

Interview s Mgr. Karlem Šlegrem, marketingovým ředitelem společnosti Pharmos, a. s.

Pane řediteli, můžete našim lékárníkům krátce představit marketingovou vizi Pharmosu?

Základním marketingovým cílem společnosti Pharmos, a. s., jsou nejen kvalitní logistické služby, ale zejména podpora a jistota pro nezávislé lékárníky. Náš marketing se snaží orientovat se na péči o zákazníka. To předpokládá znát jeho potřeby a umět s ním komunikovat. Pracoval jsem jako odborný zástupce v lékárně, kde jsem strávil pěkných 10 let, manželka a samozřejmě i spousta mých přátel jsou z oboru, takže si myslím, že potřeby lékárníků znám. Není však vždy lehké aplikovat své představy tak, aby to vyhovovalo všem. Nejsem na to ve firmě sám, lékárníků je v naší společnosti několik, proto věřím, že řada věcí, které jsme započali, se projeví již v brzké době. Do vedení společnosti byl také zvolen PharmDr. Jiří Korta, nyní jsou tedy v pětičlenném představenstvu tři lékárníci, a myslím si, že to vypovídá o směřování naší společnosti za vše.

Již dlouhá léta Pharmos podporuje edukaci, kterou poskytují odborníkům lékáren společnost Edukafarm. Myslíte, že to má smysl, oceňují to lékárníci?

Kontinuální vzdělávání je nejen potřebné, ale i povinné. Proto pevně věřím, že řada lékárníků oceňuje vzdělávání, které jim pomáháme zajišťovat. Celkově se náš obor rychle vyvíjí a dochází ke změnám, a také doufám, že hlavním bonusem lékárníků do budoucna nebudou cenové slevy, ale úroveň komunikace v lékárnách. Právě proto bychom chtěli být v této oblasti i nadále dobrým partnerem lékárníků. Já sám jsem jako účastník těchto seminářů vnímal celý projekt pozitivně, a proto podporuji i nadále spolupráci v této oblasti, která je dlouholetá, má tradici a punc kvality.

Také na našich webových stránkách www.pharmos.cz se snažíme předávat lékárníkům aktuální informace z oboru a odborné články z oblasti farmakoterapie. Věřím, že i tento způsob edukace je pro lékárníky užitečný.

Co považujete za úspěchy marketingu Pharmosu v letošním roce?

Myslím, že mezi marketingové úspěchy Pharmosu patří například změny v rámci e-shopu pro lékárníky a reprezentanty firem. Doufám, že uživatelé ocení náš e-shop po rozšíření jeho funkčnosti – např. jako zdroj informací o probíhajících marketingových akcích, stažení aktuálních dodacích listů apod. Přes určité technické problémy spojené se strukturou dat se nám myslím podařilo stabilizovat jeho funkčnost, a zvýšit rychlost. I nadále budeme v úpravách pokračovat. Vzrůstající počet každodenních uživatelů nám v tomto myslím dává za pravdu. Za hlavní úspěch marketingu však považuji projekt Moje lékárna, který beze zbytku naplňuje hlavní cíl zmiňovaný na začátku našeho rozhovoru, a to podporu a stabilitu podnikatelského prostředí pro svobodně podnikající lékárníky. Ale tento projekt je natolik rozsáhlý a důležitý, že by si zasloužil více prostoru.

Zkuste jej tedy představit. V čem spočívá jeho největší přínos?

Především projekt Moje lékárna nemá nic společného s dalšími projekty obsahujícími v názvu „Moje“. To by mohl být projekt spojován např. i s Ramou nebo Komerční bankou. Dále je nutno uvést, že společnost Pharmos zde vystupuje jako zprostředkovatel projektu a již se připravuje založení akciové společnosti, která bude vlastněna a řízena lékárníky. Iniciátory projektu jsou lékárníci akcionáři, kteří přišli s myšlenkou vytvořit „virtuální nákupní řetězec“ jako protiva řetězcům s jedním majitelem – ti mají oproti jednotlivým lékárníkům výhodu při vyjednávání s výrobcem. Je nutno si uvědomit, že pro individuální lékárníky je logickou cestou cesta spolupráce s distributorem, vlastněným lékárníky, protože řada řetězcových lékáren je již vlastněna distributory. Myšlenka založení „virtuálního řetězce“ lékáren není nová a je běžná po celé Evropě. Vždyť různá nákupní sdružení již existují i u nás, a projekt nemá ambice tato sdružení nahrazovat. Myšlenka virtuálního nákupního řetězce je pro lékárníky určitě zajímavá, jak se mohlo již cca 160 lékáren, které jsou v současnosti členy projektu, přesvědčit. Další částí projektu je prezentace lékáren a jejich e-shopů na vlastním společném webovém portálu projektu www.mojelekama.cz. Tento portál nabízí přehled článků o nemocech, jejich možných terapiích a je databází informací souvisejících se zdravím. V současnosti je představován veřejnosti a jeho návštěvnost stoupá. Určitě jste již zahlédli např. auta naší distribuce s logem projektu nebo lékárně označenou tímto logem.

