψωρίαση δεν παρακολουθούνται από ιατρό. Δηλαδή αυτοδιαχειρίζονται μια δύσκολη νόσο<sup>2</sup>

**60%** των Ελλήνων ασθενών με ψωρίαση δεν έχουν καμία βελτίωση της νόσου μέσα στο χρόνο.<sup>3</sup>

**87%** δηλώνουν ότι η ψωρίαση συνεχίζει να έχει μεγάλη επίπτωση στη συναισθηματική τους κατάσταση<sup>3</sup>

**Ο φαρμακοποιός,**  
χάρη στη σχέση εμπιστοσύνης που έχει με τον ασθενή, μπορεί να αλλάξει τα δεδομένα. Να διακόψει το φαύλο κύκλο της αυτοδιαχείρισης μιας νόσου που δεν είναι τόσο επιφανειακή όσο φαίνεται.

Η παραπομπή στον ειδικό δερματολόγο βοηθά διπλά τον ασθενή. Του παρέχει εξελιγμένη αντιμετώπιση και παρακολούθηση της νόσου, η οποία όχι σπάνια, εμφανίζει σοβαρές συννοσηρότητες.<sup>4</sup>



Λ.Τ. €49,87<sup>6</sup>



ΛΕΟ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.  
Λεωφόρος Κύμης και Σενέκα 10, 14564 Κηφισιά,  
Τηλ.: 212 222 5000, Fax: 2106834342 <http://leo-pharma.gr>  
Τηλ. εξυπηρέτησης πελατών 212 222 5150

© LEO Pharma copyright ENSTILAR ADV, FEB 2020 MAT-32493  
All LEO Pharma trademarks mentioned belong to the LEO Pharma Group

2. IOMΑ pharmacists pop-up survey 2017  
3. Pao Happy report 2018, Happiness Research Institute  
4. Raychaudhuri SK, et al. Autoimmunity Rev. 2014;13:490-495  
5. ΥΑ ΕΛΛΕ/ΤΠ οικ. 79647/17-10-2018 (όπως έχει διαρθρωθεί ΟΧΚ 6 481 874 10-2018)  
6. Δελτίο τιμών 12/2019  
Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (SPC) περιγράφονται σε ειδικές σελίδες του βιβλίου.

# Enstilar®

calcipotriol/betamethasone dipropionate

Νικητής  
με διαφορά έναντι  
κλομπεταζόλης\*  
στη διαχείριση της  
ψωρίασης



Ποσοστά μείωσης  
των συμπτωμάτων της ψωρίασης:

**Enstilar 80% - Κρέμα κλομπεταζόλης 43%<sup>1</sup>**



\*Παλιό σφαιρό σπριτζ  
1. Yllescas O, et al. Poster presented at: 38th IADV Congress, 2019 Oct 9-11, Madrid, Spain



Τα θεραπευτικά δεδομένα του αφρού Cal/BD

Έναρξη Θεραπείας



Περιστατικό κατόπιν ευγενικής παραχώρησης του Dr Enrique Gimero Carpio, Ισπανία 2017

Αποτέλεσμα μετά από 4 εβδομάδες  
θεραπείας



Έναρξη Θεραπείας



AA.VV. Volume 2 Springer Healthcare Collections, Anno XIX, n. 6, dicembre 2018

Αποτέλεσμα μετά από 4 εβδομάδες  
θεραπείας



“ Ο αφρός Cal/BD μπορεί να αλλάξει την ποιότητα ζωής πολλών ασθενών με ήπια-μέτρια ψωρίαση, αρκεί να μάθουν ότι υπάρχει κάτι νέο. ”

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ**

Πώς μπορεί το Ελληνικό φαρμακείο να αντιμετωπίσει τον ψωριασικό ασθενή με αμοιβαία οφέλη;

- Ενημερώνοντας τους ασθενείς που λαμβάνουν απλά τοπικά στεροειδή για την ύπαρξη νέων, βελτιωμένων θεραπειών
- Τονίζοντας στους ασθενείς ότι η αγωγή με σύγχρονες θεραπείες θα τους οδηγήσει σε καλύτερο θεραπευτικό αποτέλεσμα, μεγαλύτερη ικανοποίηση και καλύτερη ποιότητα ζωής.
- Κατευθύνοντας τους ασθενείς στον δερματολόγο για αξιολόγηση του πιθανού κινδύνου για συν-νοσηρότητες

**Είναι μια χρήσιμη επιλογή ο αφρός Cal/BD για την Ψωρίαση;**

Μετά από ένα ευρύτατο κλινικό πρόγραμμα σε πάνω από 3.000 ασθενείς, φαίνεται ότι ο αφρός Cal/BD:

- ✓ Έχει γρήγορη δράση: Προκαλεί ορατά σημάδια βελτίωσης και μείωσης του κνησμού ήδη από την 1<sup>η</sup> εβδομάδα θεραπείας<sup>26,27</sup>
- ✓ Είναι πιο αποτελεσματικός από ισχυρή και πολύ ισχυρή κορτιζόνη, ενώ ταυτόχρονα έχει καλύτερο προφίλ ασφάλειας. Δεν έχει συστηματική δράση<sup>28-32</sup>

- ✓ Προσφέρει υψηλή αποτελεσματικότητα στους περισσότερους ασθενείς την 4<sup>η</sup> εβδομάδα θεραπείας<sup>26,27</sup>
- ✓ Είναι εύκολος και πρακτικός<sup>26,33</sup>, γεγονός που οδηγεί σε μεγαλύτερη ικανοποίηση των ασθενών σε σύγκριση με τα ισχυρά/πολύ ισχυρά στεροειδή<sup>30</sup>.

Ο αφρός Cal/BD μπορεί να αλλάξει την ποιότητα ζωής πολλών ασθενών με ήπια-μέτρια ψωρίαση, αρκεί να μάθουν ότι υπάρχει κάτι νέο.

**Βιβλιογραφία**

1. Smith CH, et al. Br J Dermatol. 2009;161:987-1019; 2. Raychaudhuri SK, et al. Autoimmunity Rev. 2014;13:490-495; 3. Reich K. J Eur Acad Dermatol Venereol. 2012;26(Suppl 2):3-11; 4. Menter A, et al. J Am Acad Dermatol. 2008;58:826-850; 5. Kurd SK, et al. J Am Acad Dermatol. 2009;60:218-224; 6. Armstrong AW, et al. J Am Acad Dermatol. 2013;149:1180-1185; 7. Wozel G. Clin Dermatol. 2008;26:448-459; 8. Gottlieb A, et al. J Am Acad Dermatol. 2008;58:851-864; 9. Wilson FC, et al. Arthritis Rheum. 2009;61:233-239; 10. Howa Yeung BS, et al. JAMA Dermatol. 2013;149(10):1173-1179; 11. Feldman SR, et al. J Manag Care Spec Pharm. 2015;21(10):874-88; 12. IQVIA pharmacists pop-up survey 2017 13. Pso Happy report 2018, Happiness Research Institute 14. Samoutis A, et al. International Journal of Caring Sciences. 2012;5 15. Souliotis K, et al. J Med Econ. 2016;19(11):1021-2016 16. IQVIA database 2019 17. Focus Group ασθενών για την ψωρίαση, medimark 2016 18. UK Enstilar® SmPC April 2016; 19. Lind M, et al. Dermatol Ther (Heidelb) 2016; 6:413-425 20. Hollesen Basse et al. J Invest Dermatol 2014;134:abst 192 21. Nickoloff & Nestle. J Clin Invest. 2004;113:1664-1675; 22. Enstilar® Summary of Product Characteristics. 23. Segaert & Røpke. J Drugs Dermatol 2013;12:e129-137; 24. Bikle et al. J Nutr 1995;125:1709S-1714S; 25. Lange et al. Skin Pharmacol Appl Skin Physiol 2000;13:93-103 26. Koo J, et al. J Dermatolog Treat. 2016;27:120-127 27. Leonard C, et al. J Drugs Dermatol. 2015;14:1468-1477 28. Queille-Roussel et al. Clinical Drug Investigation, 2015;35(4):239-245 29. Queille-Roussel et al. clin Drug Investig 2017; 37:355-361 30. Yélamos O, et al. Poster presented at 28th EADV Congress; 2019 Oct 9-13; Madrid, Spain 31. Stein L, et al. J Drugs Dermatol. 2016;15(8):951-957. 32. Taraska V, et al. J Cutan Med Surg. 2016;20(1):44-51 33. Menter A, et al. Poster presented at the 16th Annual Las Vegas Dermatology Seminar, Las Vegas, USA 5-7 November 2015 ■

# Οστεοπόρωση, πρόληψη και θεραπεία



Η οστεοπόρωση είναι ένα σημαντικό ζήτημα δημόσιας υγείας. Ωστόσο, η σοβαρότητά της παραμένει υποτιμημένη, λόγω λάθος υπολογισμού των διαφόρων κινδύνων.

Από την **ΟΛΙΝΑ ΗΛΙΑΔΟΥ**,

MSc Clinical Pharmacologist, MBA  
in Pharmacy Management, MPharm

### Μια περίπτωση του πάγκου

«Έχω διαβάσει ότι στην περίπτωση της οστεοπόρωσης, ένα πρώτο κάταγμα σχετίζεται με αυξημένη πιθανότητα δεύτερου. Ισχύει;»

### Η απάντησή σας μπορεί να είναι

«Είναι αλήθεια. Η πρόσφατη φύση του κατάγματος είναι ένας σημαντικός παράγοντας κινδύνου για επόμενο κάταγμα. Συγκεκριμένα, ασθενείς που είχαν κάταγμα σε ένα έτος, ο κίνδυνος νέων θραυσμάτων είναι αυξημένος κατά 25% το επόμενο έτος. Ο κίνδυνος κατάγματος αυξάνεται επίσης στα 2 έως 3 έτη μετά από μη σπονδυλικό κάταγμα. Αυτό που πρέπει να κρατήσουμε από όλο αυτό είναι πως είναι απαραίτητο να εφαρμοστεί επαρκής και ταχεία θεραπεία από το πρώτο κάταγμα».

### Λίγη παθοφυσιολογία

Συχνά, η οστεοπόρωση αγνοείται επειδή είναι ασυμπτωματική για μεγάλο χρονικό διάστημα. Παρόλα αυτά, είναι μια κατάσταση με εκτεταμένες συνέπειες, ικανή να οδηγήσει σε χρόνιο πόνο, ανικανότητα περισσότερο ή λιγότερο έντονη ή ακόμα και πρόωρο θάνατο.

### Η οστική μάζα είναι το αποτέλεσμα της δραστηριότητας δύο τύπων κυττάρων

- ✓ Των οστεοβλαστών, που σχηματίζουν τα οστά, και
- ✓ Των οστεοκλαστών που τα διασπούν.



Κάποια στιγμή, συμβαίνει ενεργοποίηση των οστεοκλαστικών κυττάρων τα οποία, εξασφαλίζοντας την απορρόφηση οστού, προκαλούν τον σχηματισμό κενών εντός του οστού. Στη συνέχεια, οι οστεοβλάστες γεμίζουν αυτά τα κενά με την τοποθέτηση του οστεοειδούς ιστού, ο οποίος δευτερευόντως ανοργανοποιείται. Τέλος, υπάρχει μια φάση ανάπαυσης των μονά-

δων αναδιαμόρφωσης. Η φάση επαναρρόφησης διαρκεί περίπου 3 εβδομάδες και η ακολουθία απορρόφησης - εφαρμογής - ανάπαυσης, περίπου 3 μήνες.

Η απώλεια οστικής μάζας από την οστεοπόρωση οφείλεται σε ανισορροπία μεταξύ σχηματισμού οστού και επαναρρόφησης.

Η οστεοπόρωση οδηγεί σε υπερβολική απώλεια, όχι μόνο της οστικής μάζας, αλλά και της αρχιτεκτονικής της, η οποία οδηγεί σε μείωση της ανθεκτικότητας των οστών και συνεπώς στην αύξηση του κινδύνου θραύσης (κατά κανόνα αποκαλούμενων καταγμάτων ευθραυστότητας που συμβαίνουν μετά από ένα ανεπαίσθητο τραύμα, που συμβαίνει από πτώση κατά το περπάτημα). Τα λεγόμενα σοβαρά κατάγματα (σε σπόνδυλο, λεκάνη, μηρό ή άλλα 3 ταυτόχρονα σημεία), μπορούν να αποτελέσουν κίνδυνο θνησιμότητας για τους ηλικιωμένους.

