





# ПРАВА ПАЦИЕНТА В АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Выполнили: Горновская и Путинцева

- 
- Основной задачей аптеки является реализация населению и лечебным профилактическим учреждениям, прикрепленным на снабжение, а также другим организациям изготовленных и готовых лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и других товаров аптечного ассортимента.


# Техника продаж в аптеке.



- Перед фармацевтами в аптеке поставлена сложная задача – они должны совмещать в себе профессиональные знания, обладать навыками презентации и уметь выстраивать коммуникацию даже со сложными клиентами. Во многом от специалистов «первого стола» зависит прибыль и успешность работы аптеки. А значит, таким сотрудникам важно знать все нюансы продаж в аптеке.




Структура профессиональной продажи в аптечной отрасли давно описана и доказала свою эффективность.

Достаточно знать 5 основных этапов:


- - установление контакта
  - - выявление (или формирование) потребности покупателя
  - - презентация товара
  - - работа с возражениями
  - - завершение продажи, подведение покупателя к покупке.
- 




# Меры предупреждения фармацевтических ошибок:



Прежде, чем выдать ЛП  
по рецепту, тщательно  
проверяйте врачебное  
предписание;



Отпуская препарат,  
проконсультируйте  
покупателя о дозах,  
способах приема и  
условиях хранения  
препарата;




Предупреждайте  
заболевшего о ВОЗМОЖНОМ  
взаимодействии  
лекарственных  
препаратов;







Правильно организуйте  
хранение препаратов;




Проверяйте соответствие  
этикетки, наименования и  
срока годности  
препаратов;



Создайте в аптеке  
обстановку,  
обеспечивающую  
максимальную концентрацию  
внимания, препятствующую  
появлению усталости.




# Работа с возражениями





За каждым возражением  
стоит невыявленная  
потребность клиента в  
товаре.

Следовательно, возражение  
следует расценивать как  
явный признак того, что у  
человека есть  
заинтересованность в  
покупке.




# Структура работы с возражениями:

1. Создание внутреннего настроения;
  2. Выяснение причин возражения;
  3. Использование соответствующих техник работы с возражениями.
- 




Первый этап связан с настройкой вашего психологического состояния. Вы должны настроить себя таким образом, чтобы не испытывать психологического дискомфорта при ответе на возражения.




Следующий этап – выяснение причин возражения.


Вы должны понять, что стоит за высказываниями клиента, представленными в противовес вашему предложению.








# Ошибки , которые провоцируют возражения :


1. **Неполное/нечеткое представление  
продукта**
  2. **Неточное попадание в потребность**
  3. **Недоверие (плохо выстроенный контакт)**
  4. **Объективно невыгодное предложение**
- 

# Как отвечать на возражения?






Помните – очень важно  
уметь правильно выстраивать  
контакт с покупателем и  
относиться к возражениям как  
к позитивной информации,  
которая упрощает продажи.

- 
- **Каждый день вам приходится общаться с сотнями посетителей и покупателей аптеки. Как часто вы задумываетесь об огромной ответственности, которая лежит на вас за каждое произнесенное слово, за каждую рекомендацию, данную покупателю при выборе и покупке лекарства?**

**«ФАРМАЦИЯ – ЭТО  
ОБЛАСТЬ, В КОТОРОЙ  
ФАРМАЦЕВТЫ БЕРУТ НА  
СЕБЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ  
ЗА ЗДОРОВЬЕ, ЛЕЧЕНИЕ  
ПАЦИЕНТА. И ОНА  
ДОЛЖНА  
КОНТРОЛИРОВАТЬСЯ ЭТИМ  
ЧУВСТВОМ И  
ОБЕЩАНИЕМ».**



Продажи в аптеках – это особенный процесс уже потому, что происходит он на основании доверия покупателя к фармацевту, который для своего клиента является не просто продавцом, а «человеком в белом халате».

# ПАЦИЕНТ ИМЕЕТ СВОИ

## Права покупателей:

- право на безопасность;
- право на обладание информацией;
- право выбора;
- право быть услышанным;
- право удовлетворения основных потребностей;
- право на возмещение убытка (замену товара либо денежную компенсацию);
- право на обучение покупателя;
- право на благоприятную экологическую обстановку;

# В аптеке должен быть уголок потребителя с информацией:

- копия лицензии на осуществление фармацевтической деятельности
- книга отзывов и предложений
- выписка ПП РФ №55<<правила продажи отдельных видов товаров>>
- телефоны и адреса органов управления здравоохранения и фармацевтической деятельности
- информация о действующей в аптечной организации системы скидок и акций
- информация о зарегистрированных предельных отпускных цен





**Спасибо  
за внимание!**