

*Обратите внимание на то, что приём препаратов на основе гинкго билоба не рекомендуется совмещать с лекарствами, разжижающими кровь из-за усиления эффекта! Всё хорошо в меру.*

А какие истории о нужных и полезных людям лекарствах знаете вы?



Вернёмся к Информационному Стандарту.

Случается, что покупатель спрашивает фармацевта или провизора о том, чего тот не знает. Такое бывает, потому что, как уже было сказано, невозможно знать всё. Как поступить в этом случае? Нет ничего зазорного в том, чтобы попросить помощи у коллег, поэтому, согласно Информационному Стандарту, в присутствии покупателя допускается общение специалистов аптеки, в том числе и по телефону, по информационному запросу покупателя.

**Учитесь непрерывно — это поможет ещё лучше обслуживать покупателей!**

**Будьте охотниками за знаниями!**

**Ищите изюминки в препаратах и делитесь находками друг с другом!**

**Организируйте мини-фармкружки!**

**Читайте статьи на сайтах производителей лекарств — ведь только производитель знает о препаратах всё.**

**Используйте информацию, которую передают вам медицинские представители!**

**Информация дорогого стоит, потому что тот, кто владеет информацией, владеет миром.**

## Стандарт Поведения в аптеке

Для того чтобы предоставлять населению превосходный сервис, необходимо соблюдать Стандарт Поведения.

**Стандарт Поведения — это стандарт, регламентирующий основы уважительного и внимательного отношения к покупателю, а также избегание действий, которые потенциально ведут к конфликту.**

Что такое поведение?

Поведение — это образ действий человека и его манера держаться. Какие принципы поведения в аптеке особенно важны? Это запреты на **приём пищи, жевание резинки, пользование мобильным телефоном** вне служебных помещений аптеки.

Если вы выходите к покупателям в торговый зал, уступите им дорогу и соблюдайте дистанцию. Если это невозможно, и дистанция получается меньше расстояния вытянутой руки, развернитесь к ним под углом 90 градусов.

Важной составляющей Стандарта Поведения является правило «**Все равны**», которое заключается в том, что фармацевт или провизор обязаны проявлять одинаковое внимание и уважение ко всем покупателям, независимо от:

- стоимости приобретаемой ими покупки;
- продолжительности выбора;
- возраста и внешности.

Выполнить это правило не так уж и просто, особенно первый пункт.

Сейчас, когда в аптеках повсеместно отслеживается сумма среднего чека, фармацевт или провизор с тяжёлым сердцем отпускают товар, который стоит совсем недорого: контейнер для биоматериала (банку для мочи) или батончик. Наверное, поэтому на тренингах меня часто спрашивают: каким образом увеличить средний чек при таких обстоятельствах? Как осуществить допродажу?

Рассмотрим эти ситуации. Единственный шанс повысить сумму чека — это задать вопрос: «Вам несколько?» Так можно поднять сумму чека не за счёт количества **наименований** в чеке, а за счёт увеличения количества **упаковок** одного наименования.

Но в аптеке я часто слышу другую фразу: «Вам одну?», «Вам один?» Эти вопросы по сути не имеют смысла, и никакой необходимости

задавать их нет. Фармацевт или провизор не могут вскрыть упаковку и отдать покупателю половину единицы товара. Кроме того, сотрудник аптеки будто «обрубает» в самом начале потенциальное стремление человека купить больше — на курс, в запас, на пробу — и программирует на уменьшение суммы чека.

Наша нация пережила множество нашествий, войн, революций. Запасаться впрок — у нас в крови. Поэтому не мешайте покупателю сделать небольшой резерв нужных ему лекарств, тем более что особенностью реализуемого в аптеках товара являются длинные сроки годности, и вместо этого спросите его:

- «Вам несколько?»
- «Все вкусы пробовали?»
- «Постоянно принимаете?»
- «Доктор говорил, что курс лечения длительный?»