### Πρώιμη οστεοπόρωση

Η πρώιμη οστεοπόρωση είναι πολύ συνηθισμένη κυρίως λόγω ηλικίας: μετά την εμμηνόπαυση για τις γυναίκες και πολύ αργότερα για τους άνδρες. Η εξέλιξη χαρακτηρίζεται από τον κίνδυνο πολλαπλών καταγμάτων. Το πρώτο κάταγμα είναι συνήθως αυτό του καρπού, στην ηλικία περίπου των 50 έως 60 ετών, ενώ η πιο συνηθισμένη ηλικία είναι τα 65 όσον αφορά τα σπονδυλικά κατάγματα. Ο κίνδυνος των μη σπονδυλικών καταγμάτων (π.χ. ισχίου, βραχιονίου, λεκάνης) αυξάνεται πολύ σημαντικά από την ηλικία των 75 ετών.

### Δευτερογενής οστεοπόρωση

Η δευτερογενής οστεοπόρωση σχετίζεται με ορισμένες παθολογίες ή θεραπείες. Αυτές είναι, για παράδειγμα, διάφορες ενδοκρινολογικές παθήσεις, ορισμένες ασθένειες του εντέρου, νεφρικές παθήσεις όπως η νεφρική ανεπάρκεια ή ηπατική ανεπάρκεια, HIV λοίμωξη, καθώς και παρατεταμένη γενική θεραπεία με κορτικοστεροειδή ή μερικά φάρμακα που χρησιμοποιούνται σε καρκίνο του μαστού, σε κάποιες μορφές ηπατίτιδας, αιμοχρωμάτωση ή χρήση άλλων φαρμάκων, όπως αντιεπιληπτικά, αντικαταθλιπτικά, νευροληπτικά, κ.λπ.

“ Η μέτρηση οστικής πυκνότητας καθορίζει μόνο το 80% της οστικής δύναμης. ”

### Η επίσκεψη στον γιατρό

Κατά τη διάρκεια μιας επίσκεψης σε ειδικό, κυρίως όσον αφορά γυναίκες άνω των 50 ετών, ο γιατρός θα ψάξει για ιστορικό καταγμάτων και θα αξιολογήσει τον κίνδυνο καταγμάτων, ρωτώντας για οποιοδήποτε οικογενειακό ιστορικό καταγμάτων στους παππούδες και γιαγιάδες, για παρατεταμένη συστηματική θεραπεία με κορτικοστεροειδή, για πρώιμη εμμηνόπαυση γύρω στις 40, για χαμηλό σωματικό βάρος (BMI ίσο ή μικρότερο από 19), για χρόνια αναπνευστική ανεπάρκεια, κ.λπ.

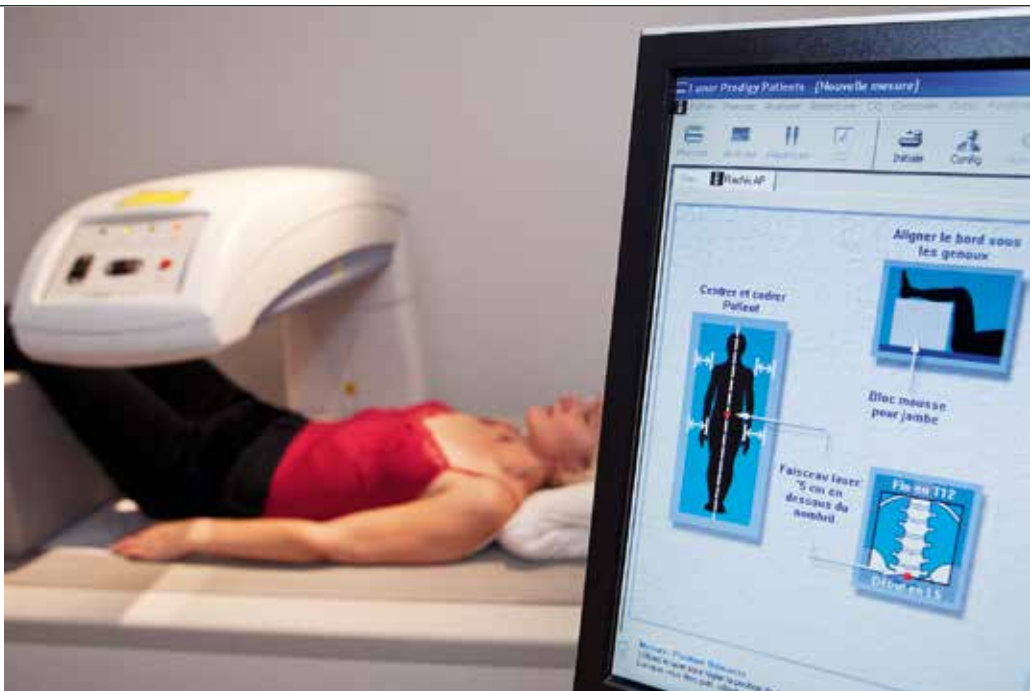
Η βασική συμπληρωματική εξέταση περιλαμβάνει τη μέτρηση οστικής πυκνότητας ή τη μέτρηση απορρόφησης διφωσφονικών με ακτίνες Χ...

Ωστόσο, πρέπει να γνωρίζουμε ότι η μέτρηση οστικής πυκνότητας καθορίζει μόνο το 80% της οστικής δύναμης και ότι η οστεοπενία (μια μορφή προ-οστεοπόρωσης) προδιαθέτει για εμφάνιση καταγμάτων. Επομένως είναι μια απαραίτητη εξέταση αλλά όχι επαρκής!

Τα αποτελέσματα χαρακτηρίζονται ως φυσιολογικά όταν έχουμε T-SCORE > 1, ως οστεοπενία όταν T μεταξύ -1 και 2,5, οστεοπόρωση όταν T < -2,5 και σοβαρή οστεοπόρωση σε T-score < -2,5, με τουλάχιστον ένα κάταγμα.

### Θεραπευτική Αντιμετώπιση

Ο στόχος της θεραπείας της οστεοπόρωσης είναι η πρόληψη της εμφάνισης ή επανεμφάνισης καταγμάτων μέσα σε 5-10 χρόνια. Ο ασθενής θα πρέπει να κατανοήσει την ανάγκη για συμμόρφωση στο θεραπευτικό σχήμα.



#### Φάρμακα

Τα φάρμακα μπορούν να έχουν την ένδειξη «οστεοπόρωση» εάν έχουν αποδείξει τη δραστηριότητα κατά του θραύσματος.

- ✓ **Η βιταμίνη D** διευκολύνει την εντερική απορρόφηση του ασβεστίου, μειώνει την έκκριση της παραθυρεοειδούς ορμόνης και επιβραδύνει την αποδυνάμωση των οστών. Συχνά χρησιμοποιείται σαν συμπλήρωμα μαζί με ασβέστιο (1 g έως 1,2 g / d) και χορηγείται σε δόση 400 έως 800 IU / d σε ενήλικες και τουλάχιστον 800 IU / d σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με στόχο την επίτευξη συγκέντρωσης βιταμίνης D στον ορό της τάξης των 30 ng / ml. Αυτός είναι ένας από τους βασικούς κανόνες για τη διαχείριση της πλειοψηφίας περιστατικών οστεοπόρωσης.
- ✓ **Τα διφωσφονικά** αναστέλλουν τη δράση των οστεοκλαστών (χωρίς μείωση του αριθμού τους) εξασφαλίζοντας την οστική απορρόφηση. Λαμβάνονται καθημερινά ή εβδομαδιαία ή 2 συνεχείς ημέρες ανά μήνα ή 1 έγχυση ετησίως, ανάλογα με το φαρμακευτικό σκεύασμα και φυσικά τον ασθενή.
- ✓ **Οι διαμορφωτές υποδοχέα οιστρογόνου και τα οιστρογόνα** που χρησιμοποιούνται στην ορμονική θεραπεία της εμμηνόπαυσης, αναστέλλουν τη μείωση οστικής μάζας, πιθανώς επιβραδύνοντας τη σύνθεση της ιντερλευκίνης 6 η οποία την ενεργοποιεί.
- ✓ **Η τεριπαράτιδη** αυξάνει τη δράση των οστεοβλαστών. Είναι ο πρώτος παράγοντας οστεομορφοποίησης. Προορίζεται για σοβαρή οστεοπόρωση, χορηγείται υποδορίως, για περίοδο που περιορίζεται σε 24 μήνες (μη επαναλαμβανόμενη θεραπεία).
- ✓ **Το denosumab**, ένα μονοκλωνικό αντίσωμα που κατευθύνεται κατά του συνδέτη RANK (εκκρίνεται από τους οστεοβλάστες, είναι κυρίως υπεύθυνο για την απορρόφηση οστού, διεγείροντας τη διαφοροποίηση των προ-οστεοκλαστών σε οστεοκλάστες) και χορηγείται με υποδόρια ένεση 60 mg κάθε 6 μήνες.

#### Μη φαρμακολογικά μέσα:

- Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε τα υγιεινο-διαιτητικά μέσα αντιμετώπισης και πρόληψης όπως: Αυξημένη κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, διακοπή του καπνίσματος, μείωση κατανάλωσης

# Algine

Αναλγητικό - Αντιπυρετικό  
Paracetamol 500 mg • Caffeine 65 mg

## Οι συμβουλές «κλειδιά»

- Η οστεοπόρωση επηρεάζει τόσο τις γυναίκες όσο και τους άνδρες.
- Δεν σχετίζεται μόνο με τη γήρανση.
- Η φυσική πορεία της οστεοπόρωσης χαρακτηρίζεται από τον κίνδυνο «καταρράκτη καταγμάτων».
- Η μέτρηση οστικής πυκνότητας είναι ο ακρογωνιαίος λίθος του προσυμπτωματικού ελέγχου.
- Ένα πρώτο κάταγμα πρέπει να οδηγήσει άμεσα σε μια καθολική «αντι-οστεοπορωτική» θεραπεία.
- Η συμμόρφωση είναι απαραίτητη για την αποτελεσματικότητά της.
- Η μακροχρόνια χρήση συμπληρωμάτων βιταμινών-ασβεστίου είναι συχνά απαραίτητη.

αλκοόλ, πρόληψη πτώσεων. Η σωματική δραστηριότητα συμβάλλει σε αυτό (τουλάχιστον 30 λεπτά περπάτημα ανά ημέρα ή 1 ώρα σωματικής άσκησης 3 φορές την εβδομάδα), διατηρώντας ένα ικανοποιητικό επίπεδο έκθεσης στον ήλιο, καθώς και τη χρήση συμπληρώματος βιταμίνης D εάν είναι απαραίτητο.

- Επίσης, μπορούμε να προσθέσουμε: Περιορισμό χρήσης φαρμάκων που είναι υπεύθυνα για εξασθένηση της εγρήγορσης ή ορθοστατικής υπότασης, μείωση των περιβαλλοντικών κινδύνων, βελτίωση της όρασης, αντιμετώπιση του πόνου στα κάτω άκρα.

## Οι 3 πυλώνες του ρόλου του φαρμακοποιού στην οστεοπόρωση

- Βοηθήστε στον εντοπισμό ασθενών με κίνδυνο κατάγματος.
- Βεβαιωθείτε ότι η κατάσταση του ασθενούς του επιτρέπει να υποβληθεί σε θεραπεία για οστεοπόρωση, κάτι που περιλαμβάνει ειδικότερα την επαλήθευση ότι η νεφρική λειτουργία είναι σωστή και ότι δεν υπάρχει ανεπάρκεια βιταμίνης D.
- Βοηθήστε στη βελτίωση της συμμόρφωσης με τις θεραπείες. ■



## Θυμήσου Algine Ξέχνα τον πόνο



### Δρα Γρήγορα και Αποτελεσματικά

- Στον πονοκέφαλο
- Στον πονόδοντο
- Στους πόνους των αρθρώσεων
- Στους πόνους της περιόδου
- Στις εμπύρετες καταστάσεις

[www.adelco.gr](http://www.adelco.gr)

**adelco**

Το Ελληνικό φάρμακο

ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ.

Δεν συνιστάται σε άτομα με υπερευαίσθησία στην παρακεταμόλη ή στην καφεΐνη, σε άτομα με βαριά ηπατική και νεφρική ανεπάρκεια καθώς επίσης σε παιδιά κάτω των 12 ετών.

Το υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων συνιστούν:  
**ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΤΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ**  
**ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΓΙΑΤΡΟ Ή ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ**

# Εξασφαλίστε την εμπιστευτικότητα 5 λύσεις και 3 βήματα για να το επιτύχετε



Η εξασφάλιση της εμπιστευτικότητας κατά την εξυπηρέτηση του πελάτη είναι κάτι περισσότερο από μια επιλογή, είναι καθήκον. Ο Κώδικας Δημόσιας Υγείας ορίζει ότι η υποδοχή του κοινού και η διανομή φαρμάκων πρέπει να γίνεται σε συνθήκες εμπιστευτικότητας. Πέντε λύσεις και τρία βήματα για να το επιτύχετε.

“Οι συνεχόμενοι πάγκοι εξυπηρέτησης δυσκολεύουν την εμπιστευτικότητα.”

