

EL PACIENTE, “EL CORE” DE LA FARMACIA

CAPÍTULO 6

El paciente, “el core” de la Farmacia

En toda empresa, independientemente de su tamaño, ya sea grande, mediana o pequeña como es el caso de la Farmacia debe estar claro cuál es el “corazón” de la misma. Es decir, hacia quién van a ir dirigidos todos nuestros actos, esfuerzos, decisiones y acciones. No podemos olvidar que la Farmacia es una empresa y como tal, debe tener una estrategia clara de negocio, que nos lleve a cumplir con la labor como profesionales obteniendo un beneficio.

Invertir tiempo en hacer un estudio minucioso para enfocar las compras de la Farmacia pensando en el paciente potencial de la misma debería ser una premisa en nuestra estrategia de dispensación. Si conocemos bien a nuestro paciente y prestamos atención a sus gustos, preferencias, preocupaciones en materia de salud y autocuidado, nivel cultural, poder adquisitivo, etc...podremos llevar a cabo un aprovisionamiento de aquellos productos y con aquellos laboratorios que mejor se adapten a sus necesidades.



La línea más segura a seguir, para tratar de acumular la menor cantidad de artículos de baja rotación, es aquella que permita llevar a cabo un **APROVISIONAMIENTO CONSCIENTE**, donde pensemos más que en las posibles condiciones de compra, en las posibles condiciones de **DISPENSACIÓN**.

Por lo tanto, lo mejor para la rentabilidad de nuestra Farmacia es:

PENSAR EN EL PACIENTE– APROVISIONAR – DISPENSAR

En lugar de:

APROVISIONAR – PENSAR COMO DISPENSAR - PACIENTE

Es en esa parte, en la de **PENSAR COMO DISPENSAR** donde más tiempo y recursos terminamos empleando por querer darle salida a un producto determinado que en su día compramos.

¿Cómo enfocar mi Farmacia al PACIENTE?

1. Recopilar información de valor sobre nuestros pacientes, a través de la escucha activa que antes comentamos y haciendo uso de las herramientas de las que disponemos en el software de nuestra farmacia.
2. Pensar detenidamente qué laboratorios por su filosofía de empresa, por las cualidades y características de sus productos se adaptan mejor a nuestros pacientes.
3. **Tratar de visualizar la dispensación del producto cuando se esté llevando a cabo la compra del mismo.**
4. Tener en cuenta, las clásicas estadísticas que puedan ofrecernos los diferentes softwares de los que disponemos.
5. Mantenerse actualizados y estar al día de todas las novedades que van saliendo al mercado.
6. Tener en cuenta por las características de nuestros pacientes, las posibles necesidades futuras para ofrecerles una solución preventiva.
7. Implicar en el proceso de compra a todo el personal de la Farmacia. Recopilar información de todo el Equipo de trabajo nos ayudará a tener una visión más amplia del tipo de productos que necesitamos tener en la Farmacia para nuestros pacientes.

8. En cada dispensación, el eje central debe ser el paciente. Hacer hincapié en las soluciones y beneficios que obtendrá al hacer uso del producto más que en las cualidades del mismo.

Todas nuestras acciones deben ir dirigidas y orientadas al PACIENTE y a su satisfacción.