

Δίκτυα και Συνεργασίες Φαρμακείων

Γιώργος Κουτέπας

Φαρμακοποιός

Πτυχίο Φαρμακευτικής, ΕΚ Πανεπιστήμιο Αθηνών

Πτυχίο Επιχειρησιακής Έρευνας κ Μάρκετινγκ,
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΑΣΟΕΕ)

Θεωρητικό όραμα ή
επείγουσα
αναγκαιότητα;

FIRST CLASS PASSENGERS BY AGE

"Never have I heard such awful cries. People came tumbling down like so many oranges." — Major Arthur Peuchen, president of Standard Commercial Company and rear commodore of the Royal Canadian Yacht Club. He paid £90 10s for his ticket.

SURVIVED



SECOND CLASS PASSENGERS BY AGE

"If a ship is torpedoed, that's war. If it strikes a rock in a storm, that's nature. But just to die because there weren't enough lifeboats, that's ridiculous."

— Eva Hart, who was seven when her parents boarded the Titanic on their way to Winnipeg as Second Class passengers. Their ticket cost £26 5s.

SURVIVED

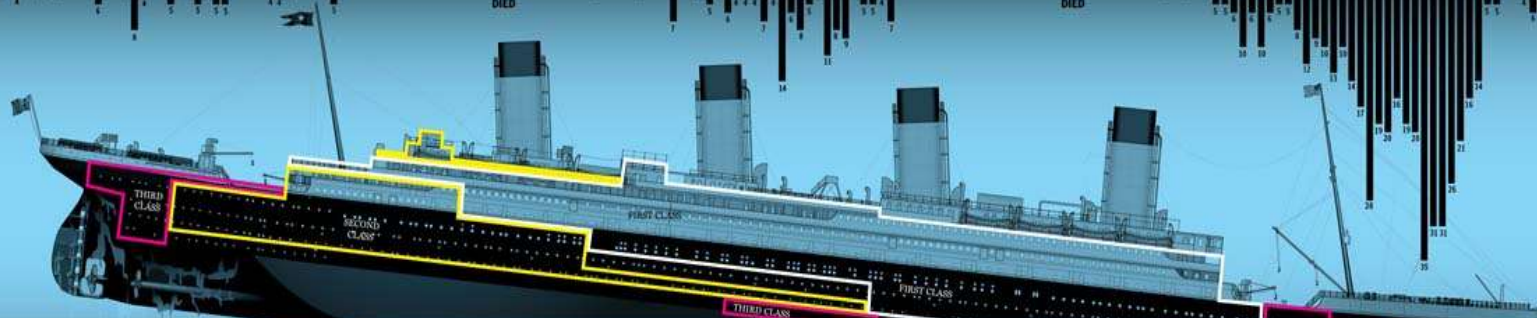


THIRD CLASS PASSENGERS BY AGE

"With fright we heard an incredible crash and it was as if a scream from 1,000 voices came from the lit giant ship, when it broke in two and both parts rose into the sky and sank... What was even worse than the screams were the deadly silence that came after... It was frightful!"

— Carla Andersen-Jensen, 19, on her way to the U.S. She was on a £7 15s ticket.

SURVIVED



TITANIC



The cry of "women and children first" was not only heard loud and clear on the Titanic, it was generally obeyed. The statistics show that 79% of the women aboard survived as opposed to 19% of the men — the freezing water claiming the victims. "Striking the water was like a thousand knives being driven into one's body," said Second Officer Charles Lightoller. "The temperature was 28f, four degrees below freezing." But class, too, played its part in the disaster. Of the First Class passengers 62% survived, a number that dropped to 38% for Second Class passengers. Of the 700 Third Class passengers, only 24% survived.

What caused the "unsinkable" Titanic, built with the latest 20th century technology, including 16 watertight compartments, to actually go down?

2:15 a.m.

After the collision with the iceberg, water floods over the bulkheads weighing the bow of the ship and pulling it down. The funnels begin to fall off.

2:20 a.m.

With the stern lifted out of the water massive stress is placed on the hull and keel.

2:20 a.m.

Part of the hull breaks away causing the Titanic to split along an expansion joint.

2:20 a.m.

The stern floats free, spilling debris, as the bow sinks. The stern floats almost vertically, rotating briefly before it too sinks.

