



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ



Νίκος Βελτράς,

Οικονομολόγος με ειδίκευση σε θέματα Marketing και Πωλήσεων,
Γενικός Διευθυντής Professional Team

«Οι φαρμακοποιοί ποτέ δεν παραμέλησαν τον επιστημονικό τους ρόλο»

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟ ΠΕΤΡΟΧΕΙΛΟ

Εκει διδάξει –χωρίς καμία υπερβολή– σε χιλιάδες στελέχη επιχειρήσεων και φαρμακοποιούς τα μυστικά του Marketing και των Πωλήσεων και δεν είναι λίγοι εκείνοι που τον αποκαλούν τμητικά «δάσκαλο» αναγνωρίζοντας το γεγονός ότι οι συμβουλές του τους βοήθησαν στην επαγγελματική τους ανέλιξη. Ο Οικονομολόγος Νίκος Βελτράς, με αφορμή

την υλοποίηση των σεμιναρίων Συνεχιζόμενης Εκπαίδευσης Φαρμακευτικής Φροντίδας που διοργανώνουν η Ακαδημία Marketing Επαγγελματιών Υγείας, η Professional Team και ο Κόσμος του Φαρμακείου και στα οποία είναι βασικός εισηγητής, παραχώρησε μία ενδιαφέρουσα συνέντευξη και κατέθεσε απόψεις που θα συζητηθούν.

► Τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες που στοχεύουν στην επιμόρφωση των φαρμακοποιών. Θεωρείτε ότι η ανταπόκριση που υπάρχει είναι ικανοποιητική; Πόσο, πιστεύετε ότι έχει βοηθηθεί ο κλάδος;

Επειδή ήμασταν οι πρώτοι (ως PROFESSIONAL TEAM) που παρουσιάσαμε εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα για τον Φαρμακοποιό και την ομάδα του, πιστεύω ότι η συστηματική προσπάθειά μας επιβραβεύτηκε με την προτίμηση εκατοντάδων φαρμακοποιών. Όμως από το 2011 κάποιοι ευκαιριακοί τύποι προσπάθησαν να εκμεταλλευτούν αυτή την ανάγκη των φαρμακοποιών, χωρίς να προσφέρουν ουσιαστικά στη βοήθεια του κλάδου.

► Κατά πόσο έχουν διαφοροποιηθεί οι ανάγκες εκπαίδευσης του φαρμακοποιού σήμερα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια;

Η εκπαίδευση γενικά είναι δυναμικό στοιχείο, άρα από μόνη της διαφοροποιείται σε βάθος χρόνου. Το προαναφερθέν γεγονός σε συνδυασμό με τις ραγδαίες αλλαγές στο φαρμακείο έχουν οδηγήσει στην ανάγκη διαφοροποίησης. Γι' αυτό το λόγο και πρόσφατα παρουσιάσαμε τα Σεμινάρια «Συνεχιζόμενη Εκπαίδευση Φαρμακευτικής Φροντίδας», που συνδιοργανώνονται από την PROFESSIONAL TEAM, τον ΚΟΣΜΟ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ και την ΑΚΜΕΥ (Ακαδημία Marketing Επαγγελματιών Υγείας).

► Υπάρχει μία άποψη που υποστηρίζει ότι οι φαρμακοποιοί σ' ένα μεγάλο μέρος έχουν ευθύνη για τις πιέσεις που υφίστανται επειδή έδωσαν έμφαση στο να γίνουν καλύτεροι έμποροι παραμελώντας τον επιστημονικό τους ρόλο. Ποια είναι η άποψή σας;

Αυτό είναι ένας μύθος. Οι φαρμακοποιοί ποτέ δεν παραμέλησαν τον επιστημονικό τους ρόλο. Τουναντίον πολλές φορές κινήθηκαν εις βάρος των συμφερόντων τους εν ονόματι της επιστημονικής συμβουλής που παρέχουν στον ασθενή-πελάτη τους. Ως προς τις πιέσεις που δέχονται, αυτές είναι αποφάσεις και επιλογές των κυβερνώντων και

σκοτεινών κύκλων με περίεργα «θέλω».

► Μέσα σ' ένα παγκόσμιο περιβάλλον που αλλάζει δραματικά και κάτω από την πίεση της οικονομικής ύφεσης υπάρχει μία τάση να συμπιεστεί –ακόμη και στην Ευρώπη που παραδοσιακά ήταν πολύ ισχυρό– το κοινωνικό κράτος και να περιοριστούν οι δαπάνες για την υγεία και το φάρμακο. Τι αλλαγές έχουν επιφέρει οι εξελίξεις αυτές στο φαρμακευτικό μάρκετινγκ;

Οι αλλαγές στο φαρμακευτικό marketing είναι σε εξέλιξη. Μικρά δείγματα έχουμε γευθεί όπως σχεδόν η μηδενική κυκλοφορία νέων προϊόντων στην Ελλάδα.

