



Descubra 7 formas de monitorar pacientes que fazem uso de medicamentos contínuos

Clientes especiais merecem atendimento vip
na sua farmácia magistral



Mais do que atendimento diferenciado, os clientes fiéis, aqueles que sempre estão na sua farmácia, preparando suas formulações e se informando sobre as novidades, merecem ser **premiados e ter exclusividade**. Eu, você e todo mundo gosta de se sentir especial.

Claro que todos os clientes merecem **tratamento vip e atendimento de excelência**, independente dessa recorrência. Mas, se sua farmácia é, para alguns clientes, a primeira de suas listas, vale a pena fazer com que se sintam os primeiros da sua lista também.

Com a rotatividade de clientes, especialmente em setores como o das farmácias magistrais, em que a alta demanda por produtos manipulados não é tão recorrente quanto no caso dos medicamentos das farmácias convencionais, **tê-los por perto é um indicativo de que você está num bom caminho.**

Realizando um bom trabalho.

Isso envolve **gestão eficiente e treinamento**. Para que haja cuidado, empatia e padronização no atendimento junto ao seu público.



Produtos e serviços com os valores do seu público

Provavelmente, cada um desses clientes fiéis entende que você oferece produtos e serviços com valores que ele preza. Com qualidade e benefícios que o conquistou, como ser próximo à sua casa, por você produzir rápido ou pelo sorriso empático da sua atendente.

Essas pessoas, que podem se tornar “promotoras” da sua marca, podem ser usadas, inclusive, para lhe dar um feedback dos acertos e possíveis melhorias em cima dos aspectos também negativos. Então, vale a pena premiá-las.

Um gestor magistral pode superar esse desafio, bem próprio do negócio, especialmente de duas maneiras: **fidelize seus consumidores com a ajuda de programas atrativos de vantagens**, por meio de pontuações. E atraindo pessoas que necessitam do **uso contínuo de um ou mais medicamentos**. As duas coisas podem vir juntas.

A facilidade para o paciente que precisa comprar um produto todo mês, de poder contar com uma farmácia que lhe oferece o melhor, por um preço justo ou até mesmo ganhos, o faz manter-se no local. O motiva a indicar para amigos, membros da família e possíveis novos clientes. Isso tanto de forma online quanto presencial.

Há **diversas ações para se fidelizar a clientela** e isso sempre inclui um atendimento de excelência e diferenciado, fundamentalmente em uma era em que se dá valor real para a personalização. O zelo pelos aspectos estéticos da loja, facilidades de venda online e um **programa de vantagens para quem compra com frequência devem estar no radar**.

Por isso, destacamos aqui como um grande foco o cliente que faz uso de medicação contínua, ou seja, os clientes recorrentes.



1



Trabalho integrado com médico prescritor

Como fazer o controle de público e oferecer serviço personalizado para as pessoas que dependem da sua farmácia para manterem a saúde em dia?

A responsabilidade é grande, cada consumidor tem suas particularidades e demanda por um tipo diferente de atendimento. Os recorrentes, no entanto, além de precisarem de um atendimento diferenciado, **podem ser monitorados pelo farmacêutico.**

Para isso, a farmácia deve se colocar como parte de um **trabalho integrado com o médico prescritor**, um complemento, desde que conheça o medicamento e seu cliente. Isso pode gerar enorme melhoria na aderência ao tratamento e costuma resultar no aumento da confiança e fidelização, tanto por parte do cliente quanto do médico. Essa postura ainda pode reforçar o papel do farmacêutico e a seriedade do trabalho da equipe de sua farmácia, que passa a ser referência e fazer parte da sua vida.

2



Monitorar e ajudar no tratamento do seu cliente

Veja outras dicas para realizar um programa de acompanhamento e monitoramento dos clientes recorrentes da sua farmácia magistral:

Um dos piores cenários para uma farmácia de manipulação é não ter conhecimento ou interesse sobre a saúde do seu cliente, algo que acontece com certa frequência, mas que não precisa acontecer. Estamos falando de qualidade do atendimento, monitoramento e auxílio, não invasão de privacidade. Pense, quem não gostaria de ser lembrado sobre o término de um medicamento? Sua equipe pode avisá-lo com antecedência e esse serviço, além de encantar seu cliente e o fidelizar, cumprirá com um dos compromissos do seu negócio, que é **melhorar a saúde do seu público e ajudar no tratamento individual**. Se antecipar ao término do medicamento é a grande oportunidade de melhorar suas vendas de forma ética e prestar um serviço essencial para o seu cliente e a coletividade.