DEATH RATE BY GENDER & CLASS

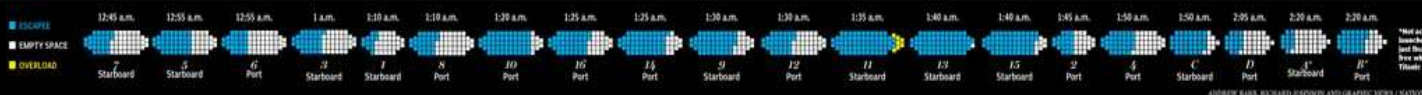
NUMBER ON BOARD	PERCENTAGE KILLED
1st class women: 141	3%
2nd class women: 92	14%
3rd class women: 179	55%
1st class men: 171	66%
2nd class men: 152	81%
3rd class men: 88	87%
1st class children: 7	0%
3rd class children: 81	87%

DEATH RATE BY NATIONALITY

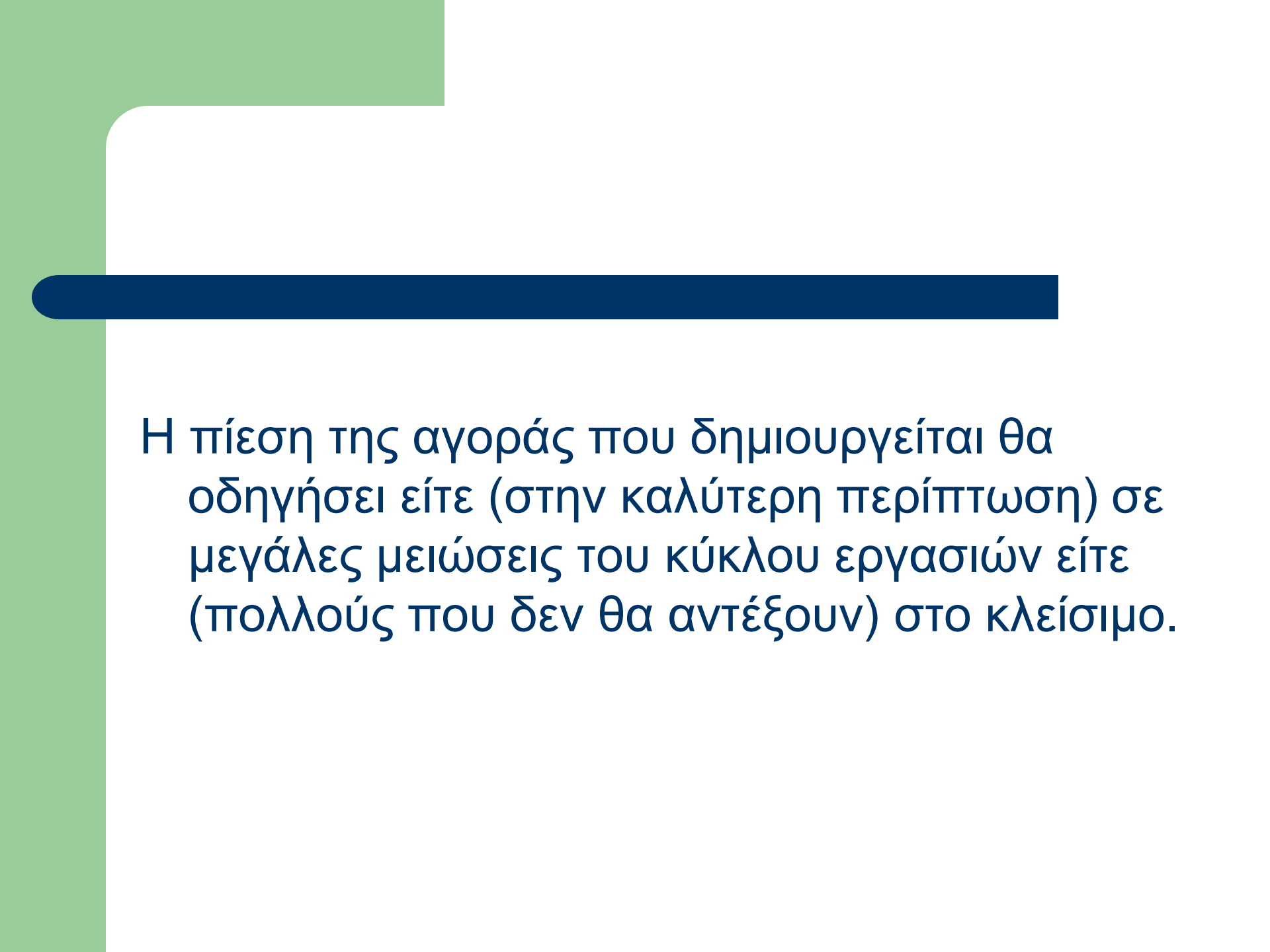
NUMBER ON BOARD	PERCENTAGE KILLED
British: 127	58%
American: 106	42%
Irish: 129	63%
Swedish: 113	71%
Spanish: 81	68%
Finnish: 39	52%
Austro-Hungarian: 81	84%
Canadian: 16	19%

THE LIFEBOAT LAUNCHES

The Titanic carried 20 lifeboats, enough for 1,178 people. But even though there weren't enough boats for people, many of them were still lumbered with empty seats. Some officers feared overfilling the lifeboats would cause them to sink.