Já osobně jsem uvítal i spolupráci v oblasti edukace v rámci tohoto projektu s Českou gerontologickou a geriatrickou společností. Tato společnost vítá zájem lékárníků, a společně se spo-



lečností Edukafarm jsme připravili nyní na podzim již druhý cyklus seminářů zaměřených na geriatrického pacienta. Považuji tuto edukaci za nezbytnou pro lékárníky, protože cílem tohoto projektu je zdokonalení komunikace s geriatrickými pacienty, kteří tvoří téměř dvě třetiny všech pacientů lékárny. Je to i skupina pacientů s nejvyšší frekvencí užívání hned několika druhů léčiv na předpis i bez předpisu, z čehož plynou nemalé problémy na úrovni nežádoucích účinků, lékových interakcí atp.

Jakou další podporu poskytujete individuálním lékárníkům?

Pharmos se snaží podporovat v rámci svých možností veškeré aktivity podporující individuální lékárníky a úroveň lékárenství obecně. Podporujeme Grémium majitelů lékáren a také spolupracujeme s Družstvem lékáren. S Českou lékárnickou komorou jsme spolupracovali v oblasti edukace. Jako lékárnická společnost se budeme snažit o podporu lékárníků v rámci jejich aktivit i nadále.

Co říkáte změnám v lékové politice. Co vítáte, a kde vidíte naopak problém?

To je dosti široká otázka a necítím se příliš kompetentní na ni odpovídat. Jenom pár postřehů lékárníka „zvenku“. Myslím, že nyní máme jako lékárníci možnost se zviditelnit jako odborní zdravotničtí pracovníci, partneři pacienta v oblasti léků. Máme možnost generické substituce, která byla veřejně diskutována, také podle nového zákona budou některé léky, na které je dosud zapotřebí recept, rovnou vydávat lékárníci. Na druhou stranu však vzhledem ke změnám postupu při stanovování cen a doplčků

jsme jako lékárníci postaveni do role vysvětlovat spíše cenové aspekty výdeje, které jsme dostali nařizeny, a prostor pro odbornou komunikaci se ztrácí. To vidím jako velký problém. Systém se mi zdá nepřehledný. Je to škoda, protože i přesuny v rámci regulace přípravků a změn úhrad směřují ke zvýšení podílu samoléčby a zde je role lékárny nezastupitelná. Posun do oblasti samoléčby a posílení pravomocí lékárníka vítám a myslím, že to zlepší i vnímání lékárníka. Vytváří to samozřejmě tlak na vzdělávání, ale myslím si, že např. v rámci projektu Moje lékárna a Lékařna 2010 vytváří Pharmos pro toto dobrou platformu.

Co pro lékárníky připravujete v současnosti?

Rozpracována je celá řada projektů. Budou pokračovat práce na eshopu a našich webových stránkách, odstranění problémů s vykrvácáním transferových objednávek a další problémy, které trápí nejen nás, ale i naše odběratele. Dalším velkým úkolem je provést analýzu portfolia produktů zařazených do projektu „Moje lékárna“. Jednání s výrobcí nejsou jednoduchá a je nutné být připraven. V současnosti mají zájem o vstup do projektu i někteří výrobci, kteří při jeho zahájení neměli o spolupráci zájem. I nadále probíhají jednání o rozšíření nabídky. Je také nutné doprogramovat neveřejnou část portálu www.mojelekarna.cz, která umožní lékárníkům vyšší spoluúčasť na projektu a řadu dalších věcí s tímto projektem spojených. Budeme i nadále pokračovat v podpoře edukace a v prezentaci lékárenského oboru veřejnosti.

Interview vedl: PharmDr. Zdeněk Procházka, Edukafarm

DEN LÉKÁREN 2008 ČTVRT ROKU POTÉ A TĚSNĚ PŘED DALŠÍM!

Metabolický syndrom jako ukázka činnosti lékárníka v roce 2010? Bláhová a nereálná myšlenka? Myslím, že ne! A ukázal to poslední Den lékáren. Nebudu hodnotit jeho přípravu, průběh a výsledek, ale pokusím se o pohled za horizont všedních dnů. Jedno je totiž jisté: Z MARŽE SE LÉKÁRNY DLOUHODOBĚ NEUŽIJÍ. Logický tlak státních autorit na snížení úhrad ve všech finančně zajímavých ATC skupinách s sebou nese pokles objemu výnosů lékáren.

