

Kongres Pharma Profit 14

PROGRAM 21. 4. 2022

Hotel Aquapalace Prague

STÁLE JE CO ZLEPŠOVAT!

8.00–8.30 Registrace

8.30–9.00 Zahájení a úvodní slovo organizátora

9.00–10.00 Nekončící řada změn v životě lékárníka očima psychologa

- Změny chování pacientů a motivace k návštěvě vaší lékárny
- Zásady profesionální komunikace a reálná praxe při expedici
- Krizové situace v lékárně a jak na ně reagovat
- Sebevědomý a empatický expedient je nutností doby
- Bezpečnostní plán pro lékárnou

Mgr. Alexandr Tomeček, Psychologie pro praxi s.r.o.

10.00–10.30 Spotřebitelské chování v kamenných i online lékárnách

Jak spotřebitelé v posledních šesti měsících nakupovali volně prodejné přípravky, doplňky stravy i jiný sortiment v kamenných i online lékárnách? Ve kterých nakupovali, kolik za nákupy utratili a kolik položek měli v jednom nákupním košíku? Podle čeho si zákazníci lékárny vybírají a jak je hodnotí? Jak využívají jejich věrnostní programy a jak nakupují privátní značky? Odpovědi na tyto otázky přinesla nejnovější studie NielsenIQ Pharmacy Shopper Trends 2022.

RNDr. Barbora Večerková, business advisor health CE, ACNielsen Czech Republic

10.30 – 10.45 Jak efektivně pracovat s kategorií veterina v lékárně?

- Praktická video ukázka z lékárny Cymex v Pohořelicích

10:45 – 11:15 – Přestávka na kávu, prezentace na stáncích partnerů

11:15 – 11:45 – Budování vztahů s pacienty a zákazníky BENU

- Pacientské služby v BENU – screeningové programy, Preventivní centra
- Zákaznický program BENU – vytváření a podpora loajality
- Multichannel koncept BENU

Ing. Michal Jurča, provozní ředitel, Benu ČR

11.45 - 12.30 SÚKL v lékárnách

- Dozorová činnost SÚKL a výsledky kontrol v lékárnách

Mgr. Irena Storová, MHA, ředitelka, SÚKL

12.30- 13.30 Oběd

13.30- 14.30 Za oponou sociálních sítí a influencerství

- Na jakém principu funguje fenomén influencerů a jak se vyvíjel
- Proč je dynamika tvoření obsahu na sítích nejlepší průpravou do nestálé současnosti
- Jak funguje marketing na sociálních sítích, jaká jsou rizika, výhody a potenciál
- Proč se marketingu s influencerem nebát a čeho se vyvarovat
- Dobrá i špatná praxe z činnosti lékáren na sociálních sítích
- Současné trendy v obsahu i platformách
- Klíčová role otevřenosti a adaptability v kariéře tvůrce obsahu

Karel „Kovy“ Kovář, influencer

14.30–15.00 Přestávka na kávu

15.00–16.30 Exkluzivní výsledky aktuálního mystery shoppingu – Bolest pohybového aparátu + odborná dispenzace (analýza slabých okamžiků a představení ideálního řešení)

Hlavním cílem aktuálního mystery shoppingu bylo vyhodnocení a srovnání kvality obsluhy v lékárnách při řešení zdravotního problému v podobě bolesti pohybového aparátu. Na základě uskutečněných mystery shoppingů byl stanoven **aktuální tržní benchmark**.

PharmDr. Jana Matušková, lektorka dispenzační práce a řízení klíčových procesů v lékárnách

Ing. Jana Klusáčková, account director, Market Vision

16.45-17.00 Tombola a rozloučení