*Not actually launched, just floated free when Titanic sank



Η πίεση της αγοράς που δημιουργείται θα οδηγήσει είτε (στην καλύτερη περίπτωση) σε μεγάλες μειώσεις του κύκλου εργασιών είτε (πολλούς που δεν θα αντέξουν) στο κλείσιμο.

Μερικά απλά στοιχεία

- Φαρμακευτική δαπάνη
2.4 δισ ευρώ 2013
2.0 δισ ευρώ 2014
- Πιθανές μειώσεις ΠΚ
- Καθυστερήσεις πληρωμ.
- Βέβαιες ή πιθανές απώλειες ύλης
- Χαοτικό περιβάλλον στην αγορά
- Ανεργία 30%
- Κατώτατος μισθός 580 ευρώ
- Μείωση διαθέσιμου εισοδήματος



Το πρώτο βήμα για να επιλέξουμε διαδρομή.

- Η στρατηγική απόφαση που θα κρίνει όλη την υπόλοιπη πορεία
- Τα υπόλοιπα στοιχεία είναι σε μεγάλο βαθμό κοινά
 - Αλλαγή από μέρους μας
 - Αυστηρότατη διαχείριση των οικονομικών του φαρμακείου
 - Ελεγχόμενη χρήση εργαλείων μάρκετινγκ
 - Πόλεμος επιβίωσης μέσα σε μια σκληρή αγορά

- Η «άλλη» λύση

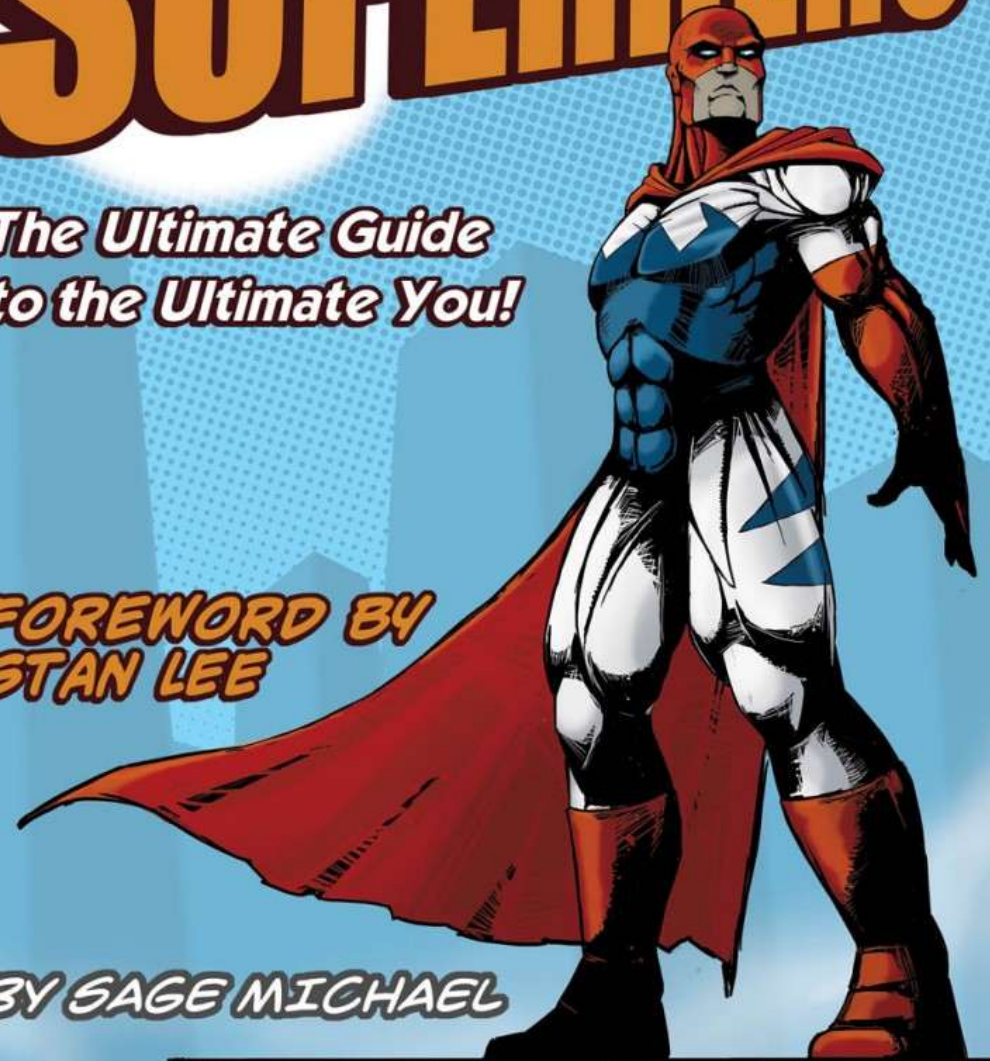
Αυτός που
«ξεχωρίζει» από
τη μάζα!