Когда я нахожусь в аптеке или магазине, то испытываю профессиональное любопытство. Меня интересует, ЧТО и КАК говорят специалисты и какими навыками и компетенциями снабдила их компания-работодатель, прежде чем отправить взаимодействовать с населением.

Сейчас я хочу поделиться мыслями и чувствами и рассказать историю о том, как я покупала товар по низкой цене. Действительно, нам всем иногда бывает нужны товары, которые стоят совсем недорого, и такие товары есть везде.

... Я пришла в супермаркет бытовой техники, чтобы купить новую клавиатуру для компьютера. Супермаркет рекламировал себя по телевизору, бросал в мой почтовый ящик буклеты с призывом приходить и покупать, присылал смс-сообщения на телефон. Я была уверена, что меня здесь ждут — иначе зачем тратить миллионы рублей на рекламные акции и трубить в фанфары?

Я не учла того, что стоимость моей покупки была невелика.

Начало было вполне обычным. Доброжелательный продавец любезно поздоровался и отвёл меня в отдел клавиатур. Показывая

наиболее дорогую, он указал на её особенность: «Есть поддержка для кисти руки», — и вопросительно посмотрел на меня. «Берёшь?» — говорил его взгляд. Я поинтересовалась: «А зачем мне поддержка для руки? Она делает клавиатуру в два раза объёмнее, а у меня небольшой компьютерный столик».

«Купите новый компьютерный стол!» — парировал продавец.

Я опешила. Пришла за клавиатурой, а теперь получается, что мне необходимо купить стол. Но я «посмела» возразить повторно: «Мне нужны плоские клавиши, а здесь клавиши высокие, я не могу на таких печатать».

Это правда. Высокие клавиши раздражают, отвлекают от мысли. Нет гармонии. Продавец ответил: «А моя жена печатает статьи для нашего сайта на высоких клавишах, и ей нравится».

Вот это сюрприз! Я хочу купить клавиатуру, но никому нет дела до меня и моих предпочтений. Мне рассказывают, что рядовой продавец супермаркета бытовой техники имеет собственный сайт, а к нему в придачу жену, умеющую печатать статьи на высоких клавишах. Увидев мои округлившиеся глаза, продавец вдруг заторопился и сказал: «Вот клавиатура с низкими клавишами, идёмте к кассе».

«Как к кассе? — удивилась я ещё больше. — Вы что, молодой человек, клавиатура — это важно для меня, потому что я много печатаю. Мне ещё надо посмотреть!»

«Чего смотреть, не машину ж выбираем!» — произнёс продавец. Очевидно было, что он торопился к другим, более состоятельным покупателям.

Я поняла, что это конец. Аудиенция закончена, король уходит, и я больше не имею права задавать вопросы и занимать его время. Вот он, сервис. Вот она, грубая и примитивная правда жизни.

Из магазина я ушла, уязвлённая в самое сердце. Было понятно, что магазин только делал вид, что ждал меня, завлекая рекламой. Где-то в уютном офисе маркетологи разрабатывали акции для победы над

конкурентами, запускали активности для привлечения покупателей, а рядовой продавец оказался влиятельнее целой команды коллег.

Он продемонстрировал, что моя покупка мала, невыгодна и не заслуживает уважения с его стороны. Он ткнул мне в лицо этим обстоятельством и намекнул, что лучше было бы купить что-то дороже.

Да, в тот раз я купила клавиатуру. А в следующий раз купила бы машину — стиральную, например. Самую лучшую и дорогую, чтобы она дольше работала и лучше стирала. Я могла бы прийти и купить, но уже не стану.

Зачем мне чужая невежливость?

