

OTC FASE IV

Met meer dan 2000 Belgische apotheken – waarvan 1280 Vlaamse – hebben we de voorbije twee jaar hard gewerkt om het OTC-segment verder te ontwikkelen in onze apotheken. Het zou jammer zijn de ingeslagen weg te verlaten...

Strijdkrachtig!

Eenzijds verdienen onze patiënten een correct advies en een goede ondersteuning bij zelfzorgmedicatie, anderzijds is de dreiging van andere sectoren nooit helemaal weg te denken. In veel van onze buurlanden is de apotheek het monopolie op de OTC-markt immers al kwijt. Ketens als Kruidvat of Albert Hein verkopen in Nederland Aspirine® en Motilium® samen met snoep, shampoo en wasverzachter. Ook in België kunnen we dit in de toekomst niet uitsluiten. We moeten dus klaarstaan, de apotheker moet onmisbaar zijn. Incontournable.

Op zoek naar argumenten! Zowel de overheden (Vlaams, Belgisch, Europees) als de patiënten moeten we permanent overtuigen van de belangrijke rol die de apotheker speelt in de algemene volksgezondheid. Een apotheek, zo moeten we vertellen, is méér dan een supermarkt. Een apotheker is opgeleid, heeft ervaring, verstrekt advies, Vandaar dus de slogan: 'Vraag het aan je apotheker, dan weet je het zeker.' Beter zelfs! Beter dan bij Kruidvat, waar de verkoopster niet op de hoogte is van de mogelijke complicaties van Aspirine® bij een zwangerschap. Beter dan bij Albert Hein, waar Albert noch Hein je iets kunnen vertellen over de complicaties bij diabetes. Want daar is het uiteindelijk om te doen: laten we de patiënt overtuigen van onze rol als farmaceutisch zorgexpert. Hem (of haar) vertellen dat ze bij de apotheker kunnen rekenen op hoogstaand advies en deskundige begeleiding. Op advies zónder nevenwerkingen: wars van commerciële belangen, in het belang van de patiënt.

Alleen op die manier kunnen we er zeker van zijn dat de apotheken ook in de toekomst hun positie kunnen behouden. Want slagen we er in ons te positioneren als farmaceutisch zorgexpert, slagen we er in dat te doen in al onze contacten met iedere patiënt; dan kunnen we er van op aan dat de patiënt (en de overheid) inderdaad overtuigd zal zijn van het feit dat de apotheker het zeker, en ook beter weet. Veel beter. Ja toch?

Deelnemen aan het 'OTC, ik doe mee'-project Fase IV is dan ook warm aanbevolen.



OTC, ik doe mee programma 2010

Om strijdkrachtig te zijn, kan je ondersteuning krijgen op vier verschillende niveaus.

1. Lessenreeks Farmaceutische zorg

Een nieuwe reeks, een gloednieuwe lesvorm! Er zijn drie echte lesmomenten, met specifieke aandacht op de WHAM vraag 'Neemt u nog andere geneesmiddelen?'. Bedoeling is om de interacties met OTC voor verschillende types chronische patiënten echt onder de knie te krijgen.

Aansluitend aan die lessen kan je via e-discussies het gesprek verderzetten met collega's. In een virtueel groepje van max. 12 collega's kan u discussiëren over concrete cases, die nauw aansluiten bij de les. U bepaalt zelf waar, wanneer en hoe lang u hieraan participeert. Maar het verhoogt alleszins uw betrokkenheid, is tijdsbesparend en ook kostenbesparend (bij actieve participatie krijgt u de helft van het cursusgeld teruggestort).

Praktisch:

KAVA: op woensdag 22 september, 6 oktober en 27 oktober 2010.

Prijs: €100 per apotheek (2 personen). Bij actieve deelname krijgt u €50 terug.

Inschrijven via www.kava.be

2. Personal coach

The return of the personal coach... Deze personal coach komt onaangekondigd op bezoek en brengt u nadien op de hoogte van zijn of haar indrukken. Uiteraard wordt er via een vooraf uitgebreid scenario gewerkt en gaat het om objectief meetbare indrukken. Meer info hierover in vorige Aft's. Hiervoor wordt er samengewerkt met Multi Value,



een internationale specialist op het vlak van klantenbezoeken en marktonderzoek.