HOW TO BECOME A **SUPERHERO**

*The Ultimate Guide
to the Ultimate You!*

**FOREWORD BY
STAN LEE**

BY SAGE MICHAEL



Ο καλύτερος θα επιβιώσει

- Γίνε καλύτερος από τους άλλους!
- Πρόσφερε περισσότερα με κάθε χρηματικό και προσωπικό κόστος
- Οδήγησε τον ανταγωνισμό σε επίπεδα που οι άλλοι δεν μπορούν να ακολουθήσουν
- Εξόντωσε τους υπόλοιπους και παρ τους τη δουλειά!
- Κάνε το φαρμακείο σου καλύτερο «μαγαζί».



Τα πρώτα αποτελέσματα

- Λιανεμπορευματοποίηση του φαρμακείου
- Απώλεια της διαφοροποίησης του φαρμακείου ως χώρου υγείας
- Ευτελισμός της αξίας των προϊόντων που έχει το φαρμακείο λόγω της κατάρρευσης της τιμής τους
- Ευτελισμός της αξίας του φαρμακοποιοού ως ενός ακόμη εμπόρου που θέλει να «πουλήσει»
- Άκριτη υιοθέτηση τεχνικών μάρκετινγκ που υπό κανονικές συνθήκες θα προορίζονταν για άλλα κανάλια διανομής
- Εθισμός του καταναλωτή στο «φθηνότερο»



OSWALD

Προετοιμασία της αγοράς για την έλευση των μεγάλων παιδιών!

... και όταν γίνει αυτό τα μικρά
παιδιά δεν θα μπορούν να
περάσουν ούτε απέξω από
την πλατεία...



Hayfever

View our range of products to help you through the hayfever season*

*Always read the label



Diet & weight loss

Choose the route that suits you best to help manage your weight loss



Vitamins & supplements

Explore our wide range of vitamins & supplements



Condoms & sexual health

View our wide range of condoms, lubricants, sexual massagers & sexual health products



Diagnostics & electrical

A range of products from heated blankets to blood glucose monitors



Incontinence

A wide range of products to help you deal with bladder weakness in your day-to-day life





Pharmacy services & support

> Discover our range of services, from repeat prescriptions to travel vaccinations



Health assessment

> Take our online assessment to score your health & lifestyle



Opticians

> Learn more about Boots Opticians, from booking an eye test to finding your nearest store



Hearing care

> Find out more about our hearing care services

See the latest from Pharmacy & health

1 2 3 || PAUSE

Midnight pharmacy

Let's look after you after hours

Find the address & exact location of your nearest Boots pharmacy open until midnight



In-store services

> See the range of services your



Care home services

> Did you know we offer care home

Read more about our pharmacy services



Winter flu jab

[View more](#)



Taking medicines correctly

[View more](#)



Discharge Medicines Review

[View more](#)



Repeat Prescriptions Service

[View more](#)

Εμπειρία από διεθνή δεδομένα

- Από το 1998 ως το 2008 τα ανεξάρτητα φαρμακεία στην Αγγλία μειώθηκαν από το 57% στο 39% (NHS Information Centre. General Pharmaceutical Services in England and Wales, 1998-99 to 2007-08. London: NHS Health and Social Care Information Centre, 2008)
- Το υποκατάστημα αλυσίδας φαρμακείων προσφέρει από 6 έως 9 υπηρεσίες, ενώ το ανεξάρτητο φαρμακείο από 3 έως 5