Finanční závislost naší odměny na ceně přípravku nás navíc logicky mediálně řadí spíše ke obchodníkům než ke zdravotníkům. Zhmotnit (rozuměj zpeněžit) musíme tedy svoje vědomosti, poskytované konzultace. A právě k tomu, abychom ukázali široké patientské veřejnosti, že do lékárny se chodí nejen pro léky, ale hlavně pro rady, sloužil vždy červený Den lékáren. Ten poslední nebyl výjimkou.

Metabolický syndrom je téma na první pohled neuchopitelné, abstraktní. Umožňuje přitom ukázat, v čem může být lékárník pacientovi a zdravotnímu systému prospěšný. Odhalování „zdravých nemocných“ mnohdy totiž nestojí moc a šetří spoustu (peněz). A třeba není daleko doba, kdy budeme hodnoceni právě za takovéto úspory, a ne za obrát.

Aby byla vaše orientace v problematice metabolického syndromu jednodušší, vydala Česká lékárnická komora k tomuto tématu přehledné materiály a doporučené postupy (metabolický syndrom, měření tlaku krve a glykemie). Ty by měly zajistit stejnou úroveň poskytovaných informací pacientovi bez ohledu na jeho bydliště a navštěvovanou lékárnu. Jedním z nepřilíš profesionálních postupů je totiž právě nejednotnost poskytovaných informací. Proč například v lékárnách raději místo automatického přístroje na měření krevního tlaku (na zápěstí a ve stoje, ...), hmotnosti, procenta tuku, BMI atd. nenabídneme tuto službu realizovanou osobně farmaceutem nebo farmaceutickým asistentem? Byla by to naše výrazná přidaná hodnota, konkurenční výhoda, již se sami dobrovolně zbavujeme a místo toho používáme přístroj, který při měření popírá snad všechna doporučení kardiologické společnosti pro měření krevního tlaku... Prvním krokem směrem ke konzultacím by tedy mohlo být vypnutí tohoto přístroje ze zásuvky a nabídka měření tlaku pacientům kvalitními pažními tonometry. Když z takového měření uděláte tradici či samozřejmost, budou se do vaší lékárny pacienti jistě rádi vracet. Ne každá lékárna může mít z prostorových důvodů konzultační místnost, ale diskretní koutek na konzultace a změření tlaku se najde skoro všude.

S novou legislativou se nám jistě podaří uzavřít nejen kruh metabolického syndromu a nabídnout pacientům stanovení glykemie a cholesterolu prováděná lege artis v lékárně. Podle prvních ohlasů bude o tuto službu velký zájem. Zájem byl i mezi novináři, jak ukázala poslední tisková konference ČLK, kde jsme měření glykemie zástupcům médií prezentovali.

A jak bude vypadat budoucnost Dne lékáren? Díky příznivému ohlasu od pacientů i lékárníků z terénu se pokusíme postupně „najat“ na čtvrtletní cyklus jaro-léto-podzim-zima. Vybírat budeme témata aktuální vždy pro nastávající roční období, témata umožňující prezentaci lékárenských odborností. Od roku 2009 propojíme zaměření Dne lékáren také se vzdělávacími akce pro lékárníky i asistenty. Poznatky nabyté na akcích kontinuálního vzdělání tak bude možné využít okamžitě v každodenní praxi. Cílem bude také více zpolarizovat podrobné Doporučené postupy ČLK vydané v roce 2007, jež jsou zaměřené na samoléčení a volně prodejné přípravky. Informací tedy bude k dispozici dost – jen si z nich vybrat.

To je tedy nástin budoucnosti. I na našem aktivním zapojení do těchto akcí záleží, jak budou úspěšné. Pozitivní témata se totiž do médií dostávají velmi obtížně. Na vás tedy bude, abyste naučili pacienty Dny lékáren ve Vaší lékárně vyhledávat.

Kudy chodíme, tam se snažíme se Standou Havlíčkem, Alešem Krebsem a dalšími říkat pacientům, čtenářům či posluchačům – láce a nižší doplatek ještě neznamená, že se o vás dobře postarali, že vám dobře poradili. Vyberte si lékárnu, kde s vámi hovoří, kde vám radí. Lékařnu, kde uslyšíte z receptu přečtené „3x denně“ obejdete velkým obloukem. Kéž by takových bylo co nejméně...

Zpracoval Mgr. Michal Hojný