Από τον **ΧΑΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟ**,  
 Φαρμακοποιό, MSc Pharmaceutical marketing

**Π**οιος θέλει να τον ακούνε οι άλλοι όταν εμπιστεύεται στον φαρμακοποιό του το πρόβλημά του για μια γαστρεντερίτιδα ή αναζητά μια επείγουσα αντισύλληψη;

Κανείς φυσικά! Ωστόσο, το πρόβλημα προκύπτει καθημερινά. Η συνομιλία σε γενικές γραμμές ψιθυριστά, είναι η πιο συχνή λύση για την αντιμετώπιση ευαίσθητων θεμάτων.

Δυστυχώς, το μέτρο αυτό δεν επαρκεί πάντα για να διασφαλιστεί η εμπιστευτικότητα.

**Δείτε παρακάτω 5 λύσεις για να εξασφαλίσετε την εμπιστευτικότητα.**

### 1. Τέλος στον συνεχόμενο πάγκο εξυπηρέτησης!

Προφανώς, οι συνεχόμενοι πάγκοι εξυπηρέτησης δυσκολεύουν την εμπιστευτικότητα και είναι πολύ προτιμότερο να υπάρχουν πάγκοι μεμονωμένοι και απομακρυσμένοι ο ένας από τον άλλον (τουλάχιστον κατά 50cm) για κάθε θέση εργασίας. Αν αυτό δεν είναι δυνατόν λόγω περιορισμένου χώρου, καλό είναι να υπάρχει ένα διαχωριστικό τζάμι ή να τοποθετηθούν κατάλληλα εκθετήρια

μεταξύ των θέσεων εξυπηρέτησης στον συνεχόμενο πάγκο, ώστε να εξασφαλίζεται η εμπιστευτικότητα της συνομιλίας με τον πελάτη, απομονώνοντας έτσι τους διαφορετικούς σταθμούς εργασίας.

Επίσης, καλό είναι να φροντίσουμε να έχουμε τουλάχιστον ένα πάγκο εξυπηρέτησης πιο χαμηλό, ένα γραφειάκι δηλαδή, όπου οι 2 συνομιλητές (πελάτης και φαρμακοποιός) να είναι καθιστοί ο ένας απέναντι στον άλλον. Αυτός ο τύπος πάγκου θα πρέπει να βρίσκεται μακριά από τους άλλους σε μια απομονωμένη περιοχή στον χώρο και να τον χρησιμοποιούμε για ειδικές περιπτώσεις ασθενών με παθήσεις για τις οποίες πρέπει να μιλήσουμε ιδιαιτέρως.

### 2. Εκμεταλλευτείτε τις «κρύες» περιοχές.

Ένας κλειστός χώρος, αφιερωμένος στην εμπιστευτικότητα που είναι άμεσα προσβάσιμος από τον χώρο πώλησης, είναι φυσικά το ιδανικό. Αυτός για πολλούς μπορεί να είναι το γραφείο του φαρμακοποιού. Προσέξτε, όμως, γιατί αυτό δεν είναι πάντα ιδανική λύση! Το γραφείο δεν είναι πάντα τακτοποιημένο και μπορεί να βρίσκεται στο πατάρι ή στο υπόγειο. Αν υπάρχει ένας ιδιαίτερος χώρος για τα ορθοπεδικά, είναι καλύτερα να τοποθετήσετε εδώ αυτό το γραφειάκι εμπιστευτικότητας. Εναλλακτικά, για όσους δεν έχουν τέτοιο χώρο, μπορούν να το τοποθετήσουν σε μια «κρύα» και ήσυχη πλευρά του φαρμακείου.



### 3. Δημιουργήστε ένα τύπο καμπίνας.

Επίσης, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα πιο κλειστό χώρο για αυτό το γραφειάκι τοποθετώντας ένα σύνορο, ένα παραπέτασμα, με στόχο να δώσετε την αίσθηση μιας καμπίνας εμπιστευτικότητας.

Για παράδειγμα, μπορείτε να τοποθετήσετε δίπλα του μια γόνδολα που κλείνει κάπως τον χώρο, λύση που παράλληλα είναι πολύ αποδοτική και εμπορική.

Αλλά και η τοποθέτηση ενός σταντ διαπέδου ή ενός φυτού με υψηλό φύλλωμα μπορεί να δώσει την αίσθηση του απονωμένου χώρου.

### 4. Βάλτε μουσική στον χώρο!

Η διάχυση ενός μουσικού υποβάθρου επιτρέπει επίσης μια σχετική ηχομόνωση και ως εκ τούτου μια πιο εμπιστευτική συζήτηση με τον ασθενή. Η επιλογή της μουσικής και της έντασής της είναι σημαντική, για να δημιουργήσουμε μια ευχάριστη μουσική υπόκρουση που διευκολύνει την εμπιστευτικότητα, χωρίς όμως να ενοχλεί. Ανάλογα με τον τύπο της πελατείας και τη θέση του φαρμακείου, τα μουσικά θέματα είναι διαφορετικά.

Επίσης, τα ηχεία πρέπει να είναι τοποθετημένα σωστά. Καλύτερα να τα τοποθετήσετε στην πλευρά του πάγκου που στέκει ο φαρμακοποιός και ανάμεσα σε δύο θέσεις εξυπηρέτησης.

### 5. Προσδιορίστε και αξιολογήστε την ανάγκη εμπιστευτικότητας.

Για να δημιουργήσουμε καλές συνθήκες εμπιστευτικότητας, ο στόχος είναι να κρατήσουμε τον πελάτη μακριά από τους άλλους πελάτες. Αναμφισβήτητα, ο καθιστός πάγκος, το γραφειάκι που αναφέραμε παραπάνω, προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα. Πέρα από τις υποχρεώσεις που επιβάλλει ο Κώδικας Δημόσιας Υγείας, ο φαρμακοποιός πρέπει να σκεφτεί το επίπεδο εμπλοκής του όσον αφορά την εμπιστευτικότητα. Όλοι οι πελάτες δεν επιθυμούν μια τέτοια μεταχείριση και έγκειται στην ομάδα του φαρμακείου να ανιχνεύει μερικές φορές αυτά τα θέλω του πελάτη. Η φροντίδα, όμως, σοβαρών παθολογιών και προσωπικών συμβουλών, είναι αποστολές για τις οποίες η εμπιστευτικότητα είναι απαραίτητη.

“ Η φροντίδα, όμως, σοβαρών παθολογιών και προσωπικών συμβουλών, είναι αποστολές για τις οποίες η εμπιστευτικότητα είναι απαραίτητη. ”



## ...ΚΑΙ ΤΑ 3 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΒΗΜΑΤΑ

**1° Βήμα: Οργανώστε τον χώρο**

- Αναπτύξτε ξεχωριστούς πάγκους εξυπηρέτησης.
- Δημιουργήστε μια συγκεκριμένη απομονωμένη θέση κατά προτίμηση καθιστική.
- Σχεδιάστε έναν αποκλειστικό χώρο εμπιστευτικότητας αν υπάρχει χώρος.
- Προτείνετε προγραμματισμένα ραντεβού για ασθενείς που απαιτούν σε βάθος διάλογο σχετικά με τη συνταγή τους.
- Οργανώστε την περιοχή του φαρμακοπωλείου
  - Προσαρμοσμένη διάταξη, εύκολη κυκλοφορία, όχι ράφια με προϊόντα μεγάλης κίνησης δίπλα στους πάγκους εξυπηρέτησης, καθίσματα για αναμονή...
  - Παρουσία οθονών επικοινωνίας και προβολής.
  - Διακριτική μουσική για απόκρυψη συνομιλιών στον πάγκο.

**2° Βήμα: Ευαισθητοποιήστε την ομάδα σας**

- Θυμηθείτε ότι η εμπιστευτικότητα είναι καθήκον των επαγγελματιών της υγειονομικής περίθαλψης.
- Τακτική εκπαίδευση συνεργατών στις τεχνικές επικοινωνίας (γλώσσα, καλές αποστάσεις, σεβασμός του απορρήτου κ.λπ.). Συζητήστε μεμονωμένα με έναν συνεργάτη, του οποίου ο τόνος, η φωνή ή τα λόγια φαίνονται ακατάλληλα.
- Να γνωρίζουν όλοι οι εργαζόμενοι τους κανόνες εμπιστευτικότητας:
  - Η πρόσβαση σε εμπιστευτικά δεδομένα των ασθενών να επιτρέπεται μόνο στους θεράποντες επαγγελματίες υγείας,
  - Προσοχή στη χρήση ιατρικών όρων που μπορεί να υποδηλώνουν διάγνωση. Προσοχή λοιπόν σχετικά με τις παρατηρήσεις της συνταγής,



- Αποφύγετε να αναφέρετε τα ονόματα των ασθενών κατά τη διάρκεια ανοικτών συζητήσεων στον χώρο του φαρμακείου.

**3° Βήμα: Προσδιορίστε τις «ευαίσθητες» καταστάσεις**

- Προσδιορίστε καταστάσεις που απαιτούν αυξημένη εμπιστευτικότητα:
  - Εξατομικευμένη παρακολούθηση συγκεκριμένης θεραπείας,
  - Παροχή επείγουσας αντισύλληψης, διανομή και οδηγίες για προϊόντα που σχετίζονται με το σεξ,
  - Επίδειξη υλικού ή συσκευής,
  - Ένθερμος, συναισθηματικός ή έντονα ομιλών ασθενής.
- Σημειώστε όλες τις καταστάσεις που οδήγησαν σε ένα πρόβλημα που σχετίζεται με την έλλειψη εμπιστευτικότητας. Αναλύστε τις αρνητικές επιπτώσεις και τις πιθανές αιτίες σε μια συνάντηση της ομάδας για αναζήτηση λύσεων.
- Γράψτε μία οδηγία εμπιστευτικό-

τητας που θα κοινοποιηθεί στους υπαλλήλους. Μπορεί να περιλαμβάνεται στους εσωτερικούς κανονισμούς ή να επισυνάπτεται στη σύμβαση εργασίας κατά τη στιγμή της πρόσληψης.

- Μην διστάσετε να παρέμβετε αποτελεσματικά εάν ένας πελάτης είναι πραγματικά πολύ ενοχλητικός μπροστά σε έναν άλλο ασθενή. Το ερώτημα «Είστε μαζί;» είναι το κατάλληλο και συχνά αρκετά αποτρεπτικό.

**Σκεφτείτε το!**

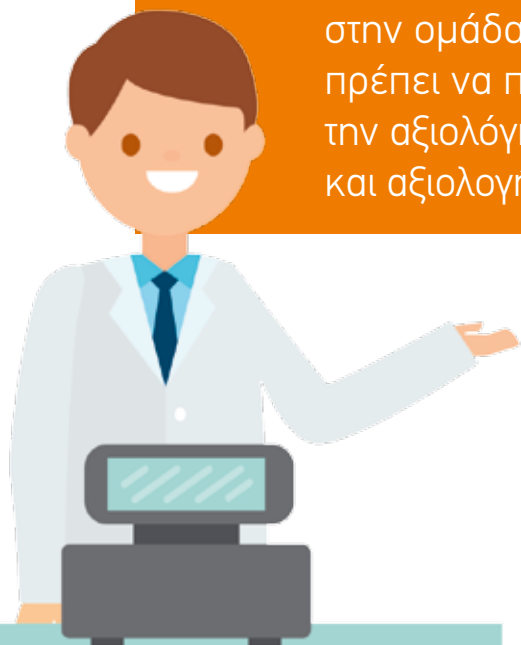
Ο επαγγελματίας στον τομέα της υγειονομικής περίθαλψης έχει πάντοτε τη δυνατότητα να ξεπερνά τα όρια που καθορίζουν τον χώρο του φαρμακείου. Η μετακίνηση προς το σπίτι του ασθενούς για φροντίδα, είναι μια ευκαιρία για την οικοδόμηση δυνατών σχέσεων και για προσθήκη προστιθέμενης αξίας από πλευράς υπηρεσιών. ■

# ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΛΗΨΗ

## 3ο μέρος:

### 5 κριτήρια για να αξιολογήσετε το νέο σας συνεργάτη

Μόλις έχετε προσλάβει ένα νέο υπάλληλο και έχετε κάνει όλες τις ρυθμίσεις ώστε η ενσωμάτωσή του στην ομάδα εργασίας να είναι επιτυχής. Τώρα πρέπει να προχωρήσετε σε ένα δεύτερο βήμα: την αξιολόγησή του. Παρατηρήστε τη στάση του και αξιολογήστε τον με συγκεκριμένα κριτήρια!



**Η** περίοδος προσαρμογής αποτελεί ένα σημαντικό στάδιο, τόσο για τον εργοδότη όσο και για το νεοπροσληφθέντα. Επιτρέπει στον πρώτο να ελέγξει τις ικανότητες, τις επαγγελματικές δεξιότητες αλλά και τη γενική συμπεριφορά του τελευταίου, ο οποίος με τη σειρά του θα αξιολογήσει τις συνθήκες εργασίας και το ενδιαφέρον της θέσης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, ο εργοδότης θα αξιολογήσει το νέο συνεργάτη σαν άτομο, θα ελέγξει τις δεξιότητές του, θα αναλύσει τα επιτεύγματά του, καθώς και τις δυνατότητές του και την ικανότητά του να εξελίσσεται, και θα μετρήσει τον βαθμό των κινήτρων του από μια δέσμη δεικτών.