...αλλά και το δικό μας παρελθόν

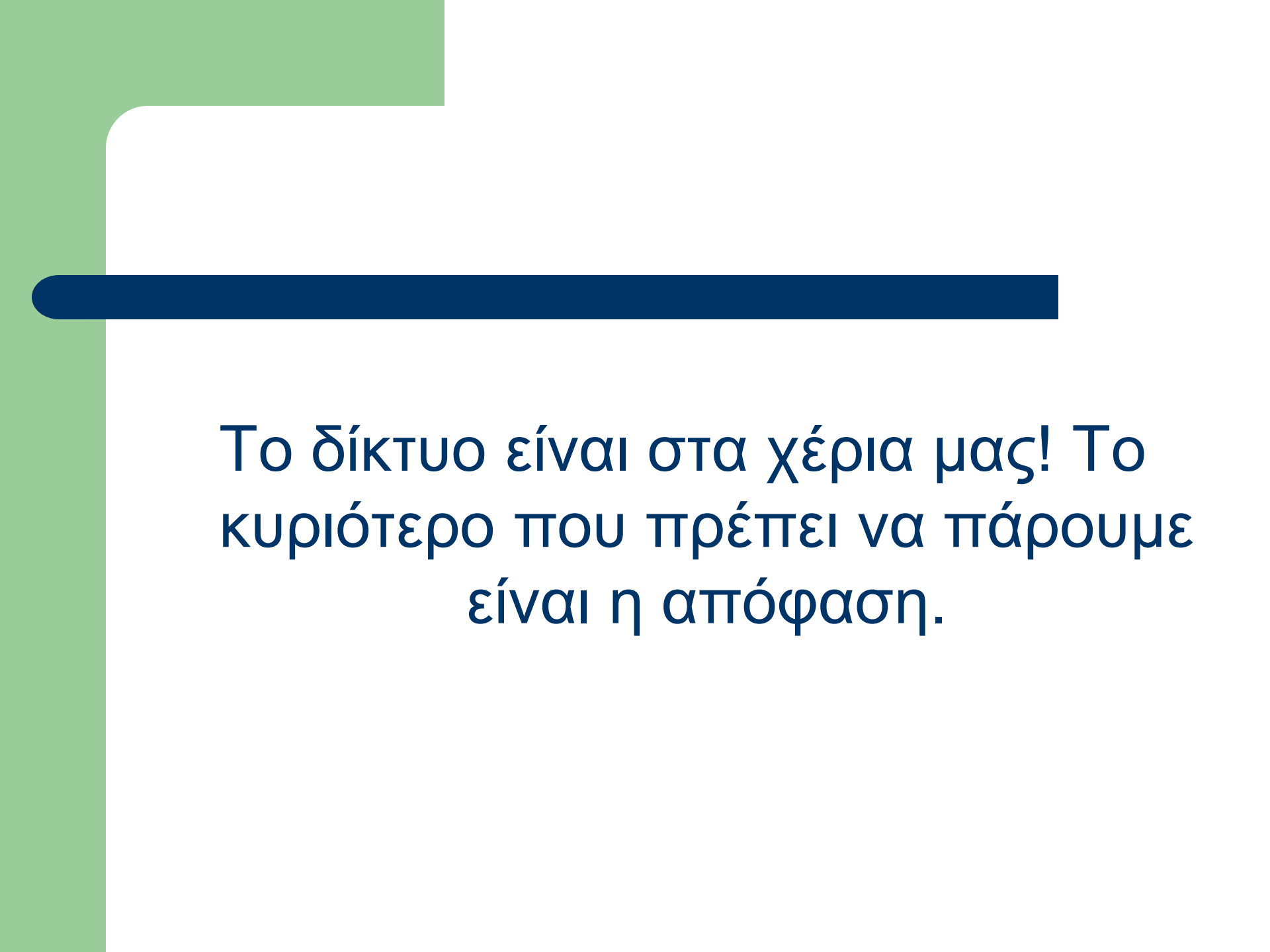
- Κακή οικονομική διαχείριση φαρμακείων
- Κακή διαχείριση συλλογής και αποθεμάτων εμπορεύματος, μίγματος προϊόντων
- Αδυναμία τυποποίησης παροχής υπηρεσιών
- Αδυναμία παροχής φαρμακευτικής φροντίδας

Η λύση με ρεαλιστικές πιθανότητες βιωσιμότητας

- Συνεργασία και κοινή πορεία των φαρμακοποιών ως συμμετόχων και συνιδιοκτητών συνεργατικών σχημάτων διαχείρισης φαρμακείων
- Διαχείριση του φαρμακείου ως χώρου υγείας ξεχωριστού και διακριτού από την λιανική αγορά

Γιατί δίκτυα; Γιατί συνεργασίες;

- Καταμερισμός και εξειδίκευση εργασίας
- Συγκέντρωση κεφαλαίων
- Συντονισμός ενεργειών και δυνάμεων
- Ύπαρξη επαγγελματικής διαχείρισης
- Οικονομίες κλίμακας
- Παροχή Υπηρεσιών – Παρουσία στην διάθεση εξειδικευμένων φαρμάκων
- Διαχείριση Γνώσης
- Δημιουργία ενός αξιόπιστου παράγοντα στην αγορά



Το δίκτυο είναι στα χέρια μας! Το
κυριότερο που πρέπει να πάρουμε
είναι η απόφαση.