За свои честно заработанные деньги я хочу получить **хороший товар по хорошей цене и приятные эмоции, как и все остальные покупатели.**

Любой бизнес держится **на постоянных покупателях** — людях, которые тратят то много денег, то мало, но делают это **регулярно**. Почему так? Дело в том, что **для завоевания нового покупателя организации, и аптечной в том числе, приходится тратить намного больше средств, чем на сохранение и поддержание долгосрочных отношений с уже «покорённым» потребителем.**

Каждый покупатель на счету, поэтому какими покупателями богаты, таким и рады.

Вы тоже так думаете?

Помимо правила «Все равны», Стандарт Поведения включает в себя множество ограничений. Это действия, которые не следует совершать ни в коем случае, никогда и ни при каких обстоятельствах.

Выполняя эти правила, сотрудники аптек обезопасят себя от многих неприятностей.

1. Не вступайте в спор с покупателем.

В споре с покупателем никогда ничего хорошего не рождалось. Карнеги говорил: «В мире существует только один способ одержать верх в споре — избежать его».

2. Не делайте замечания коллегам-фармацевтам при покупателях, а также не критикуйте работу врачей, если вы заметили ошибку в их действиях.
3. В аптеке должны присутствовать корпоративная солидарность и служебная этика.
4. Не используйте жаргонные выражения и жесты, не теребите волосы, не крутите ничего в руках.

Однажды менеджер Сбербанка, предлагая мне взять кредит, показала большой палец правой руки. Я сказала: «Вы же лицо огромной организации!»

Девушка, ничуть не смутившись, ответила: «Ну и что. Это вот такой кредит!» Увы, несмотря на очевидные преимущества предложения, я не увидела свою выгоду в её жесте.

5. Не сидите в присутствии покупателей.

Жест первичен, а слова — вторичны.

Люди давно поняли, что наше тело умеет разговаривать. Оно говорит с другими людьми жестами и позами.

Когда в аптеку заходит покупатель, а вы стоите с доброжелательной мимикой, полностью развернув корпус в его сторону и бросив руки вдоль тела, то ваши руки, ноги, лицо, туловище ещё до вашего приветствия невербально, без слов, говорят ему: «Здравствуйте! Мы вас ждали! Слушаем внимательно! Сделаем всё, чтобы разрешить ваше затруднение!» Посетитель аптеки слышит эти безмолвные слова.

6. Не облакачивайтесь на стол, полку, витрину или прилавок.

Как бы ни устала спина, не опирайтесь рукой, плечом или спиной на прилавок, стену, полку в присутствии покупателя. Это особенно важно в тонкий момент установления контакта. Облокотиться на что-либо — значит проявить неуважение к человеку, а также продемонстрировать своё доминирование.

Эту истину подтверждает история, которую как-то на тренинге рассказала одна заведующая аптекой.

## Пример

Заведующая аптекой (опираясь двумя руками на прилавок и наклонив корпус в сторону покупательницы, с дружелюбной интонацией): «Здравствуйте!»

Покупательница: «Почему вы решили, что со мной можно так грубо разговаривать?»



Работа с населением таит в себе многочисленные риски, а иногда напоминает линию фронта, линию огня.

Вот отрывок из стихотворения заведующей аптекой Ирины Кочетовой из Костромы (опубликован в журнале «Столички» № 4 за 2018 год):

...Пусть и говорят, что жизни тропка  
У аптечных стен неинтересна,  
Только задушевною и доброй  
Для меня звучит аптеки песня.

И в твоих стенах бывают бури.  
Это только внешне всё спокойно.  
Нет таблеток, кончилась микстура.  
**Это войны, маленькие войны!..**

В аптеке необходимо быть не только бдительными и осторожными, но и во многом ограничивать себя — **на войне как на войне**.

Ограничения касаются не только действий, но и слов: «нам не дано предугадать, как слово наше отзовется...» В диалоге с покупателем нужны универсальные слова, приятные уху и сознанию.

## «Мама» и «Ребёнок»

Однажды в аптеке фармацевт при общении со мной заговорила почему-то исключительно словами в уменьшительно-ласкательной