**Κριτήριο 1<sup>ο</sup>: Η ικανότητά του για ενσωμάτωση στην ομάδα**

Ποτέ δεν θα σταματήσουμε να το επαναλαμβάνουμε: εναπόκειται στο νέο υπάλληλο να προσαρμοστεί στην κουλτούρα της επιχείρησης και όχι το αντίστροφο. Από τις πρώτες ημέρες ή εβδομάδες, η στάση του θα αποκαλύψει την πραγματική του προσωπικότητα. Είναι ανοιχτός στους άλλους; Χαιρετά τους συναδέλφους του αυθόρμητα και φιλικά; Ή αντίθετα, είναι μάλλον απόμακρος; Ο ανοιχτός χαρακτήρας του νέου συνεργάτη δείχνει τόσο τις δυνατότητές του για προσαρμογή στο φαρμακείο, καθώς και την επιθυμία του να ενταχθεί γρήγορα στην ομάδα, ακόμα και τον ενθουσιασμό του για τη θέση.

Ένα άλλο αξιοσημείωτο σημάδι: η δυνατότητα σεβασμού των εσωτερικών κανόνων και πρακτικών της επιχείρησης: ωράρια, ένδυση, συμπεριφορά, διαδικασίες σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία του φαρμακείου.

Τέλος, ορισμένες στάσεις είναι σημάδια για το ενδιαφέρον του υπαλλήλου για τη θέση και το φαρμακείο σας. Για παράδειγμα, η περιέργειά του για την οργάνωση εργασίας, η προφορική του ευχέρεια, η διαθεσιμότητα και ο ενθουσιασμός του.

Να ξέρετε ότι μέσα σε λίγο χρόνο θα διαπιστώσετε αν είναι τελικά κατάλληλος για τη θέση, αφού στο φαρμακείο δουλεύετε πολύ κοντά ο ένας με τον άλλον.

**Κριτήριο 2<sup>ο</sup>: Η στάση του απέναντι στον πελάτη**

Για έναν βοηθό ή έναν φαρμακοποιό που θα περνάει το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου του στον πάγκο, η ποιότητα της επαφής, της επικοινωνίας, και η ενεργή ακρόαση του πελάτη είναι απαραίτητα. Ο τρόπος με τον οποίο συμπεριφέρεται στον πελάτη μπορεί να φανεί με την πρώτη ματιά. Αλλά είναι, επίσης, απαραίτητο να αξιολογηθεί και ο βαθμός σεβασμού προς τους άλλους συνεργάτες αλλά και προς τον μάντζερ. Μετά από μια εβδομάδα, είναι απαραίτητο να γίνει μια πρώτη αξιολόγηση με το νέο συνεργάτη, σχολιάζοντας τη στάση του απέναντι στους πελάτες.

**Κριτήριο 3<sup>ο</sup>: Η ταχύτητα προσαρμογής στις μεθόδους εργασίας**

Η περίοδος προσαρμογής είναι κατάλληλη για να κρίνουμε το άτομο. Μην διστάσετε να ορίσετε στον εαυτό σας τη μέγιστη διάρκεια που θα δώσετε την ευκαιρία στο νέο συνεργάτη να προσαρμοστεί, αν νομίζετε ότι ο υπάλληλος σας χρειάζεται χρόνο για να αποδείξει τον εαυτό του. Πρέπει να δοθεί ο χρόνος σε κάποιον που έχει καλές προοπτικές να βελτιωθεί και όχι σε κάποιον που έχει σοβαρά ελαττώματα, σοβαρές ελλείψεις ικανοτήτων και κακές συνήθειες που είναι πολύ δύσκολο να εξαλειφθούν.

**Κριτήριο 4<sup>ο</sup>: Το πνεύμα πρωτοβουλίας του**

Εκτός από τις ικανότητες επικοινωνίας με τους πελάτες, θα χρειαστεί επίσης να αξιολογήσετε το πνεύμα πρωτοβουλίας του νέου σας συνεργάτη. Σας εκφράζει εποικοδομητικά σχόλια; Κάνει προτάσεις για τη βελτίωση της οργάνωσης του φαρμακείου; Προτείνει εμπορικές ιδέες για αύξηση των πωλήσεων; Είναι ένας «ενεργός» υπάλληλος ο οποίος δεν λειτουργεί μόνο παθητικά; Χωρίς να διαταράσσετε η υπάρχουσα οργάνωση, οι εργαζόμενοι πρέπει να μπορούν να χρησιμοποιήσουν την εμπειρία τους για να προτείνουν θετικές αλλαγές. Μια συνάντηση με όλη την ομάδα σας δίνει επίσης μια καλύτερη ιδέα για το επίπεδο συμμετοχής του.

**Κριτήριο 5<sup>ο</sup>: Τα αποτελέσματά του στην εργασία**

Η αξιολόγηση του υπαλλήλου σε σχέση με τα πέντε καθορισμένα κριτήρια πρέπει να πραγματοποιηθεί στο τέλος της περιόδου προσαρμογής που δώσατε στον εαυτό σας και στον συνεργάτη σας. Εν τω μεταξύ, κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ενδιάμεσων ατομικών συνεντεύξεων, ο μάντζερ πρέπει να προσπαθήσει να υπενθυμίσει τις ανάγκες του φαρμακείου που οδήγησαν στην πρόσληψή του, να επαναπροσδιορίσει τις λειτουργίες και τις αποστολές του. Επίσης, χωρίς να περιμένετε πολύ χρόνο, πρέπει να εκφραστείτε για τα





**Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΜΑΣ: Συνδυάστε προσοχή και κατανόηση**

Δεν έχει νόημα να αξιολογήσετε ένα νέο συνεργάτη, αν δεν έχετε προγραμματίσει τις πρώτες εργασίες που θα του ανατεθούν. Μια ανάθεση εργασίας καθιστά δυνατή την ενεργό ενσωμάτωσή του στην επιχείρηση. Στη συνέχεια, θα τον αξιολογήσετε, δίνοντας τις πρώτες κατευθύνσεις για βελτίωση. Σημειώστε ότι δεν είναι όλοι τέλειοι στην περίοδο προσαρμογής! Πρέπει να δώσουμε χρόνο για να συνηθίσει κάποιος το νέο φαρμακείο και να γνωρίσει την υπόλοιπη ομάδα. Ως εκ τούτου, να αποφύγουμε να βάλουμε το νέο συνεργάτη από την αρχή στα δύσκολα για να δούμε πώς θα αντιδράσει.

Είναι προφανώς απαραίτητο να ληφθεί υπόψη και η ιδιοσυγκρασία του ατόμου. Πιέζοντας κάποιον ντροπαλό μπορεί να τον κάνει να αποδίδει χειρότερα από ό, τι μπορεί πραγματικά. Αντίθετα, υπάρχουν εργαζόμενοι που δίνουν τα πάντα και είναι «σπίρτα» στην αρχή και μετά αφήνονται.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου προσαρμογής, είναι σίγουρα απαραίτητο να τον υποστηρίξουμε και να τον εμπιστευτούμε.

αποτελέσματά του στην εργασία και σε περίπτωση ελλείψεων, να υπενθυμίσετε διαδικασίες και τρόπους βελτίωσης, εάν είναι απαραίτητο, σχετικά με την αναμενόμενη ποιότητα της υπηρεσίας. Εάν ο πρωταρχικός στόχος της πρόσληψης του νέου συνεργάτη είναι να αυξηθούν οι πωλήσεις σας σε μια κατηγορία, π.χ. στα παραφάρμακα και στα καλλυντικά, στους πρώτους μήνες πρέπει να επικρατήσουν τα ποιοτικά κριτήρια του ατόμου. Αυτό δεν σας εμποδίζει, φυσικά, να θέσετε



ρεαλιστικούς ποσοτικούς στόχους και να τον κάνετε να βλέπει μια εξέλιξη των ευθυνών του σύμφωνα με τα αποτελέσματά του και τις δεξιότητές του.

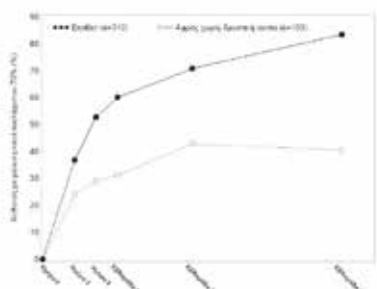
Στο τέλος του χρόνου που θέσατε για αυτή την περίοδο προσαρμογής, θα πρέπει να κάνετε μία τελευταία συνέντευξη για να εξηγήσετε τους λόγους της ικανοποίησής σας αλλά και τις ελλείψεις που διαπιστώθηκαν, να θέσετε στόχους βελτίωσης και ενδεχομένως να συζητήσετε και τα prim του.

**ΠΡΟΣΟΧΗ**

Μια «κακή επιλογή» ενός νέου συνεργάτη είτε για να διευρυνθεί η ομάδα ή για να αναπληρωθεί κάποια κενή θέση, μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες για το περιβάλλον εργασίας και την απόδοση του φαρμακείου. Εξ ου και η σημασία της ιδιαίτερης φροντίδας σε κάθε βήμα της διαδικασίας πρόσληψης. ■

**Πόπη Χαραμή**

Ποσοστό ασθενών που πέτυχαν τουλάχιστον 70% μείωση κατά του κνησμού συγκαλυμμένη με αυτόν στην έναρξη, στη Μελέτη 1 (για τους ασθενείς που ανέφεραν κνησμό κατά την έναρξη της μελέτης)



Η επίδραση του Etofilair στην ποιότητα ζωής διερευνήθηκε στη Μελέτη 1 με τη χρήση του γενικού κριματολογικού ερωτηματολογίου DLQI. Συγκεκριμένα, σημαντική μεγαλύτερη βελτίωση στην ποιότητα ζωής υπέρ του Etofilair καταδείχθηκε για το DLQI από την Εβδομάδα 1 και καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου θεραπείας και για το EQ-5D-5L στην Εβδομάδα 4. **5.2 Φαρμακοκοινωνικές ιδιότητες** Μετά από συστηματική έκθεση, και τα δύο δραστικά συστατικά - καλοποπιρόλη και διπροπιοניתή βηταμεθαζόνη - μεταβολίζονται ταχέως και εκτεταμένα. Η κύρια οδός απέκκρισης της καλοποπιρόλης είναι μέσω των κηρώνων (αφροαίσιος και χολικοί) και της διπροπιοניתής βηταμεθαζόνης είναι μέσω των ούρων (αφροαίσιος και ποικίλοι). Έσως αφροαίσιος, μελέτες καταπονήσιν ήταν μη ραδιοσημασμένη

καλοποπιρόλη και διπροπιοניתή βηταμεθαζόνη, έδειξαν ότι οι νεφροί και το ήπαρ είναι το λιγότερο επιπτώσει ραδιοσημαστικής. Η έκθεση της διαδικασίας απορρόφησης των δύο δραστικών συστατικών μετά από τοπική εφαρμογή του Etofilair προσδιορίστηκε στη μελέτη στον άξονα υποθαλάσσιου-υπόφυσης-υποφάρυγγα (ΜΗΑ) σε ασθενείς με εκτεταμένη ψωρίαση κατά πλάγια βέλ, παράγραφο 5.1). Τα επίπεδα της καλοποπιρόλης και της διπροπιοניתής βηταμεθαζόνης ήταν κάτω του κλάσματος ενός ποσοτικής μέτρησης, στο περισσότερο δείγματα από 35 ασθενείς που που υποβλήθηκαν σε θεραπεία μία φορά την ημέρα για 4 εβδομάδες για εκτεταμένη ψωρίαση στο σώμα και στο τριχωτό της κεφαλής. Η καλοποπιρόλη ήταν ποσοτικά ανεπίσημη σε κάποιο χρονικό σημείο σε 1 ασθενή, η διπροπιοניתή βηταμεθαζόνη σε 5 ασθενείς, ενώ μεταβολίτες της καλοποπιρόλης και της διπροπιοניתής βηταμεθαζόνης ήταν ανιχνεύσιμοι σε 3 και 27 ασθενείς, αντίστοιχα. **5.3 Προκλινικά δεδομένα για την ασφαλεία** Μελέτες με καρδιοτοξικότητα σε παραματέλαια έδειξαν τοξικότητα κατά την ανεπαρκή (υπερβιοσυσταλ, σκελετικές δυσλειτουργίες). Σε μελέτες τοξικότητας κατά την ανεπαρκή (μη μακροχρόνια από του στόματος χορήγηση καρδιοστεροειδών σε αφροαίσιος, ανιχνεύθηκαν παρατεταμένη κύηση και παρατεταμένος και δύσκολος τοκετός. Επιπλέον παρατηρήθηκαν μείωση στην επίθεση των νεφρών, στο βάρος σώματος και στην αύξηση σωματικού βάρους, δεν υπήρξε διαταραχή της γονιμότητας. Η συσχέτιση για τους ανθρώπους είναι άγνωστη. Η καλοποπιρόλη έδειξε μητρική και εμβρυική τοξικότητα σε αφροαίσιος και κοινότητα