Τι υπάρχει;

- Σημεία πώλησης
- Πελατολόγιο
- Προμηθευτής
- Ενιαίος φορέας έκφρασης (Σύλλογος)

Τι θέλουμε ακόμα;

- Απόφαση και πρόθεση συνεργασίας
- Κατεύθυνση και πορεία (πού και γιατί πάμε;)
- Επιχειρηματικό πλάνο (πώς πάμε;)
- Νομική εξασφάλιση των συμμετεχόντων

Υπάρχει λύση και προοπτική;

Ναι! Έχει δύο τμήματα. Καλύτερη διαχείριση του κάθε φαρμακείου και...

κοινή πορεία με τους συναδέλφους για να πετύχουμε μεγαλύτερη δύναμη.

Τι σημαίνει αυτή η συνεργασία;

- Το κάθε φαρμακείο, αν και θα παραμένει αδιαπραγμάτευτα στην ιδιοκτησία του ανεξάρτητου φαρμακοποιού, ο ίδιος θα χρειαστεί να συμφωνήσει με τους συναδέλφους του σε ένα κοινό μοντέλο διαχείρισης.
- Ο κορμός της διαχείρισης θα είναι κοινός, επαγγελματικός και υποχρεωτικός (με σεβασμό πάντα σε τοπικές ή εποχιακές ιδιαιτερότητες)

Στόχος

- Ένα ισχυρό δίκτυο συνεργαζόμενων ανεξάρτητων φαρμακείων με
 - ενιαία πολιτική μείγματος προϊόντων,
 - διαπραγμάτευσης με προμηθευτές
 - Εικόνας, προβολής και ενημέρωσης,
 - Διαμόρφωσης χώρων προβολής, διάθεσης ραφιών
 - προμηθειών και επιστροφών,
 - χρηματοδοτικής πολιτικής,
 - τιμών,
 - ηλεκτρονικού εμπορίου
 - συνεταιριστικής επέκτασης στην παραγωγή τόσο φαρμάκων όσο και διανομής προϊόντων private labels.
- Κοινή κουλτούρα, κοινή ταυτότητα, κοινή πολιτική

Η λύση είναι ίδια για όλους;

- Όχι! Κανείς δεν μπορεί αυτή τη στιγμή στο περιβάλλον που υπάρχει να ισχυριστεί πώς η μέθοδος σωτηρίας είναι ίδια για όλους.
- Υπάρχουν όμως κανόνες διαχείρισης που είναι ίδιοι από ένα απλό φαρμακείο μέχρι τη μεγαλύτερη αλυσίδα

Διοικητική Δομή - Συστέγαση

- Εξοικονομεί
 - το κόστος εγκατάστασης (ενοίκια, ΔΕΚΟ κλπ.)
 - το κόστος αποθέματος σε φάρμακο και παραφάρμακο,
 - εργατικό κόστος, μπορεί να ανταποκριθεί με ευκολία σε εκτεταμένο ωράριο λειτουργίας, παροχή όλων των πιστοποιημένων υπηρεσιών που παρέχονται και στην Ε.Ε., εξειδίκευση σε εναλλακτικές θεραπείες, μείγμα προϊόντων κλπ.
- Αδυναμίες
 - Χάνονται σημεία πώλησης
 - Απουσία νομοθετικού πλαισίου (π.χ rebate, φόρος υπεραξίας)

Διοικητική Δομή – Ομάδα Φαρμακείων

- Ομάδα φαρμακείων που ιδρύουν εταιρία με σκοπό τον συντονισμό της διαχείρισης των φαρμακείων ΤΟΥΣ.
 - συγκεντρωτική διαπραγμάτευση παραφαρμάκων
 - η απασχόληση βοηθητικού προσωπικού για τα φαρμακεία,
 - η υποστήριξη δραστηριοτήτων (π.χ ομοιοπαθητικά)
 - η υποστήριξη της φαρμακευτική φροντίδας,
 - η διαχείριση διαδικασιών καλύτερης εξυπηρέτησης πελατών κλπ.
- Νομικό σχήμα ομάδας (ΟΕ, Αστική Εταιρία, ΙΚΕ)

Διοικητική Δομή – Δίκτυο φαρμακείων

- Εθελοντική συνένωση σε δίκτυο σημαντικού αριθμού ανεξάρτητων φαρμακείων με αποδοχή κοινής πολιτικής σε θέματα διαχείρισης.
- Στόχος είναι η δημιουργία ενός ισότιμου πόλου στη φαρμακευτική αγορά των μεγάλων προμηθευτών
- Η δέσμευση πρέπει να είναι τόσο ισχυρή σαν να ήταν τα φαρμακεία αυτά ένα συστεγασμένο φαρμακείο.

Τι θέλουμε ένα δίκτυο φαρμακείων να πετύχει;

- Να «βρει» νέες πηγές εσόδων (αύξηση κύκλου εργασιών)
- Να «τραβήξει» περισσότερα χρήματα από τα έσοδά του (καλύτερη διαχείριση)
- Να μειώσει τις πηγές κόστους του.