De kans om in te schrijven voor wie de actie vorige keer miste. Maar ook wie in het verleden een personal coach over de vloer kreeg, kan opnieuw feedback krijgen en nagaan welk vooruitgang werd geboekt en wat de (nieuwe) aandachtspunten zijn.

Praktisch:

KAVA: De bezoeken vinden plaats vanaf maart 2010. U weet niet wanneer de bezoeken plaatsvinden. Prijs: €75 voor één bezoek van de personal coach, inclusief een uitgebreid verslag. Inschrijven via www.kava.be

3. Professionele consultancy

Dit is vast de spectaculairste nieuwigheid van deze vierde fase. Een vaak gehoorde opmerking na de vorige fasen was de noodzaak van een interne, persoonlijke analyse van de apotheek. Helaas blijkt dat soort formules vaak onbetaalbaar en hoegenaamd niet op maat van/vertrouwd met de officina. In samenwerking met PMO — een dienst die voor UNIZO Personeels- en Management Opleidingen verzorgt — werd een goed alternatief gevonden.

Apr. Erik Lebacqz volgt voor KAVA de OTC campagne op en werkte intensief mee aan het luik van professionele consultancy. Erik is een believer pur sang, een stevige pleitbezorger en bovendien onbevooroordeeld, want niet rechtstreeks betrokken partij.

‘Deze consultants zijn complementair aan de ‘personal coaches’. In zekere zin vormen ze een noodzakelijke aanvulling op het werk van die personal coach. De coach ana-



lyseert, de consultant adviseert. Het voordeel is dat je bovendien zelf kan bepalen welk aspect je precies wil laten doorlichten. Wij kozen voor deze modules:

Personeel: personeelsmanagement in de apotheek

Communicatie: adequaat en patiëntvriendelijk

Uitstraling: inrichting (interieur en exterieur), kastindeling, merchandising

Je bepaalt dus zelf, eventueel in overleg met de consultant, welke module wordt uitgewerkt. Desnoods kan je na verloop nog een of beide overige modules laten analyseren.’

‘Het unieke aan dit concept is dat de consultants het bezoek ‘on the field’ (lees, in uw eigen apotheek) verrichten. Geen voorafgaande screening, maar een diepgaande observatie, om nadien een hele reeks verbeteraspecten voor te stellen. De lijst en de tips zijn schier oneindig, dat getuigden ook de apothekers die als ‘proefkonijn’ bij het project betrokken waren.’ Erik beklemtoont dat het geenszins de bedoeling is om een soort eenheidsworst te creëren. ‘Het advies is persoonlijk en op maat, in functie van jouw mogelijkheden en die van de apotheek.’

‘Wat je met die tips doet, bepaal je zelf. In die zin is het zeker verstandig zo’n consult te vragen wanneer je verbouwplannen hebt, het personeelsbeleid wil veranderen, specifieke patiëntgerichte acties wil ondernemen. Feedback krijg je onmiddellijk van een ervaren consultant. PMO geeft al meer dan tien jaar dit soort opleidingen, in verschillende sectoren.’

Praktisch:

KAVA: U maakt zelf een afspraak met de consultant: tijdens of na de openingsuren van de apotheek. Prijs: €660 voor een module van drie uur, maar de helft daarvan kan via KMO portefeuille worden gecupereerd. Dus feitelijk €330. Inschrijven via www.kava.be

4. Publieksgerichte campagne

Dit is nog niet concreet uitgewerkt, want afhankelijk van verschillende factoren. In eerste instantie willen we het apothekerskorps weeral helemaal voorbereiden op zo’n campagne, en daarvoor zijn de vorige drie pijlers noodzakelijk. Houd Z-nieuws en AFT in de gaten over de mogelijke planning van een nieuwe publieksgerichte campagne eind 2010.

Nico Carpriau