κατά την από του στόματος χορήγηση σε δόσεις 54 mg/ημέρα και 12 mg/ημέρα, αντίστοιχα. Οι εμβρυϊκές αναμεικτές που παρατηρήθηκαν παράλληλα με μητρική τοξικότητα περιλάμβαναν σημεία ενδοεμβρικού σκελετού ανεπτυγμένου (ατέλεια οστεοποίηση των ηθικών οστών και των φαλλγγίων των εμπροσθίων άκρων, καθώς και διαγνωσμένες κρονακές πηλίδες) και αυξημένη συχνότητα εμφάνισης υπερβολικών πύκνυν. Η εκτεταμένη συστηματική έκθεση μετά από τοπική εφαρμογή του Etofilair σε ασθενείς με έκθεση είναι αμελητέα σε σύγκριση με τις συγκεντρώσεις της καλοποπιρόλης που αξιολογήθηκαν στις in vivo μελέτες από του στόματος χορήγησης, και δεν υφίσταται υπολογισμός αναπαραγωγικής κίνδυνος για τους ανθρώπους που εκτίθενται σε θεραπευτικές δόσεις του Etofilair. Τα μη κλινικά δεδομένα δείχνουν ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερος κίνδυνος για τον άνθρωπο με βάση τις συμβατικές καλές φαρμακολογικές ασφάλειας, επαναλαμβανόμενων δόσεων τοξικότητας και γονοτοξικότητας. Μια μελέτη καρδιογενέσεως του δέρματος με καλοποπιρόλη σε ποντίκια και μια από του στόματος μελέτη καρδιογενέσεως σε αφροαίσιος έδειξε ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερος κίνδυνος για τον άνθρωπο. Μελέτες φωτοκαρκινογένεσης σε ποντίκια αναφέρουν ότι η καλοποπιρόλη μπορεί να ενισχύσει την επίδραση της υπερβιοσυσταλ να επάγει όγκους στο δέρμα. Μια μελέτη καρδιογενέσεως του δέρματος σε ποντίκια και μια από του στόματος μελέτη καρδιογενέσεως σε αφροαίσιος έδειξε ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερος κίνδυνος της διπροπιοניתής βηταμεθαζόνης για τον άνθρωπο. Σε μελέτη τοπικής ανοχής σε χοιρίδια, το Etofilair προκάλεσε ήπιο έως μέτριο δερματικό ερεθισμό. **6. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ 6.1 Κατάλογος ενδόγων** Licamid paraffin Polyoxypropylene stearyl ether All-rac-α-tocopherol White soft paraffin Butylhydroxytoluene (BHT) Butane Dimethyl ether **6.2 Ανομοιογένετες** Δεν εφαρμόζεται. **6.3 Διάρκεια ζωής** 2 χρόνια. Μετά το πρώτο άνοιγμα 6 μήνες. **6.4 Ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη φύλαξη του προϊόντος** Μη φυλάσσεται σε θερμοκρασία μεγαλύτερη των 30°C. Προσοχή: Εξαιρετικά εύφλεκτο αερόλημο. Περιεχόμενο από πλάσμι. Μπορεί να εκραγεί από θερμότητα. Προστατέψτε από το ηλιακό φως. Μην εκθέτετε σε θερμοκρασίες που υπερβαίνουν τους 50°C. Μην τριπάζει ή καίει, σκάφη και μετά τη χρήση. Μην φεκόδετε σε ανοιχτή φιάλη ή σε άλλη τηρή συσκευασία. Φυλάσσετε μακριά από απινθίτες, ανοιχτές φιάλες και άλλες πηγές ανάφλεξης. Μην καπνίζετε. **6.5 Φύλαξη και συστατικά που περιέχει** Φιάλη από αλουμίνιο με εσωτερικό βερνικοπολυαμίνιο-μυδίου, εφοδιασμένη με συστήρι βολβόλη και εντερποσιση. Η φιάλη περιέχει 60 γραμμάρια σφαιρική ημιεπιμεταλλοποιημένης της ποσότητας κρυοσταθμών πηλίκων. Μελέτη συσκευασίας: 60 g και 2 x 60 g. Μπορεί να μην κυκλοφορούν όλες οι συσκευασίες. **6.6 Ιδιαίτερες προφυλάξεις απόρριξης** Κόβει ελαφροποπιρόλη φαρμακευτικό προϊόν ή υπόλειμμα πρώτα να απορρίπτεται σύμφωνα με τη κατά τόπους ισχύουσα σχετική διάταξη. **7. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ** LEO Pharma A/S Industriparken 55 DK-2750 Ballerup Danmark & ΑΡΗΜΟΜΣ(ΟΙ) ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ 75880/25-10/2016 9, ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ 25-10-2016 10, ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ 9-7-2019. Απαιτούμενη πληροφοριακά στοιχεία για το παρόν προϊόν είναι διαθέσιμα στο δικτυακό τόπο Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκων: <http://onm.gov.gr>

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή και Αναφέρετε: **ΟΛΕΣ** τις ανεπιθύμητες ενέργειες για **ΟΛΑ** τα φάρμακα Συμπεριλαμβάνοντας την «**KITRINH KAPTA**»

# Πώς να διαχειριστείτε τις ελλείψεις προϊόντων



Το να περιορίσουμε τις αγορές μας αποτελεί αναμφισβήτητο ένα μέσο αντιμετώπισης οικονομικών δυσχερειών στο φαρμακείο του σήμερα. Αλλά και από την άλλη ένα φαρμακείο δεν μπορεί να τα έχει όλα, συγκεκριμένα όταν μιλάμε για παραφάρμακα και OTC προϊόντα! Πώς να διαχειριστούμε με την πελατεία μας αυτό το δεδομένο; Οι συμβουλές μας στο παρακάτω άρθρο.

Από το **ΝΕΚΤΑΡΙΟ ΖΗΣΗ**,  
Εκπαιδευτή και Σύμβουλο Φαρμακείων  
του Δικτύου Advance Pharmacies

**Μ**ία έλλειψη δεν είναι «μόνο» η απουσία ενός προϊόντος στο ράφι. Δεν έχει μόνο σαν συνέπεια μια «χαμένη πώληση», αλλά η ζημιά προχωρεί πιο πέρα, ειδικά σε ένα κατάστημα της γειτονιάς, όπως το φαρμακείο. Μάλιστα, ο πελάτης μπορεί να επηρεάσει αρνητικά και άλλους πελάτες. Οι έρευνες δείχνουν ότι μετά από μια κακή εμπειρία, το 64% των καταναλωτών δηλώνουν ότι το συζητούν συστηματικά με περίπου 15 άτομα στον περίγυρό τους και τότε θα γίνετε «το φαρμακείο που δεν έχει ποτέ τίποτα».

### Αλλαγή σημείου πώλησης

Προφανώς, μια έλλειψη έχει διαφορετικό αντίκτυπο ανάλογα με το είδος του προϊόντος. Όσο περισσότερο το προϊόν «επηρεάζει» τον καταναλωτή και η ανάγκη αγοράς του είναι αναπόφευκτη, τόσο

μεγαλύτερη η πιθανότητα ο πελάτης να ψάξει το προϊόν αλλού.

Η πιστότητα σε μια μάρκα σημαίνει ότι, όταν το προϊόν έχει ανταποκριθεί στις προσδοκίες του πελάτη, είναι αναπόφευκτο να θέλει να ξαναγοράσει το ίδιο προϊόν την επόμενη φορά και να μη θέλει να μπει στη διαδικασία να το αλλάξει με ένα προϊόν που δεν ξέρει. Μερικές φορές, βέβαια, με τη συμβουλή του φαρμακοποιού ένας πελάτης μπορεί να πεισθεί να το αλλάξει. Σε γενικές γραμμές, οι ελλείψεις είναι πηγές απώλειας πωλήσεων, επομένως κέρδους, πελατών και εικόνας του φαρμακείου.

Αλλά, αντίθετα, δεν μπορεί ένα μικρό ή μεσαίο φαρμακείο να έχει όλα τα προϊόντα γιατί αυτό κοστίζει χρήματα και απαιτεί χώρο έκθεσης. Συνεπώς, πρέπει να βρούμε μια ισορροπία μεταξύ του κόστους αγοράς και αποθήκευσης και των ζημιών λόγω ελλείψεων.

### Ποιες είναι οι αιτίες των ελλείψεων;

Υπάρχουν 2 τύποι ελλείψεων:

**Η «οπτική» έλλειψη**, όταν το προϊόν βρίσκεται στο φαρμακείο αλλά ο πελάτης δεν το βλέπει στο ράφι, είτε γιατί δεν υπάρχει χώρος να προβληθεί, είτε γιατί βρίσκεται σε άλλη θέση στο φαρμακείο και ο πελάτης δεν μπορεί να το εντοπίσει. Αυτό είναι ένα πρόβλημα λανθασμένου merchandising.

**Η «πραγματική» έλλειψη**, όταν το προϊόν απλά δεν βρίσκεται στο ράφι. Οι πιθανές αιτίες: είτε δεν υπάρχει πλέον απόθεμα σε αυτό το προϊόν ή πολύ απλά δεν συνεργάζεται το φαρμακείο με αυτή τη μάρκα.

Σε όλες τις περιπτώσεις, αυτό έχει αρνητικό αντίκτυπο στον πελάτη ο οποίος επιθυμεί από το φαρμακείο του να διαθέτει ποικιλία προϊόντων, στη σωστή θέση, την κατάλληλη στιγμή, στη σωστή τιμή και στη σωστή ποσότητα (οι 5 κανόνες του merchandising).

### Πώς να διαχειριστείτε λοιπόν τις ελλείψεις;

#### 6 ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΤΟ ΠΕΤΥΧΕΤΕ

##### 1° Διατηρήστε μια ικανοποιητική ποικιλία προϊόντων προσαρμοσμένη στο μέγεθος του φαρμακείου σας.

Το συνολικό κόστος προμηθειών και αποθήκευσης, αλλά και ενδεχόμενων ελλείψεων, είναι ανάλογο του αριθμού των κωδικών που διαχειρίζεστε. Ωστόσο, οι περισσότερες πωλήσεις γίνονται σε περιορισμένο αριθμό προϊόντων (νόμος 20/80). Για παράδειγμα, στα ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ. μόνο το 20% των κωδικών είναι αυτά που καλύπτουν το 80% των πωλήσεων σας. Συνεπώς, η εξασφάλιση της μόνιμης παρουσίας αυτών των προϊόντων στα ράφια είναι απαραίτητη. Είναι εξίσου σημαντικό, στο πλαίσιο αυτό, να περιοριστεί η περαιτέρω ποικιλία μαρκών. Με άλλα λόγια, κάνοντας επιλογές στις μάρκες, και χωρίς να προσπαθείτε να έχετε τα πάντα και να παρουσιάζετε τα πάντα, θα περιορίσετε όχι μόνο τις ελλείψεις αλλά

και τα διαφυγόντα κέρδη σας. Ξεφορτωθείτε λοιπόν τα προϊόντα με πολύ μικρή ζήτηση που δεσμεύουν στην ουσία άχρηστο χώρο στα ράφια σας. Εκτός αν έχετε συμφέρον να προβάλλεται μια μάρκα με μικρή ζήτηση.

## 2° Δώστε σε κάθε προϊόν επαρκή χώρο στο ράφι.

Τα καλά γεμισμένα ράφια δημιουργούν ένα αισθητικό πλεονέκτημα για το φαρμακείο αλλά και για τις πωλήσεις. Βεβαιωθείτε ότι έχετε κατηγοριοποιήσει τα ράφια σας ώστε να δώσετε επαρκή χώρο σε κάθε παθολογία, σε κάθε σύμπτωμα και σε κάθε προϊόν. Ένα προϊόν απαιτεί μεταξύ 15-20 cm έκθεσης στο ράφι για να είναι ορατό. Εάν αυτό δεν αρκεί σε μια δεδομένη χρονική περίοδο, τότε είναι απαραίτητο να αυξηθεί ο αριθμός των ραφιών σε αυτή την κατηγορία.

