

Η Ανάπτυξη των Καλλυντικών στα Φαρμακεία
Μια Ανοδική Πορεία στη Συνολική Αγορά Ομορφιάς

ΣΤΑΣΙΝΟΣ ΧΡ. ΣΙΚΑΛΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ

<https://sikalias.net>

Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι η αγορά των δερμοκαλλυντικών στο φαρμακείο κερδίζει μερίδια στην αγορά από τα άλλα κανάλια διανομής;

Το κανάλι του φαρμακείου αποτελεί καταφύγιο στην όποια περίπτωση υπάρξει πρόβλημα πχ αλλεργίες δυσανεξίες κτλ.

γιατί ο φαρμακοποιός είναι πρώτα από όλα **επιστήμονας** και επίσης **διαθέσιμος να παρέχει την πολύτιμη συμβουλή του στον καταναλωτή.**

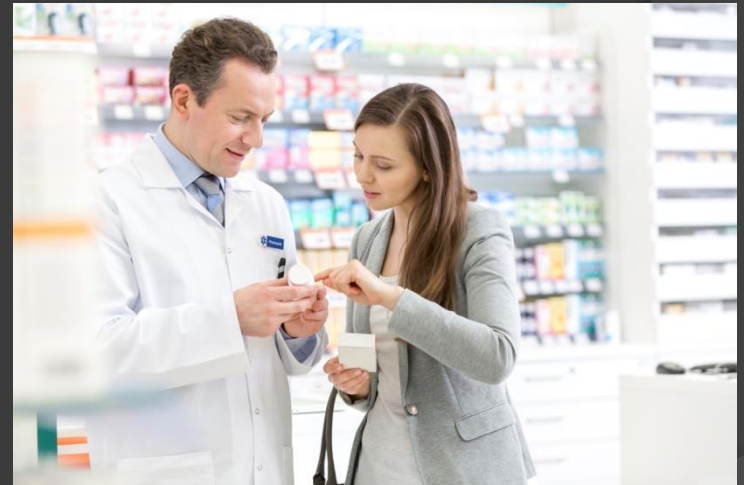


Πρόκειται για το κανάλι στο οποίο τόσο οι εταιρίες με τα προϊόντα τους όσο και τα φαρμακεία με τον τρόπο λειτουργίας τους **υπέστησαν ραγδαίες αλλαγές** σε σχέση με τα άλλα κανάλια ακόμη και βίαιες. Η αλλαγές αυτές είχαν ως αποτέλεσμα τη γρήγορη προσαρμογή ώστε το κανάλι αυτό να παρουσιάσει τη μικρότερη πτώση.



Τι δυσκολίες αντιμετωπίζετε από τους πελάτες;

Από την πλευρά των φαρμακοποιών σε σχέση με τους πελάτες τους θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι ο καταναλωτής έρχεται πλέον σε επαφή με την πληροφορία μέσω του **internet**. Έτσι πχ αν η καταναλώτρια πάει στο γιατρό της και της συνταγογραφήσει πχ ένα δερμοκαλλυντικό, στη συνέχεια θα αναζητήσει πληροφορίες στο internet τόσο σχετικά με τη διάγνωσή της όσο και με το προϊόν που της συνταγογραφήθηκε. **Τελικά φτάνει η καταναλώτρια στο φαρμακείο γνωρίζοντας πλήθος πληροφορίες μέχρι και reviews για την κατάστασή της μέχρι και την τιμή για το προϊόν.** Έτσι λοιπόν όταν έρχεται στο φαρμακείο δήθεν για να ενημερωθεί στην πραγματικότητα είναι είδη απόλυτα ενημερωμένος πράγμα που δεν επιτρέπει στον φαρμακοποιό να είναι απροετοίμαστος. Απροετοίμαστος είτε ως προς τη γνώση, είτε ως προς την ποικιλία των εταιριών που έχει στο φαρμακείο του, είτε ως προς την τιμή για την οποία πρέπει να έχει αιτιολογημένη απάντηση. **Γενικά ο τρόπος πώλησης πλέον βασίζεται στη γνώση και την άψογη προετοιμασία πριν την πώληση.**



Κατά τη γνώμη σας, ποιες στρατηγικές και ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν και από τις 2 πλευρές για να ενισχυθεί αυτή η κατηγορία στο φαρμακείο;

Μια εταιρία καλλυντικών μέχρι τώρα χτίζει το brand στο χώρο που έχει διαθέσει το φαρμακείο για τα καλλυντικά και με τα άτομα που έχει διαθέσει επίσης για τα καλλυντικά (στο εμπρός του φαρμακείου). Η ενίσχυση όμως του ρόλου του φαρμακοποιοού στην αλυσίδα της φροντίδας υγείας μέσω του ρόλου του στη συμμόρφωση του ασθενούς στη θεραπεία αλλά και η συμβολή στη βελτίωση της υγείας των καταναλωτών, αυξάνει την **παροχή συμβουλής αλλά και των υπηρεσιών** μέσα στο φαρμακείο.

Έτσι τα καλλυντικά έρχονται να παίξουν έναν επιπλέον ρόλο: *1. τα εργαλεία για τις υπηρεσίες. 2. τη συμπληρωματική πρόταση του φαρμακοποιοού.* Στη διαδικασία αυτή οι εταιρίες μπορούν να βοηθήσουν τόσο ως προς την **προσαρμογή του κωδικολογίου τους** κατά τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί και αυτές την ανάγκες αλλά να βοηθήσουν το έργο του φαρμακοποιοού **βοηθώντας τον στη συνεχιζόμενη εκπαίδευση**. Ακόμη μπορούν να του δώσουν **ιδέες** που να τον βοηθήσουν στην ανάπτυξη του φαρμακείου.

