TEXTO: CELSO ARNALDO ARAUJO
FOTOS: DIVULGAÇÃO

Por um atendimento *mais humano* nas nossas farmácias

Gilson Coelho, consultor especializado no canal farma, dá sugestões preciosas para o profissional de farmácia fazer uma abordagem do cliente realmente especial

Que o atendimento de varejo, em geral, ainda deixa a desejar, não é novidade. Que a grande maioria das empresas negligencia o processo de capacitação dos seus funcionários, também não constitui nada de novo. A simles "motivação do funcionário não pode ser o único instrumento capaz de resolver todas as carências que se verificam hoje no processo de atendimento. Na falta de um processo de capacitação consistente, a motivação tornou-se uma espécie de *gelatina instantânea* onde palestrantes diversos, com pequenas adequações na mensagem, se valem do mesmo conteúdo para inspirar funcionários que vendem sapatos, refrigerantes, parafusos e até remédios. Na verdade, precisamos identificar e valorizar alguns fundamentos que caracterizam farmácias e drogarias. São estabelecimentos de varejo, mas na farmácia é tudo muito diferente. O atendimento no estabelecimento de farmácia não pode ser confundido com o atendimento do comércio em geral por uma série de razões:

* A comercialização é regulada por normas específicas.

*O estado emocional do cliente no momento da compra é diferente.

* A compra do produto nem sempre é programada, nem sempre é orçada.

* Se não for acompanhada de orientação específica, com detalhes sobre a administração do tratamento, o produto pode ter sua eficácia comprometida e prejudicar a saúde do cliente - daí a importância de gente qualificada e com disposição para fazer o melhor.

Gilson Coelho, consultor corporativo especializado no canal farma, dá dicas de como melhorar o atendimento em sua farmácia

Por não levar em consideração todos estes fatores, muitas farmácias estão simplesmente trocando os produtos por dinheiro. Entregam as caixinhas para os clientes em troca do dinheiro correspondente. Quando usados a expressão experiência de compra queremos dizer muito mais do que isso. Só quando esta experiência for muito bem-sucedida ela poderá ser considerada como a materialização da emoção no varejo. Daí a constatação obvia de que é gente que diferencia o varejo. Gente capacitada, muito bem orientada e supervisionada, com uma boa dose de sensibilização, conhecimento e pré-disposição para fazer o melhor. Numa farmácia, essas questões ganham contornos especiais, em função da fragilidade emocional e das circunstâncias especiais a que estão submetidos os clientes.

A verdadeira Atenção Farmacêutica

Tenho feito palestras para redes de farmácias no Brasil inteiro e em todos os encontros reforço a minha esperança de que todos tratem os clientes pelo nome, que respeitem e atendam as suas necessidades, oferecendo algo que vai além dos produtos o que classifico como produto ampliado. Estamos nos referindo à orientação, informação sobre o tratamento, o que os farmacêuticos classificam como **atenção farmacêutica.** Produto comum todo mundo vende. Produto ampliado requer uma visão diferenciada para a farmácia: requer capacitação, conhecimento, respeito pela condição dos clientes. Este tem sido o ponto fraco da maioria das grandes redes de farmácias que se espalham por todo o Brasil. Com raríssimas exceções, o atendimento nas grandes redes ainda é frio, mecânico, impessoal. Em um país onde o acesso a medicina ainda é precário e as consultas médicas, quando possíveis, são rápidas e impessoais, a farmácia é a primeira porta, e às vezes a última fronteira, para o consumidor ter acesso a informações tão imprescindíveis. Mas nestes estabelecimentos precisa haver a compreensão de que os clientes não estão simplesmente à procura daquelas caixinhas com tarjas coloridas. É fundamental a compreensão de que é a manutenção da vida que está em jogo, o que só faz aumentar a importância das orientações sobre a correta administração do tratamento. O produto ampliado é uma etapa indispensável no processo de vendas de medicamentos. Necessita ser inserido no DNA das farmácias, nas atribuições voluntárias dos farmacêuticos, muito além dos aspectos legais estabelecidos pelas autoridades sanitárias. Quanto a sua aplicação efetiva, confio muito nas farmácias independentes, muitas delas pequenas, talvez pela presença constante dos seus proprietários, maior proximidade com o cliente e a comunidade, o que facilita os vínculos com os clientes. Alguns estabelecimentos especiais já chegam a fazê-lo com amor. São alguns poucos iluminados.

> O "produto ampliado", que inclui a proximidade com o cliente, precisa ser inserido no DNA das farmácias, sobretudo as independentes

O bom atendimento, sozinho, não é suficiente para garantir a competitividade da sua farmácia. Concentre-se no atendimento, mas não perca de vista o placar do jogo, que é o tema da **RENTABILIDADE!**

Atenção com rentabilidade

A nossa esperança é que esta postura de ***produto ampliado*** se alastre, contribuindo para a efetiva melhoria da qualidade de vida dos nossos clientes em todo o Brasil. São farmácias que estão operando muito além da atividade econômica. Nestes estabelecimentos, os funcionários gostam de gente, enxergam a farmácia com um **propósito mais nobre**, importando-se realmente com o bem estar dos clientes. No curso que administramos para farmácias, cujo título trata da competitividade como administrar uma loja competitiva para prosperar no mercado -- o tema do produto ampliado é um dos sete passos da venda, um método prático de atendimento diferenciado e consagrado, que propicia fazer o melhor para os clientes, gerando para eles economia, atenção, orientação sobre o tratamento. Trata-se de conteúdo especialmente desenvolvido para farmácias independentes, quer elas participem ou não de processo de cooperativas. Associamos o tema do atendimento a outros aspectos fundamentais para o sucesso na operação de farmácias. Este conhecimento, uma vez aplicado, tem revelado o quanto o processo de capacitação pode ser decisivo para que farmácias independentes, não importa o tamanho, consigam ser competitivas, prosperando no mercado e fazendo muito mais pela qualidade de vida da população em geral. Mas atenção! O ótimo atendimento precisa estar associado à preocupação da farmácia com a rentabilidade e à percepção de economia por parte dos clientes. O bom atendimento, sozinho, não é suficiente para garantir a competitividade da sua farmácia. Concentre-se no atendimento, mas não perca de vista o placar do jogo, que é o tema da **RENTABILIDADE!** Sempre que abordamos o tema do atendimento diferenciado para as nossas farmácias me vem à mente a necessidade de a farmácia identificar o ***seu propósito, a sua razão de existir.*** Mas esta já é outra matéria muito importante que abordaremos mais adiante. Continuemos a buscar conhecimento e disposição para que tenhamos um atendimento mais humano, uma farmácia mais competitiva. As recompensas virão pela continuidade e prosperidade do nosso empreendimento, pelo reconhecimento da população no alto valor agregado percebido.

Gilson Coelho é consultor corporativo com especialização no canal farma. Mais informações no site www.gilsoncoelho.com.br