## 3° Φροντίστε για επαρκές απόθεμα προϊόντος, λαμβάνοντας υπόψη την ανακύκλωσή του και τους χρόνους παράδοσης.

Το σημείο παραγγελίας (δηλ. το όριο αποθέματος κάτω από το οποίο πρέπει να ενεργοποιηθεί μια παραγγελία) ορίζεται ως εξής:

**Σημείο παραγγελίας = μέση ανακύκλωση x χρόνος παράδοσης + απόθεμα ασφαλείας**

**Παράδειγμα:** Έχετε ένα απόθεμα 40 τεμαχίων σε ένα προϊόν. Η ανακύκλωση σε αυτό το προϊόν είναι 10 τεμάχια την εβδομάδα και ο χρόνος παράδοσης είναι 1 εβδομάδα.

Σημείο παραγγελίας = 10 τεμάχια / εβδομάδα x 1 εβδομάδα + 15 τεμάχια (ασφάλεια) = 25 τεμάχια.

Συνεπώς, η παραγγελία πρέπει να γίνει όταν το απόθεμα πέσει κάτω από 25 τεμάχια.

Το **απόθεμα ασφαλείας** είναι το απόθεμα που πρέπει να υπάρχει για να μη συμβεί έλλειψη σε περίπτωση καθυστέρησης παράδοσης ή προσωρινής αύξησης ζήτησης. Πρέπει να αξιολογείται κατά περίπτωση ανάλογα με την εμπειρία σας. Το λογισμικό διαχείρισης μπορεί να εν-

σωματώσει αυτό το είδος λειτουργίας και να σας επιτρέψει να ρυθμίσετε τις διάφορες μεταβλητές.

## 4° Εκπαιδεύστε και ευαισθητοποιήστε την ομάδα.

Η ομάδα πρέπει να εμπλακεί στο κυνήγι των ελλείψεων. Η μη σωστή τοποθέτηση των προϊόντων στο ράφι, η απουσία πλήρωσης, η «τρύπα πλήρωσης» με άλλο προϊόν σε περίπτωση έλλειψης, είναι πρακτικές που θέτουν σε κίνδυνο την εξυπηρέτηση των πελατών και την απόδοση του φαρμακείου. Συνεπώς, είναι απαραίτητο να ενσωματωθεί ολόκληρη η ομάδα σε αυτή την άσκηση, να εκπαιδευτεί σε θέματα διαχείρισης αποθεμάτων και να θεσπιστούν διαδικασίες σε περίπτωση έλλειψης.

## 5° Κάντε μια λίστα με τις ελλείψεις που συμβαίνουν προσδιορίζοντας την αιτία κάθε φορά και ενεργήστε ανάλογα.

Δημιουργήστε μία απλή λίστα δήλωσης ελλείψεων, η οποία θα συμπληρώνεται τακτικά και από κάθε μέλος της ομάδας που ασχολείται με πωλήσεις. Ο στόχος; Να προσδιορίσετε τα προϊόντα εκτός αποθέματος, να καθορίσετε την αιτία και φυσικά να ενεργήσετε ανάλογα. Μπορεί να διαπιστώσετε ότι ένα προϊόν βρίσκεται συχνά σε έλλειψη. Αν το σφάλμα δεν οφείλεται σε έλλειψη προμηθευτή ή καθυστερήσεις στην παράδοση, τότε οφείλεται σε εσωτερικές αιτίες του φαρμακείου σας.

## 6° Παρακολουθήστε τον ρυθμό ελλείψεων με τον χρόνο

Η προσέγγιση που περιγράψαμε παραπάνω θα αξιολογηθεί με την πάροδο του χρόνου, με στόχο ο εβδομαδιαίος ή μηνιαίος αριθμός ελλείψεων να μειώνεται. Και ας κάνουμε αυτή τη βελτίωση μια πρόκληση για την ομάδα!

Για την εξυπηρέτηση του πελάτη, υπάρχουν λοιπόν μερικές απλές συνταγές για να διαχειριστείτε τις ελλείψεις.

### Τι πρέπει να κάνετε

- Αξιολογήστε τις απώλειες που σχετίζονται με τις ελλείψεις.
- Υπολογίστε για κάθε προϊόν το απόθεμα που είναι απαραίτητο για να εξασφαλιστεί η πώληση.
- Αφαιρέστε από το ράφι το λανθάνον στοκ που καταλαμβάνει χώρο χωρίς να είναι κερδοφόρο.
- Κάνετε μια ετήσια ανασκόπηση των προϊόντων και μαρκών που διαθέτετε για να «καθαρίσετε».
- Δώστε ορατότητα στο 20% των προϊόντων που κάνουν το 80% των πωλήσεων.

### Αποφύγετε..

- Να σκεφτείτε ότι μια έλλειψη είναι απλά μια στιγμιαία απουσία του προϊόντος στο ράφι και ότι ο πελάτης θα στραφεί σε ένα υποκατάστατο.
- Να υπερφορτώστε το απόθεμα για να αποφύγετε ελλείψεις.
- Να στριμώξετε τα προϊόντα στα ράφια με το πρόσχημα ότι θέλουμε να «τα έχουμε όλα» για να ικανοποιήσουμε τον πελάτη.
- Να μετακινείτε τα προϊόντα και να αλλάζετε τις θέσεις στα ράφια καθημερινά.
- Να σκεφτείτε ότι εάν δεν έχετε ένα προϊόν, μπορείτε εύκολα να πουλάτε συστημικά ένα άλλο στη θέση του.
- Να πιστεύετε ότι, αν ένα προϊόν είναι σε υψηλή ζήτηση, δεν έχει νόημα να το εκθέτετε καλά. ■





## Farmakon Ολοκληρωμένη σειρά λογισμικού για φαρμακεία & δίκτυα φαρμακείων.

Η επιτυχής ανταπόκριση της επιχείρησής σας στις σύγχρονες προκλήσεις περιλαμβάνει και την επιλογή της κατάλληλης λύσης λογισμικού. Κι αυτή δεν είναι άλλη από το Farmakon της CSA, την κορυφαία και πλέον ολοκληρωμένη σειρά λογισμικού, με υψηλή εξειδίκευση στον κλάδο του φαρμάκου. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι σήμερα το 55% των φαρμακείων και το 75% των φαρμακαποθηκών επιλέγουν το Farmakon, αφού το λογισμικό αυτό ανταποκρίνεται άριστα σε κάθε σύγχρονη ανάγκη τους με επιμέρους εφαρμογές, όπως οι:

**Farmakon Net** Πλήρης εμπορική διαχείριση φαρμακείου.  
**Farmakon Mobile** Απογραφές, παραλαβές, πωλήσεις με φορητά τερματικά.  
**Farmakon Retail** Εντατική λιανική πώληση.  
**Farmakon e-order** On line παραγγελίες.  
**Farmakon Accounts** Λογιστική Γ' κατηγορίας.  
**Farmakon CRM** Διαχείριση πιστότητας πελατολογίου.  
**Farmakon Analytics** Επιχειρηματική ευφυΐα, διοικητική πληροφόρηση.  
**Farmakon FarShop** Σύνδεση με e-shop.  
**Farmakon Robot** Σύνδεση με συστήματα αυτοματισμού.  
**Farmakon Group** Εφαρμογή για συνεργαζόμενα φαρμακεία.  
**Farmakon Server** Εφαρμογή διαχείρισης δικτύων φαρμακείων.  
**Farmakon ERP** ERP για μεγάλα φαρμακεία και φαρμακαποθήκες.



[www.csa.com.gr](http://www.csa.com.gr)

**CSA**  
COMPUTERS SOFTWARE APPLICATIONS

# Τα φαρμακεία του εξωτερικού ανοίγουν τον δρόμο Οι ψηφιακές τους δράσεις



## Χειροπιαστά παραδείγματα φαρμακείων του εξωτερικού, που χρησιμοποίησαν τα δεδομένα υγείας ασθενών με σκοπό την παροχή υπηρεσιών υγείας και την ενδυνάμωση του κοινωνικού ρόλου τους.

Από τον **ΑΛΕΞΑΝΔΡΟ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟ-ΜΑΡΑΝΤΙΔΗ**,  
 Φαρμακοποιό, MPharm, MBA

**Τ**α παραδείγματα προέρχονται από 3 διαφορετικές χώρες: Η.Π.Α., Ηνωμένο Βασίλειο και Αυστραλία. Επισημαίνουμε, λοιπόν, ότι υπάρχουν μεγάλες διαφορές στα συστήματα υγείας και λειτουργίας των φαρμακείων συγκριτικά με το ελληνικό. Οι σημαντικότερες διαφορές είναι ο αριθμός των ασθενών, η μεγαλύτερη φαρμακευτική δαπάνη, αλλά και οι διαφορές στο νομικό σύστημα ασφάλισης, παροχής φαρμάκων και συνταγογράφησης. Ωστόσο, η βάση του επαγγέλματος και οι καθημερινές διαδικασίες είναι κοινές. Κρατώντας αυτά στο μυαλό ας δούμε παρακάτω.



### Ηνωμένο Βασίλειο

Το Greater Manchester Shared Services (GMSS)<sup>1</sup> αποτελεί, ίσως, την πιο εντυπωσιακή προσπάθεια ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ επαγγελματιών υγείας και φαρμακείων. Ο δήμος του Μάντσεστερ διαχειρίζεται μόνος του το «budget» από τον προϋπολογισμό υγείας που αναλογεί σε 6 δις λίρες. Η αρχική ιδέα αφορούσε την καλύτερη διαχείριση των ληξιπρόθεσμων φαρμάκων, μιας παθογένειας που στοιχίζει 500 εκ. λίρες τον χρόνο. Ειδικές ομάδες που αποτελούνται από φαρμα-

κοποιούς, ιατρούς, πληροφορικούς και διοικητικούς καταρτίστηκαν. Συνολικά, 12 ομάδες δράσης έχουν υπό την επίβλεψη τους 501 GP surgeries (τα αντίστοιχα ΠΕΔΥ) που συνολικά εξυπηρετούν 2.8 εκατομμύρια ασθενείς. Συγκεντρώνοντας στοιχεία από τη συνταγογράφηση και συγκρίνοντας τις νοσοκομειακές εισαγωγές σε περιοχές με αντίστοιχα δημογραφικά στοιχεία, οι ομάδες δράσης κατάφεραν να ξεχωρίσουν που γίνεται υπερσυνταγογράφηση. Συνεχίζοντας την ανάλυση, εντόπισαν ποια ΠΕΔΥ ευθύνονται. Στα συγκεκριμένα, έγινε ενημέρωση στους αρμόδιους ιατρούς και φαρμακοποιούς και προβλήθηκαν βέλτιστες τεχνικές συναδέλφων.

### Άσκοπη συνταγογράφηση αντιβιοτικών

Οι ομάδες επεκτάθηκαν σε ένα άλλο ζήτημα που σίγουρα οι Έλληνες φαρμακοποιοί γνωρίζουν: την άσκοπη συνταγογράφηση αντιβιοτικών. Χρησιμοποιώντας στοιχεία από τα φαρμακεία των περιοχών, ανέλυσαν σε ποιες γίνεται κατάχρηση και για τον λόγο αυτό υλοποίησαν ειδικές δράσεις ευαισθητοποίησης των ασθενών και επαγγελματιών υγείας.

Οι φαρμακοποιοί του GMSS διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο, καθώς πέραν των διοικητικών θέσεων που κατέχουν, αποτελούν μέλη των ομάδων που επισκέπτονται τα ΠΕΔΥ και συνομιλούν με ιατρούς και άλλους φορείς. Όπως μάλιστα δήλωσε και η πρόεδρος των αμερικανικών φαρμακευτικών σχολών Lucinda Maine<sup>2</sup>, ο λόγος που ο φαρμακοποιός είναι απαραίτητος στο σύστημα είναι γιατί μπορεί να κατανοήσει, να αναλύσει και να μεταφέρει, πληροφορίες ιατρικού και φαρμακευτικού περιεχομένου μεταξύ ασθενών και επαγγελματιών υγείας.



### Αυστραλία

Μια ακόμα δράση η οποία στηρίχθηκε στα δεδομένα υγείας των κοινοτικών φαρμακείων έλαβε χώρα στην Αυστραλία το 2013<sup>3</sup>. Ερευνητές από το πανεπιστήμιο της Τανζανίας συνεργάστηκαν με 71 κοινοτικά φαρμακεία στη νότια Αυστραλία, Τασμανία και Βικτώρια, εγκαθιστώντας ένα λογισμικό που ανέλυε τα δεδομένα συνταγών. Έτσι, δημιουργήθηκε μία λίστα ασθενών που είχαν λάβει 6 ή περισσότερες συσκευές εισπνοών εντός 12 μηνών. Ακολούθως, οι φαρμακοποιοί επικοινωνήσαν με τους ασθενείς, είτε με email είτε πρόσωπο με πρόσωπο και ανέλυσαν τη σωστή χρήση των συσκευών, καθώς και γενικότερες δυσκολίες διαχείρισης άσθματος. Συνολικά, σε 1483 ασθενείς που εντοπίστηκαν, βελτιώθηκε η πρόληψη ασθματικών κρίσεων και μειώθηκε η άσκοπη επαναγορά συσκευών εισπνοών.