3



Implantar a atenção farmacêutica

Personalizar um atendimento é a chance que uma farmácia tem de se diferenciar da concorrência e se destacarem. Um sistema de prescrição farmacêutica pode ajudar nisso, especialmente se incluir o histórico do paciente e possibilitar descontos por meio do acúmulo de pontos. Só por meio de um monitoramento é possível entender o estado clínico do seu cliente. **A atenção farmacêutica prevê que a farmácia mantenha um local para atendimento farmacêutico.** Esse espaço se destina a exames rápidos, aferimento da pressão arterial e prestação de serviços que envolvem o auxílio aos pacientes com sintomas específicos e orientação sobre o uso correto dos medicamentos. Em casos que não são necessárias intervenções médicas, o farmacêutico pode prescrever produtos.

4



Interessar-se e entender seu cliente

Quando falamos em ter interesse genuíno pelo seu cliente, estamos falando em entendê-lo. Pensar em quais são seus valores, desejos e necessidades. Portanto, ter um histórico no banco de dados com informações de cada um - mesmo aqueles que compraram uma única vez na sua loja - fará toda a diferença nas suas vendas. Isso é possível com a ajuda de um software feito para atender essa necessidade da farmácia magistral. Não um software qualquer, mas um que atenda todos os processos . Um sistema bem desenhado e específico para o seu setor é capaz de fazer todo o armazenamento e indicar, nos prazos, suas ações. Basta que a equipe o abasteça com informações periódicas. No caso dos que fazem uso contínuo, a prescrição já vai dizer muito sobre cada um deles, mas vale a pena coletar informações mais específicas, como alergias, hábitos, preferências e detalhes sobre o estado de saúde. Dessa forma, sua equipe pode até sugerir novas fórmulas complementares ao seu tratamento.



5

Implementar gestão completa entre as áreas



Saber o que seus clientes fixos e o seu público consomem periodicamente ajuda o farmacêutico a fazer estoque e direcionar melhor a compra dos insumos. A eficácia de uma área dentro da farmácia magistral depende de outra. Por isso, os softwares de gestão desenvolvidos para esse setor, como o FórmulaCerta, podem contribuir para a otimização desses processos de produção e compra dos insumos. Permite ainda o controle de toda a reposição de medicamentos de uso contínuo e armazenamento dos dados do cliente, com previsão das promoções e ações de marketing.

**6**

Realizar atendimento altamente personalizado e exclusivo

Somente na posse de informações importantes sobre seus clientes é possível pensar e preparar produtos capazes de atender aos anseios dos pacientes e até surpreendê-los. Todo o processo se torna mais eficiente com a colheita e análise de informações. Isso começa no atendimento do balcão, no chat do site ou aplicativo próprio da farmácia. É possível, a partir dali, conseguir a maioria das informações para prestar um serviço especial ao cliente. Se ele entender os motivos pelos quais você o questiona, ainda poderá o agradecer. Tudo isso pensando que, com a prescrição farmacêutica, um novo leque de oportunidades e serviços se abre. Porque as informações poderão ser compartilhadas, acessadas e padronizadas para análise.



Padronizar processos e setores internos

Falamos em padronização porque esse fator é muito importante na área da Saúde. Isso pode definir a escolha de um cliente. Para as farmácias magistrais, a padronização deve estar em todos os processos. Desde o atendimento atencioso do balcão e online, focado numa consultoria e entendimento das necessidades do cliente, até mesmo na escolha da cor das cápsulas dos medicamentos. Para isso, é preciso haver treinamento da equipe, em todas as áreas. Isso criará hábitos que vão estabelecer uma cultura dentro da farmácia e refletir nas vendas.

Demonstramos aqui **7 formas de monitorar pacientes que fazem uso contínuo de medicamentos** e como essa pode ser a oportunidade ideal de reforçar sua carteira de bons clientes.

Fazemos isso porque queremos **auxiliar os gestores das farmácias magistrais** que, em sua rotina diária, não têm tempo ou suporte para administrar sozinhos suas farmácias de manipulação. Sem automação, ninguém teria. Desenvolvemos e implementamos melhorias tecnológicas contínuas para contribuir com uma melhor gestão e um serviço de qualidade, com segurança, aos seus pacientes. Assim, todos saem ganhando.

