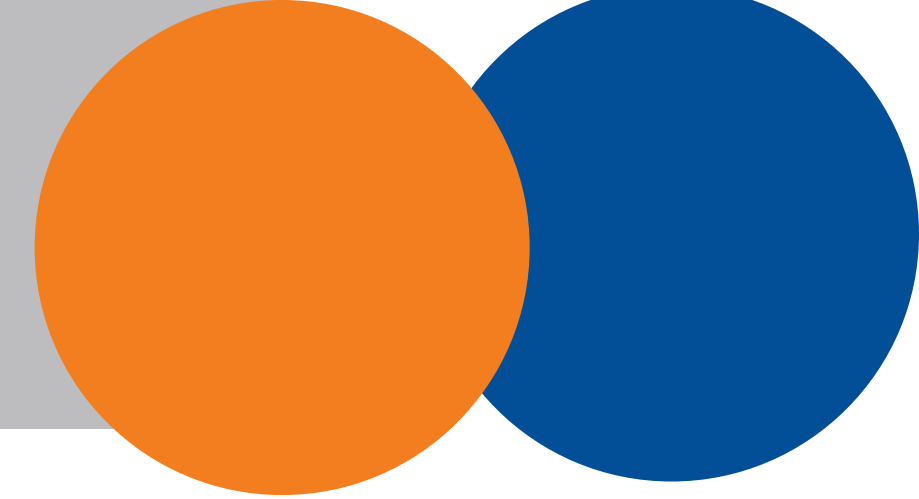


Next Gen Pharmacy:

“Νέες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας
και ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης”



1. Στρατηγικός Σχεδιασμός

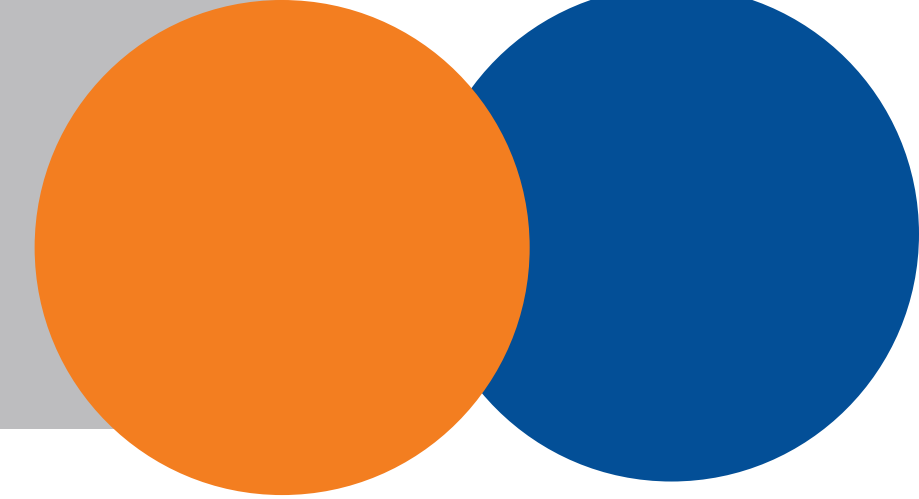
Η ανάπτυξη δεν είναι αποτέλεσμα τύχης.

Χρειάζεται στρατηγικός σχεδιασμός με συγκεκριμένους **στόχους** και **χρονοδιαγράμματα**.

Αρχικά, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πού θέλουμε να φτάσουμε.

Καθορίστε:

- **Το όραμά σας:** Ποιο είναι το ιδανικό φαρμακείο που οραματίζεστε σε πέντε χρόνια;
Μοντέλα φαρμακείων: παραδοσιακό, καλλυντικά, «πράσινο», εργαστήριο κλπ)
- **Τους στόχους σας:** Είναι η ανάπτυξη πωλήσεων, η αύξηση της πελατειακής βάσης ή η διεύρυνση της προϊοντικής γκάμας;



1. Στρατηγικός Σχεδιασμός

Μόλις απαντήσετε στα παραπάνω, η ανάπτυξη πρέπει να βασίζεται σε σαφή σχέδια.

Ποια βήματα θα σας οδηγήσουν εκεί;

Τι χρειάζεστε σε πόρους όπως εργαλεία, κεφάλαια, χρόνο και προσωπικό για να πετύχετε αυτούς τους στόχους;