### Η.Π.Α

Η χώρα με τη μεγαλύτερη χρήση των δεδομένων φαρμακείων, τόσο από τα ίδια όσο και από εταιρείες λογισμικού, οι Η.Π.Α., προβάλλουν πολλές δράσεις με κέντρο το φαρμακείο. Σημαντικό είναι να γνωρίσουμε κάποιες διαφορές στο ασφαλιστικό σύστημα που πέραν των κρατικών ασφαλίσεων (Medicare και Medicaid), όπου ο ασφαλισμένος πληρώνει συμμετοχή στα φάρμακα, υπάρχουν και ιδιωτικές ασφαλίσεις για φάρμακα, οι οποίες συνάπτουν ξεχωριστές συμφωνίες με φαρμακευτικές εταιρείες και φαρμακεία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

1. ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Fluarix Tetra, ενέσιμο ενέσιμο ενέσιμο αντιγριπικό εμβόλιο (αυξημένη ισχύς)

2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

15 μικρογραμμάτια ΗΑ\*\*

αρθρών γρήγορα, προκαλώντας, εάν υποδοθούν κατά ανεπιθύμητη επίδραση, να το εμβόλιο να...

Fluarix Tetra μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά το θλιπτικό...

4.7 Επιδόσεις στην καινή τάση αλλαγής και χειρισμό μηχανήματος...

4.8 Αντιδράσεις ενέργειας Κλινικές δοκιμές Περίληψη του προφίλ ασφαλείας...

4.9 Υπερδοσολογία...

Παρακολούθηση ενέργειας...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

Σημεία μετά την κυκλοφορία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

4.9 Υπερδοσολογία...

\*\* ΗΑ=Δεν υπάρχουν στοιχεία για τη γρίπη Α/ΝΙ/92/1999...

1 Ανοχή... 2 Ανοχή...

3 Ανοχή...



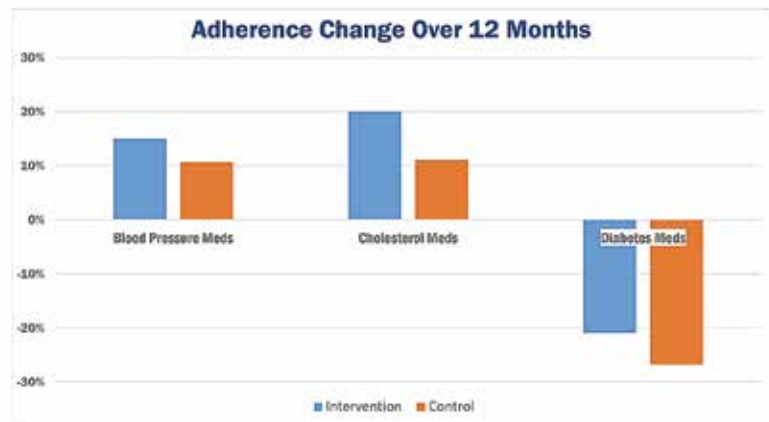
### Express Scripts

Η Express Scripts αποτελεί μια εταιρεία διαχείρισης φαρμακευτικής φροντίδας ασθενών που επέλεξαν εταιρική ή ιδιωτική ασφάλιση. Ουσιαστικά, δρουν σαν μεσάζοντες μεταξύ ασθενών, φαρμακείων και φαρμακευτικών εταιρειών. Η εταιρεία διαχειρίζεται τις συνταγές του ασθενή, τις στέλνει ηλεκτρονικά στα φαρμακεία και ο ασθενής παραλαμβάνει τα φάρμακά του. Η Express Scripts κατέχει στα αρχεία της τεράστιο όγκο πληροφοριών για τον κάθε ασθενή, όλα τα συνταγογραφημένα φάρμακα, καθώς και αγορές ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ. και παραφαρμάκων. Η μεγαλύτερη πρόκληση για την εταιρεία ήταν η αύξηση της φαρμακευτικής συμμόρφωσης, γεγονός που μόνο το 2012 стоίχισε στο αμερικανικό δημόσιο 317,4 δις δολάρια, ποσό σχεδόν διπλάσιο από το ΑΕΠ της Ελλάδας το 2019.

Για το λόγο αυτό, λανσάρισε το πρόγραμμα ScreenRx<sup>4</sup>, το οποίο χρησιμοποιεί περισσότερους από 300 διαφορετικούς παράγοντες (ηλικία, τοποθεσία, φύλο, εργαστηριακές μετρήσεις κ.λπ.) για να προβλέψει το ποσοστό συμμόρφωσης κάθε ασθενή για περισσότερες από 12 παθήσεις, όπως σακχαρώδης διαβήτης και υπέρταση. Το εργαλείο αυτό, σύμφωνα με την εταιρεία, έχει 94% ακρίβεια στο να αναγνωρίζει τους ασθενείς που θα χρειαστούν παρέμβαση, ώστε να πάρουν σωστά τα φάρμακά τους. Η διαχείριση κάθε ασθενή γίνεται από το αντίστοιχο θεραπευτικό κέντρο της εταιρίας, στο οποίο εργάζονται εξειδικευμένοι φαρμακοποιοί και νοσοκόμοι και μπορούν να συνομιλήσουν τηλεφωνικά για οποιοδήποτε ζήτημα φαρμακευτικής αγωγής και γενικότερης υγείας.

### CVS Pharmacies

Τα CVS Pharmacies αποτελούν μια από τις μεγαλύτερες αλυσίδες φαρμακείων στην Αμερική με 9.967 φαρμακεία. Μια από τις σοβαρότερες προκλήσεις τους ήταν η σωστή διάθεση οπιοειδών αναλγητικών από τα φαρμακεία τους, ένα φαινόμενο που έχει γιγαντωθεί τα τελευταία χρόνια. Για το λόγο αυτό, τα φαρμακεία CVS σύγκριναν τη συνταγογράφηση οπιοειδών ανά ιατρό στις ίδιες περιοχές, κατά τη διάρκεια της περιόδου



Ποσοστό συμμόρφωσης των ασθενών, μετά από 12μηνη παρακολούθηση συγκριτικά με ομάδα ελέγχου.

Μάρτιος 2010- Ιανουάριος 2012. Παράλληλα, χρησιμοποιήθηκαν παράμετροι, όπως ο τρόπος πληρωμής και η ηλικία ασθενών. Έπειτα από σειρά επιστολών και συνεντεύξεων, 41 ιατροί απέτυχαν να πείσουν τα φαρμακεία ότι δρούσαν εντός θεραπευτικών πλαισίων και οι συνταγές τους πλέον απορρίπτονται από τα φαρμακεία CVS<sup>5</sup>.

### Pharm2Pharm

Το τελευταίο παράδειγμα έρχεται από τη Χαβάη, όπου το 2013 η σχολή φαρμακευτικής ανέπτυξε ένα μοντέλο επικοινωνίας μεταξύ του νοσοκομειακού

και κοινοτικού φαρμακείου. Μέσω μιας ειδικής πλατφόρμας, η νοσοκομειακή φαρμακευτική ομάδα παρέχει εργαστηριακές και φαρμακευτικές πληροφορίες για κάθε ασθενή στα κοινοτικά φαρμακεία κατά το εξιτήριο. Παράλληλα, τα φαρμακεία της περιοχής παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τη συμμόρφωση στη φαρμακευτική αγωγή και τυχόν αλλαγές φαρμάκων στα νοσοκομεία. Μέσω του διαύλου επικοινωνίας, βελτιώνονται οι υπηρεσίες υγείας και μειώνονται τα κόστη από νοσηλείες περίπου κατά 27 εκατ. στις 3 συνεργαζόμενες πολιτείες<sup>6</sup>.

### Συμπέρασμα

Συνοψίζοντας, παρατηρούμε ότι τα φαρμακεία του εξωτερικού προσπαθούν με μικρές πράξεις να λύσουν σημαντικά φαρμακευτικά προβλήματα. Έτσι, αποδεικνύουν έμπρακτα το ρόλο τους σαν απαραίτητο γινάτζι της υγείας λόγω του όγκου πληροφοριών που κατέχουν. Επίσης, ενισχύουν την εικόνα τους, χρησιμοποιώντας σαν σύμμαχο την τεχνολογία παρά σαν ανταγωνιστή. Μέσα από συνεργασίες με πανεπιστήμια και νοσοκομεία, δημιουργούν κανάλια επικοινωνίας και εξελίσσονται από απλά φαρμακεία σε σταθμό πρωτοβάθμιας περίθαλψης. Μήπως είναι η ώρα τα ελληνικά φαρμακεία να ακολουθήσουν το παράδειγμα αυτό, ώστε να μη καθούν στα βήματα της αναγκαστικής εξέλιξης;

### Βιβλιογραφία

1. <https://www.pharmaceutical-journal.com/news-and-analysis/features/could-big-data-be-the-future-of-pharmacy/20202637.article>
2. <https://www.drugtopics.com/article/top-ways-pharmacists%E2%80%99-roles-are-changing/page/0/1>
3. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23437933>
4. <https://www.pnnewswire.com/news-releases/express-scripts-launches-screenrxsm-industrys-first-solution-combining-early-detection-and-tailored-interventions-to-address-nations-317-billion-problem-of-medication-nonadherence-147554655.html>
5. Betses M, Brennan T. Abusive prescribing of controlled substances—a pharmacy view. *N Engl J Med*. 2013;369(11):989–991.
6. <http://www.hcsinc.net/about/news/pharm2pharm.html>

# Χρησιμοποιήστε το Facebook

για την ενίσχυση των δεσμών  
με τους ασθενείς-πελάτες σας



Το Facebook είναι πλέον μέρος της καθημερινής μας ζωής και πολλά φαρμακεία έχουν ήδη αρχίσει να το χρησιμοποιούν για να επεκτείνουν τη σχέση τους με τους πελάτες τους. Η απλότητα του εργαλείου όμως, δεν θα πρέπει να μας κάνει να ξεχνάμε τη φύση του και τους κώδικες που πρέπει να τηρηθούν. Η έννοια της διάδοσης της πληροφορίας, της φροντίδας των άλλων και των αξιών που μεταφέρονται από το φαρμακείο, πρέπει να είναι πολύ πιο πάνω από την εμπορική πτυχή της δραστηριότητάς του.

Από τον **ΙΩΑΝΝΗ - ΕΥΑΓΓΕΛΟ ΧΑΡΑΜΗ**,  
Οικονομολόγο, Διευθύνοντα Σύμβουλο της Χαραμή ΑΕ

**Π**ολλές σελίδες στο Facebook έχουν δημιουργηθεί από φαρμακοποιούς. Και για καλό λόγο, αφού ένας στους δύο Έλληνες σήμερα έχει παρουσία στο Facebook. Μακριά από τις πολύπλοκες στρατηγικές που επιβάλλει η ψηφιοποίηση του φαρμακείου, εδώ μπορούμε να συνδεθούμε με τον ασθενή-πελάτη και να επεκτείνουμε τη σχέση μας μαζί του με ανέξοδο και ασφαλή τρόπο. Αλλά επειδή ο χρόνος είναι πολύτιμος για το φαρμακείο, αν πραγματικά θέλουμε να δημιουργήσουμε μια 100% λειτουργική και πραγματικά «επαγγελματική» σελίδα στο Facebook, πρέπει να σκεφτούμε τον καλύτερο τρόπο χρήσης αυτού του μέσου.

### Ας θέσουμε μερικές ερωτήσεις

#### Για ποιο σκοπό;

Το Facebook αρχικά χρησιμοποιήθηκε σε προσωπικό περιβάλλον. Είναι μια ανταλλαγή πληροφοριών και συναισθημάτων σε ατομική βάση προς το κοινό που είναι «φίλοι» μας και μας ακολουθούν. Η ιδέα της κοινής χρήσης και ανταλλαγής είναι εγγενής σε αυτό το κοινωνικό δίκτυο.

Πώς θα το μεταφράσετε όμως αυτό στον κόσμο του φαρμακείου; Σε ποιόν απευθυνόμαστε; Απαιτείται, λοιπόν, το φαρμακείο, να έχει καθορίσει αρχικά τη στρατηγική του για να απαντήσουμε στην ερώτηση σε ποιους απευθυνόμα-

στε. Αυτό βέβαια δεν συμβαίνει συχνά. Επειδή όμως πρέπει να στοχεύσουμε τα μηνύματά μας, το Facebook είναι ένας τρόπος να ευαισθητοποιήσουμε το κοινό που απευθυνόμαστε, διαφορετικά το μήνυμά μας θα χαθεί στους μαϊνάνδρους του διαδικτύου.