Τι κάνει ένα δίκτυο;

- Διδάσκει και Ακολουθεί μια σειρά από επιχειρησιακές διαδικασίες με σκοπό την αύξηση της απόδοσης του κάθε σημείου πώλησης ξεχωριστά και του δικτύου γενικότερα.

Επιχειρησιακές διαδικασίες

- Διαχείριση προμηθειών και πωλήσεων
- Διαχείριση λειτουργικά κόστη – Παροχή υπηρεσιών
- Οργάνωση και διοίκηση
- Οικονομική διαχείριση δικτύου και σημείων
- Διαχείριση εικόνας – προβολή
- Τιμολόγηση
- Τμηματοποίηση ασθενών και καταναλωτών
- Διαχείριση γνώσης

Διαχείριση προμηθειών - πωλήσεων

- Πρόβλεψη ζήτησης, προγραμματισμός προμηθειών
- Συλλογική διαπραγμάτευση
- Διοίκηση συλλογής εμπορεύματος - Καθορισμός μίγματος προϊόντων – Στρατηγικές συνεργασίες
- Ένταση πωλήσεων σε συγκεκριμένους κωδικούς
- Πληροφοριακό σύστημα μάρκετινγκ – Διοίκηση αποθεμάτων
- Private Label

Διαχείριση προμηθειών - πωλήσεων

- Πωλήσεις υψηλής κυκλοφοριακής ταχύτητας και κερδοφορίας
- Ελαχιστοποίηση αποθεμάτων
- Ικανοποίηση πελατών σε ποικιλία, ποιότητα και τιμή
- Απόδοση κεφαλαίου

(Δεν είναι εικόνα φαρμακείου αυτή με τα γεμάτα ράφια πανομοιότυπων προϊόντων που προμηθεύτηκαν με επιχειρήματα έκπτωσης ανά τεμάχιο!)

Οργάνωση – Διοικητική μέριμνα

- Διοίκηση και διαχείριση λειτουργικού κόστους
 - Κοινή μηχανοργάνωση (κοινή γλώσσα ομιλίας!) – CRM – ECR
 - Διοίκηση υπηρεσιών
 - Φαρμακευτική Φροντίδα – MUR
 - Home Care
 - Υπηρεσίες φαρμακείου
 - Υπερτασικοί
 - Σακχαρώδης διαβήτης
 - Διακοπή καπνίσματος
 - Weight management
 - Μισθολογικό κόστος
 - Λοιπά Κόστη (Σήμανση, Κάρτα Πελάτη, Αναλώσιμα κλπ)
 - Σχεδιασμός – Οργάνωση – Μέτρηση Αποτελεσματικότητας
 - Λογιστικός και Φορολογικός Προγραμματισμός

Διαχείριση Εικόνας – Επικοινωνία – Προβολή

- Χώροι και τμήματα του φαρμακείου - Σηματοδότηση
- Εργαλεία Merchandising
- Επικοινωνία με το κοινό
- Στρατηγικές τιμολόγησης
- Προσφορές

Τι θα κερδίσει ένα φαρμακείο από αυτά;

- Θα μπορεί να αντέξει στον οποιοδήποτε ανταγωνισμό τιμής
- Θα μπορεί να παρέχει τις ίδιες υπηρεσίες και να έχει την ανάλογη προβολή στο κοινό με οποιονδήποτε εισέλθει στην φαρμακευτική αγορά
- Θα έχει πρόσβαση σε επαγγελματική διαχείριση. Θα καλύψει πλευρές που ο φαρμακοποιός του έχει αδυναμία.

Ξεκινήστε Άμεσα!

- Η συνεργασία δεν είναι εύκολη. Απαιτεί εκπαίδευση, κουλτούρα και εμπιστοσύνη. Αυτά κερδίζονται στην πράξη.
- Συνεργαστείτε από τώρα με συναδέλφους που εμπιστεύεστε σε πράγματα που υπάρχει προφανές κοινό συμφέρον για να ακολουθήσουν και τα πιο σύνθετα.

Ξεκινήστε Άμεσα!