► Ποιες είναι οι τάσεις που υπάρχουν σήμερα στο Marketing φαρμακείου;

Οι τάσεις σήμερα στο marketing φαρμακείου συνοψίζονται στα εξής σημεία:

- Στο κομμάτι του φαρμάκου συγκράτηση του τζίρου και της κερδοφορίας με στροφή στις ελεύθερες (ιδιωτικές) συνταγές που φέρνουν ταμειακή ρευστότητα.
- Παράλληλα αλλαγή της κλασικής αναλογίας του μέσου ελληνικού φαρμακείου (πωλήσεις φαρμάκων 80% του τζίρου και οπιδήποτε άλλοι το 20% του τζίρου).
- Ενεργό ρόλο του φαρμακοποιού και των υπαλλήλων του στη διαδικασία της πώλησης.
- Προσεκτικές επιλογές με σειρά κριτηρίων στην επιλογή προϊόντων που θα υπάρχουν στο φαρμακείο.
- Επιλογές ομάδων πελατών-στόχων σε συνδυασμό με τις αντίστοιχες ομάδες προϊόντων.

► Έχετε μία μακρά διαδρομή στη διδασκαλία στο χώρο των πωλήσεων και του Marketing. Πόσο βλέπετε να έχει αλλάξει εν γένει η συμπεριφορά του κοινού σας κατά τη διάρκεια των ομιλιών σας σε σχέση με το παρελθόν;

Τα σεμινάρια σε φαρμακοποιούς στο παρελθόν φάνταζαν σαν κάτι για το «ευ ζην» του φαρμακείου. Σήμερα είναι η

απόλυτη ανάγκη, αν ο φαρμακοποιός επιθυμεί να έχει το φαρμακείο του και αύριο.

► Πώς βλέπετε τους νέους φαρμακοποιούς σε σχέση με τους παλαιότερους;

Οι νέοι φαρμακοποιοί είναι πολύ πιο προσαρμόσιμοι στις βίαιες αλλαγές που συμβαίνουν στον χώρο. Απαλλαγμένοι από εμπειρίες άλλων εποχών είναι δεκτικοί στην αλλαγή του ρόλου τους.

► Η νέα τεχνολογία έχει δώσει τεράστιες δυνατότητες στον τομέα της εκπαίδευσης. Πιστεύετε ότι οι Έλληνες φαρμακοποιοί τις αξιοποιούν όσο θα έπρεπε;

Οι νέες τεχνολογίες δίνουν δυνατότητες σε πολλούς τομείς και βέβαια στον τομέα της εκπαίδευσης. Όμως οι φαρμακοποιοί άργησαν να το συνειδητοποιήσουν με αποτέλεσμα να αξιοποιούνται ελάχιστα μέχρι στιγμής.

► Πώς βλέπετε το μέλλον του ελληνικού φαρμακείου; Ποιοι οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι και οι μεγαλύτερες ευκαιρίες για τον Έλληνα φαρμακοποιό;

Μέλλον υπάρχει για το ελληνικό φαρμακείο. Αρκεί ο φαρμακοποιός να μην είναι αδρανής σε αυτά που συμβαίνουν. Εφ' όσον προλάβει να προσαρμοστεί θα αποφύγει τον μεγαλύτερο κίνδυνο να αναγκαστεί να κλείσει το φαρμακείο. Αν δεν συμβεί αυτό, θα αρχίσουν να φαίνονται και οι ευκαιρίες.

► Ποια η άποψή σας για τις «αλυσίδες» φαρμακείων;

Οι αλυσίδες (όχι με τη σημερινή ημιτελή μορφή λειτουργίας τους στην Ελλάδα αλλά με πλήρη εφαρμογή των όρων λειτουργίας τους) σίγουρα θα πάρουν κάποιο μερίδιο αγοράς. Αυτό άλλωστε συνέβη σε όλους τους κλάδους που εμφανίστηκαν. Για τη λειτουργία τους όμως στην Ελλάδα υπάρχει πολύς δρόμος και χρόνος. Ως τότε υπάρχει η δυνατότητα στα λειτουργούντα φαρμακεία να χτίσουν γραμμές άμυνας, έτσι ώστε να ελαχιστοποιήσουν το μερίδιο που θα πάρει όποια αλυσίδα εγκατασταθεί στο μέλλον.

■ Λίγα λόγια για τον Νίκο Βελτρά

Ο Νίκος Βελτράς είναι οικονομολόγος με πολύχρονη επαγγελματική και εκπαιδευτική εμπειρία, ειδικός σε θέματα Marketing Φαρμακείου. Σήμερα είναι Γενικός Δ/ντης της PROFESSIONAL TEAM (εκπαιδευτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες) και παράλληλα συνεργάτης του Πανεπιστημίου Πειραιά. Έχει γράψει 2 βιβλία και εκατοντάδες άρθρα σε εξειδικευμένα έντυπα (περιοδικά και εφημερίδες). Σεμινάρια του έχουν παρακολου-

θήσει χιλιάδες στελέχη φαρμακευτικών εταιρειών αλλά και φαρμακοποιοί. Είναι ο πρώτος που παρουσίασε εξειδικευμένα φαρμακευτικά προγράμματα για φαρμακοποιούς και την ομάδα τους. Είναι προσκεκλημένος ομιλητής σε όλες τις μεγάλες και σοβαρές εκδηλώσεις φαρμακοποιών. Πρόσφατα ήταν ομιλητής του ΦΣΑ, του ΣΥΦΑ Θεσ/νίκης, του ΣΗΦΑΚ, του ΣΕΦΑΡ και άλλων.