Βρισκόμαστε σε μια ζώνη απομονωμένη ή αντίθετα σε μια πολύ ανταγωνιστική ζώνη; Ποιες δραστηριότητες και ειδικότητες μας θέλουμε να προωθήσουμε; Σε αυτές τις ερωτήσεις η απάντηση είναι μια λέξη: **Επέκταση.**

Το Facebook είναι μια επέκταση της εγγύτητας που διατηρείται στους «τοίχους του», η οποία ξεκινά όταν ο ασθενής εγκαταλείψει το φαρμακείο. Και μην ξεχνάτε ότι είναι κυρίως η ανθρώπινη διάσταση του φαρμακείου που το Facebook θα αναδείξει!

### Μια προσωπική ή επαγγελματική σελίδα;

Προσέξτε, ωστόσο, να μην πέσετε στην παγίδα της δημιουργίας μιας προσωπικής σελίδας Facebook, όπως πολλοί φαρμακοποιοί. Υπάρχει η δυνατότητα μιας επαγγελματικής σελίδας στο Facebook, που αποφέρει συγκεκριμένα οφέλη και επομένως το άνοιγμα προσωπικής σελίδας είναι μάταιο. Εδώ μπορούν να δίνονται πληροφορίες ειδικά για τον κόσμο της επιχείρησης, πρόσβαση στο δικτυακό τόπο του φαρμακείου, διεύθυνση, ωράρια λειτουργίας, δραστηριότητες, προσφορές... Προσοχή όμως, για να δουν το μήνυμά σας πολλοί, πρέπει να το προωθήσετε, σύμφωνα βέβαια με τους κανόνες δεοντολογίας του επαγγέλματος του φαρμακοποιού και του Facebook.

### Με ποιο περιεχόμενο;

Το Facebook είναι κάπως σαν μια εφημερίδα του φαρμακείου, που αναφέρει τα γεγονότα και τη ζωή του φαρμακείου, πλήρως ενσωματωμένο στο κοινωνικό του περιβάλλον, στη γειτονιά του, στο εσωτερικό περιβάλλον του... Μία τοπική ζωή που μπορεί να αναμεταδίδει το φαρμακείο. Αυτά τα γεγονότα μπορεί να είναι ειδικές ημέρες που οργανώνονται για παράδειγμα, γύρω από μια παθολογία, για έναν έλεγχο πρόληψης ή που σχε-

τίζονται με παγκόσμιες ημέρες υγείας, εθνικά γεγονότα... Σε περίπτωση επιδημιών ή εποχικών παθήσεων μπορούν να δίδονται συμβουλές πρόληψης όπως της γρίπης, της γαστρεντερίτιδας κ.λπ. Επίσης, μπορεί να γίνει μια συνομιλία (chat) όπου μοιράζονται εμπειρίες σε ένα δεδομένο θέμα, για παράδειγμα για τον διαβήτη ή τη φροντίδα του μωρού.

Παράλληλα, πρέπει να αποτελεί ένα ημερολόγιο επαρκώς διαφοροποιημένο, ώστε να ενδιαφέρει διαφορετικά κοινά-στόχους, διαφορετικές κοινότητες. Μην διστάσετε να προσωποποιήσετε την επικοινωνία σας, να συζητήσετε για την εξειδίκευση του καθενός από την ομάδα σας, ακόμη και ονομάζοντάς τους, με στόχο να δημιουργήσετε ακόμα μεγαλύτερη εγγύτητα.

Αυτό το περιεχόμενο θα πρέπει να αναδεικνύει τον ρόλο του φαρμακοποιού ως φυσικού συνομιλητή ασθενών, οι οποίοι, για θέματα ευεξίας και υγείας, έχουν εξοικειωθεί με την επικοινωνία στο Διαδίκτυο. Το Facebook διευκολύνει αυτήν την ανθρώπινη σχέση.

Η ευκολία χρήσης του Facebook κρύβει παράλληλα και τη δυσκολία της συντακτικής διαχείρισης αυτού του περιεχομένου, για να διασφαλιστεί ότι είναι κατανοητό και ενδιαφέρον.

Βρισκόμαστε στον κόσμο της υγείας και μπορεί το περιεχόμενο να είναι αρκετά επιστημονικό. Πρέπει λοιπόν να γνωρίζουμε πώς να μεταδίδουμε τις πληροφορίες με τον καλύτερο τρόπο. Η απλή γραφή σε πράγματα που είναι μερικές φορές περίπλοκα δεν είναι πάντα εύκολη. Επίσης, να ξέρετε πώς να συνδέσετε χρήστες του διαδικτύου, να εισάγετε εικόνες και βίντεο, γιατί το κείμενο από μόνο του δεν είναι πλέον αποτελεσματικό στο Facebook.

### Τι να κάνετε με τις εμπορικές προσφορές;

Το να γίνει το Facebook ένα εμπορικό εργαλείο προώθησης είναι λάθος. Και όμως βλέπουμε φαρμακεία που κάνουν μόνο εμπορικές προσφορές στο Facebook. Οι άνθρωποι εδώ ψάχνουν κυρίως πληροφορίες για την υγεία τους, και, γιατί όχι, περιστασιακά ας υπάρχουν και ορισμένες εμπορικές προωθητικές

ανακοινώσεις, αλλά χωρίς όμως όλη η σελίδα να είναι γεμάτη με εμπορικές προσφορές. Ναι, οι προωθητικές ενέργειες πρέπει να ανακοινώνονται αλλά με ουδέτερο τρόπο και να προκαλούν το ενδιαφέρον μιας σειράς προϊόντων με δράση σε ένα συγκεκριμένο θέμα υγείας ή ομορφιάς. Για παράδειγμα τον Σεπτέμβριο με το θέμα της τριχόπτωσης να δίδονται πληροφορίες και συμβουλές για την αντιμετώπισή της και στο τέλος να υπάρχει και μια ανάλογη εμπορική προσφορά. Οι εμπορικές προσφορές σε γενικές γραμμές είναι δόκιμο να μπαίνουν στο web site του φαρμακείου και όχι στο Facebook, που ο κύριος στόχος του είναι η δημιουργία δεσμών και σχέσεων με τους πελάτες.

“ Το να γίνει το Facebook ένα εμπορικό εργαλείο προώθησης είναι λάθος. ”

### Ποιος μπορεί (πρέπει;) να το αναλάβει αυτό;

Υπάρχουν πολλοί πάροχοι που μπορούν να σας παρέχουν τη δημιουργία μιας σελίδας στο Facebook μαζί με τη δημιουργία ιστότοπου και με πακέτο υπηρεσιών web. Προτείνουν μια συν-διαχείριση της εν λόγω σελίδας, προτείνοντας ένα τακτικό περιεχόμενο. Μπορεί ορισμένα φαρμακεία να ικανοποιούνται με αυτό το περιεχόμενο, αλλά προφανώς, για να εξασφαλιστεί αυτός ο δεσμός εγγύτητας προϋποθέτει ότι θα πρέπει να βάλουν λίγο το κεράκι τους και οι φαρμακοποιοί. Αυτή η συν-διαχείριση λειτουργεί πολύ συχνά καλά, ο πάροχος παρέχει γενικές πληροφορίες για την υγεία, και ο φαρμακοποιός στη συνέχεια τις μετατρέπει σε περισσότερο εξειδικευμένες πληροφορί-

ες, για το φαρμακείο και την περιοχή του. Πρέπει να υπάρχει μια εσωτερική οργάνωση για τη δημοσίευση πληροφοριών από καιρό σε καιρό, είτε από τον ίδιο τον φαρμακοποιό, είτε από ένα μέλος της ομάδας του που είναι εξοικειωμένο με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Το κλειδί είναι να ορίσετε το σωστό άτομο που μπορεί να δημιουργεί και να δημοσιεύει τακτικά ενδιαφέρον περιεχόμενο, ενώ παράλληλα να εξασφαλίζεται μια τακτική και ισορροπημένη συχνότητα δημοσίευσης.

Αποφύγετε να αφήσετε τη σελίδα χωρίς πληροφορίες για περισσότερο από μία εβδομάδα, αλλά επίσης αποφύγετε μια «υπερχείλιση», που μπορεί να κουράσει. Μέχρι τρεις «νέες» ανά εβδομάδα ανακοινώσεις είναι ο σωστός ρυθμός.

### Υπάρχει ένας συντονιστής;

Το Facebook είναι μια σελίδα που ζει, είναι διακοσμημένη με σχόλια, ως επί το πλείστον ενημερωτικά και σε μεγάλο βαθμό θετικά. Αλλά συμβαίνει, σίγουρα σπανιότερα, τα σχόλια να είναι αρνητικά. Εξαρτάται από το περιεχόμενο του αρνητικού μηνύματος, αν αυτό θεωρηθεί εποικοδομητικό, ενθαρρύνουμε τον φαρμακοποιό να απαντήσει, αν είναι «καθαρά επιθετικό», απλά το διαγράφουμε χωρίς περαιτέρω σχόλια.

### Πρέπει να ανατρέχουμε σε «πηγές αναζήτησης» για το περιεχόμενο;

Το να ανατρέχουμε σε πηγές αναζήτησης για οποιαδήποτε πληροφορία είναι απαραίτητο. Δεν δημοσιεύουμε μία πληροφορία χωρίς να την ερευνήσουμε ή και απλά επειδή την είδαμε στο διαδίκτυο. Πρόκειται για ζήτημα αξιοπιστίας.

Η «προμήθεια» του περιεχομένου δεν είναι μόνο ένας τρόπος για να καταστήσει το περιεχόμενο αξιόπιστο, αλλά επίσης σας επιτρέπει να δημιουργήσετε αλληλεπιδράσεις, για να κάνετε τη σελίδα σας στο Facebook πιο ελκυστική.

Σας προτρέπουμε να επισκέπτεστε το [www.y-o.gr](http://www.y-o.gr) (Υγεία και Ομορφιά - Εμπιστεύομαι τον Φαρμακοποιό μου) από όπου μπορείτε να αναζητάτε εκατοντάδες άρθρα σχετικά με την υγεία, την ομορφιά και την ευεξία. ■





Εμπιστεύομαι  
τον Φαρμακοποιό μου

## Ένα δυνατό εργαλείο... Στα χέρια του Φαρμακοποιού!



[www.y-o.gr](http://www.y-o.gr)

Και σε όλα τα κοινωνικά Δίκτυα:



ΧΑΡΑΜΗ ΑΕ  
ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
Ενδυναμίζουμε την Επικοινωνία Υγείας

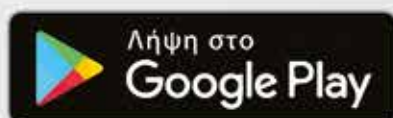
Λ. Αλίμου 34 • 174 55 Άλμος • Τ. 210 984 3274 • F. 211 800 5575 • [info@PharmaManage.gr](mailto:info@PharmaManage.gr)

# Charami SA Application



## Charami SA Application

Κατεβάστε δωρεάν την εφαρμογή **Charami SA** στο κινητό σας και πάντοτε θα έχετε άμεση και επίκαιρη ενημέρωση για όλα τα θέματα του κλάδου της υγείας, της ομορφιάς, της διατροφής και της ευεξίας!



ΧΑΡΑΜΗ ΑΕ  
ΕΚΔΟΣΕΙΣ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
Ενδυναμίζουμε την Επικοινωνία Υγείας

Λ. Αλίμου 34 • 174 55 Άλλμος • Τ. 210 984 3274 • F. 211 800 5575 • info@PharmaManage.gr

**ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ**  
**ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΓΙΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΥΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΤΟΥΣ**  
**www.eLearning-PharmaManage.gr**



**MERCHANDISING**  
στον Χώρο του  
Φαρμακείου

**Η Επικοινωνία**  
του Πελάτη  
στο Φαρμακείο

**Εμπορικές**  
Συναλλαγές  
και Βελτίωση  
Κερδοφορίας  
Φαρμακείου

**Ανακαλύψτε**  
τους πελάτες σας  
για Επιτυχημένες  
Πωλήσεις

**Αποκτήστε πρόσβαση στα ψηφιακά μαθήματα**  
και μελετήστε τα με τον δικό σας προσωπικό ρυθμό  
**Όπως, Όποτε και από Όπου θέλετε!**

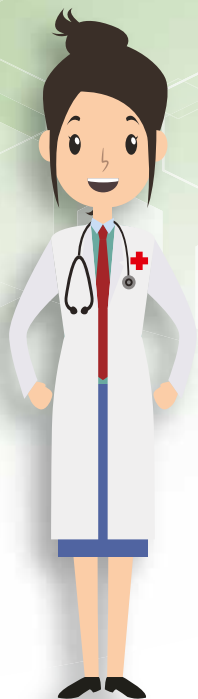


**Με την εμπειρία του**  
**PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**



# HEALTH EXPO ATHENS

**12η Διημερίδα + Έκθεση**  
**13 - 14 Φεβρουαρίου 2021**  
**ΜΕΓΑΡΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ**



*Με Διεθνείς Συμμετοχές*



*Αξίζει να είστε Όλοι Εδω!*

**[www.HealthExpo.gr](http://www.HealthExpo.gr)**