- Προχωρήστε σε ομαδικές παραγγελίες. Συμφωνήστε ποια θα είναι τα βασικά σας προϊόντα σε κάθε κατηγορία και δώστε το βάρος σε αυτά. Όχι υπερβολές!
 - Υπερβολικός ανταγωνισμός τιμής στην παρούσα φάση...
- Συνεργαστείτε στην διακίνηση λιμνάζοντος αποθέματος
 - Το κεφάλαιο που είναι στα ράφια σας θα δώσει ανάσες
- Κάντε κοινές προωθητικές ενέργειες

Βασικές ομάδες εργασίας

- Ομάδα επιλογής προϊόντων, προμηθειών, συμφωνιών
- Ομάδα διαχείρισης και καθορισμού εικόνας, διαμόρφωσης χώρων των φαρμακείων, merchandising.
- Ομάδα επικοινωνίας με το κοινό. (Έκδοση επικοινωνιακών φυλλαδίων, ανάπτυξης παρουσίας στο δίκτυο κλπ)

Τελική διάρθρωση

- Ομάδα προετοιμασίας, σύνταξης και ελέγχου του καταστατικού των νομικών μορφών από τις οποίες θα διέπεται η συνεργασία.
- Ομάδα ανάπτυξης, τυποποίησης και καθορισμού των υπηρεσιών του φαρμακείου.
- Ομάδα σύνταξης εγχειριδίου συμβουλευτικής φαρμακοποιού.

Τελική διάρθρωση

- Ομάδα οργάνωσης εκπαίδευσης.
- Ομάδα βασικής χρηματοοικονομικής διάρθρωσης φαρμακείου.
- Ομάδα διοίκησης και διαχείρισης.
- Ομάδα επικοινωνίας, προβολής και διαχείρισης εικόνας
- Ομάδα ανάπτυξης παρουσίας στο ίντερνετ

Παράδειγμα καθηκόντων ομάδας

- Ομάδα επιλογής μείγματος προϊόντων που παρέχονται από το δίκτυο, επιλογής εταιρειών-προμηθευτών των προϊόντων αυτών, σύναψης συμφωνιών και διαπραγμάτευσης, τιμολόγησης.

Παράδειγμα καθηκόντων ομάδας

- να εντοπίσει ποια προϊόντα θα προσφέρονται ανά κατηγορία από τα φαρμακεία-μέλη, σε πόσες διαφορετικές επιλογές (π.χ. στην κατηγορία «ενυδατική κρέμα», ποιες γραμμές θα υπάρχουν, όπως καλλυντικές, φυτικές - βιολογικές, prestige, οικονομικές, για προβληματικά δέρματα),
- από ποιες μάρκες θα καλυφθούν αυτές οι απαιτήσεις και σε πόση ποικιλία,
- πόσο αυξάνεται ή μειώνεται η ποικιλία αυτή ανάλογα με την κατηγορία του φαρμακείου-μέλους (π.χ. κεντρικό, συνοικιακό, εξειδικευμένο κλπ.),
- να αξιολογήσει τα δεδομένα πωλήσεων προηγούμενων ετών και να θέσει στόχους,
- να κλείσει τις απαραίτητες συμφωνίες, τις κλίμακες αγορών, εκπτώσεων,
- να τιμολογήσει τα προϊόντα.

Ενέργειες ΣυνΦα και Ομάδων φαρμακείων

- Φτιάξτε άμεσα απτά και λειτουργικά μοντέλα που να μπορούν να υπάρξουν στην πράξη
- Κλείστε στρατηγικές συμφωνίες που να μπορούν να καλύψουν ανάγκες του σήμερα
- Ενσωματώστε υπηρεσίες και πλεονεκτήματα που να μπορούν να γίνουν άμεσα αξιοποιήσιμα
- Περάστε άμεσα υπεραξίες στα μέλη. Τώρα τις έχουν ανάγκη
- Στήστε πιλοτικά φαρμακεία για να μπορούν να δοκιμαστούν οι επιχειρησιακές διαδικασίες, οι παρεχόμενες υπηρεσίες, τα λογισμικά και η ανταπόκριση του κοινού
- Φτιάξτε διαφανή, αυστηρά αλλά εύκολο να υιοθετηθούν καταστατικά και συμφωνητικά. Εστιάστε στη δέσμευση και την κουλτούρα

Ενέργειες συλλόγων

- Κάντε έναν ευρύ και δημόσιο διάλογο για να μπορέσουν να διατυπωθούν όλες οι ανάγκες. Η αγορά είναι κατακερματισμένη και δεν μπορεί να χωρέσει σε έτοιμα από πριν καλούπια
- Επιδιώξτε νομικές ρυθμίσεις που να εξυπηρετούν όλες τις συνεργατικές μορφές (π.χ ρύθμιση θεμάτων rebate και φορολογίας για τα συστεγασμένα αλλά και οριζόντιες συναλλαγές για τα δίκτυα)
- Φτιάξτε θεσμικά πλαίσια και δεοντολογία για όλες τις συνεργατικές μορφές
- Υπερασπιστείτε όλο το ρυθμιστικό πλαίσιο του Ελληνικού φαρμακείου χωρίς καμία υποχώρηση! (Εμείς έχουμε έτοιμο το δίκτυο άρα οι όποιες αλλαγές είναι προς το συμφέρον όσων θέλουν να εισέλθουν στην αγορά)

Επίλογος