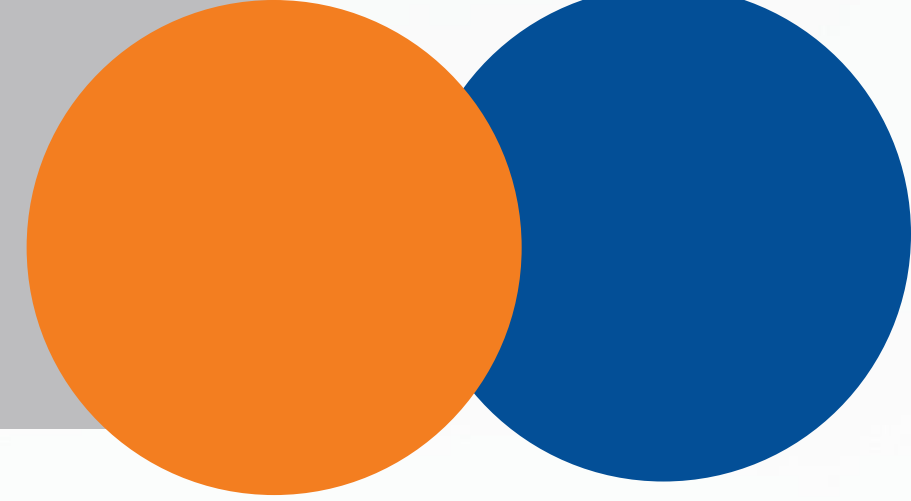


1. Στρατηγικός Σχεδιασμός

Βασικά Μεγέθη του Κλάδου

- ❖ Πλήθος Φαρμακείων: **10.900**
- ❖ Πλήθος Φαρμακοαποθηκών: **142**
- ❖ Πλήθος E-shop φαρμακείων: **932**
- ❖ Μέσες πωλήσεις ανά φαρμακείο: **€ 430.000**
- ❖ Κάτοικοι / ανά φαρμακείο: **1.036**
(1^η θέση στην Ευρώπη)
- ❖ Κατανομή ανά Εταιρική Μορφή:
Ατομικές (33%), Ο.Ε. (55%), Ε.Ε. (12%)





2. Δείκτες Παρακολούθησης

Ποιους **δείκτες** πρέπει να παρακολουθώ;

01

Δείκτες
Πωλήσεων

02

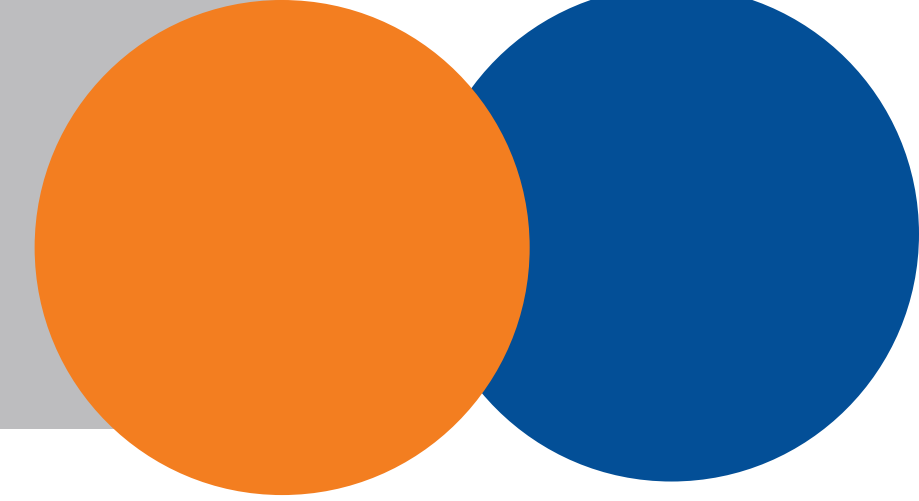
Δείκτες
Ανάπτυξης

03

Δείκτες
Βιωσιμότητας

04

Χρηματοοικονομικοί
Δείκτες



2. Δείκτες Παρακολούθησης

1

ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

- ΟΙΚΟΣ
- ΜΕΙΓΜΑ (PRODUCT MIX)
- ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ

2

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- ΣΥΝΤΑΓΕΣ
- ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ (GROSS MARGIN)
- ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΕΡΔΟΣ (EBITDA)
- ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ (NET MARGIN)

3

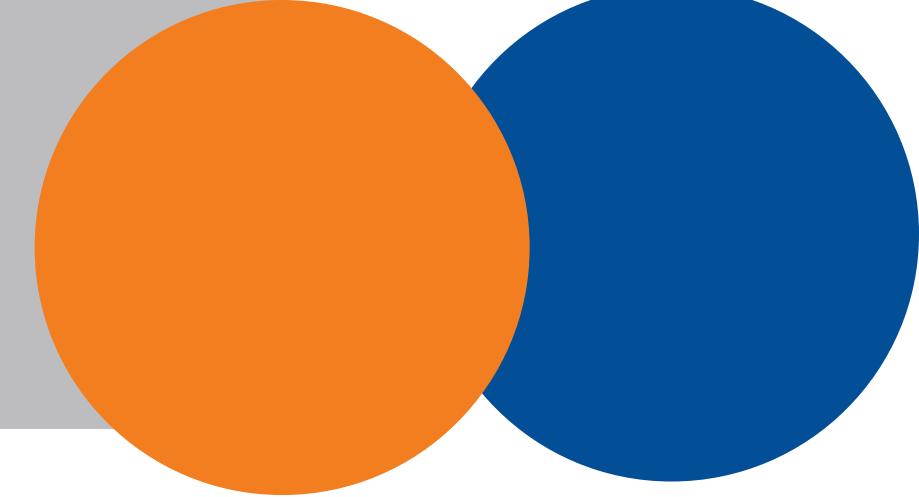
ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

- ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (B.E.P.)
- ΑΓΟΡΕΣ / ΗΜΕΡΑ
- ΕΞΟΔΑ / ΗΜΕΡΑ
- ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

4

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

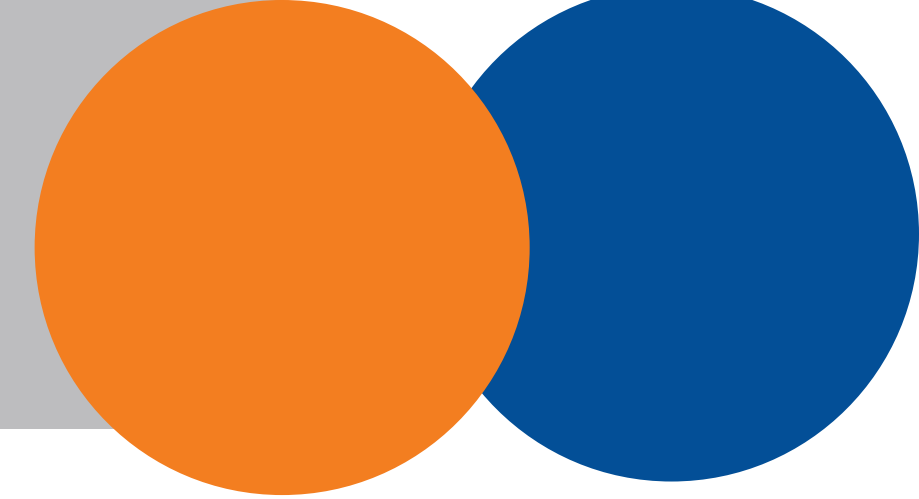
- ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ
- ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (CASHFLOW)
- REBATE
- ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ VS ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ



2. Δείκτες Παρακολούθησης

Δείκτες Πωλήσεων | ανά οίκο

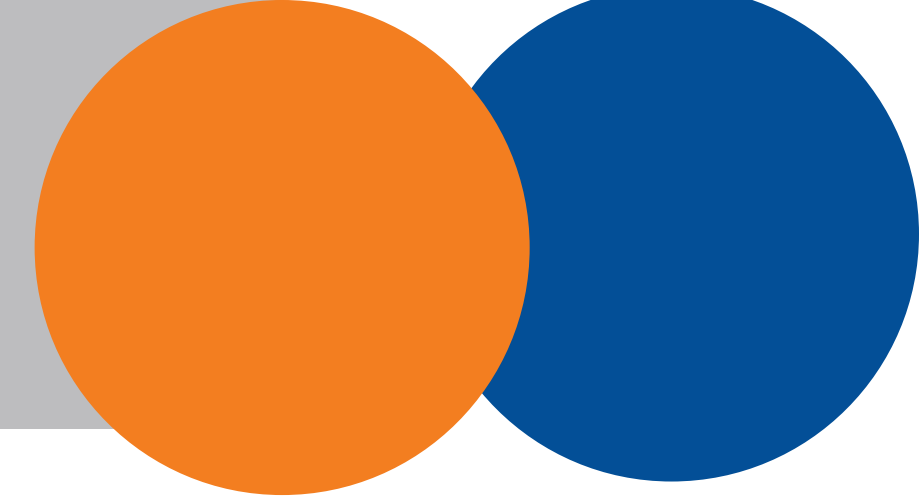
ΟΙΚΟΣ	ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ	ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗ	ΑΝΤΗΛΙΑΚΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΟΙΚΟΥ
A	11.0%	16.5%	1.7%	29.3%
B	14.12%	5.9%	12.9%	33%
Γ	2.8%	14.4%	0.6%	17.9%
Δ	3.6%	8%	8.3%	19.9%
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ	31.7%	44.8%	23.5%	100%



2. Δείκτες Παρακολούθησης

Μείγμα Πωλήσεων (Product Mix)

	55%	6%	35%	3%	100%
	ΦΑΡΜΑΚΟ	ΟΤC	ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΟ	ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	536.818	60.911	337.834	33.129	968.692
ΑΓΟΡΕΣ	418.990	43.847	226.952	7.527	697.316
Δ	117.828	17.064	110.882	25.602	271.376
MARGIN (%)	21,9%	28,0%	32,8%	77,3%	28,0%
ΕΞΟΔΑ	84.875	9.631	53.414	5.238	153.157
ΑΜΕΣΟ ΚΕΡΔΟΣ	163.761	18.582	103.060	10.106	295.509
ΕΞΟΔΑ	84.875	9.631	53.414	5.238	153.157
ΚΕΡΔΟΣ	78.886	8.951	49.646	4.868	142.352
ΑΝΑ ΜΗΝΑ	6.574	746	4.137	406	11.863
	55%	6%	35%	3%	100%



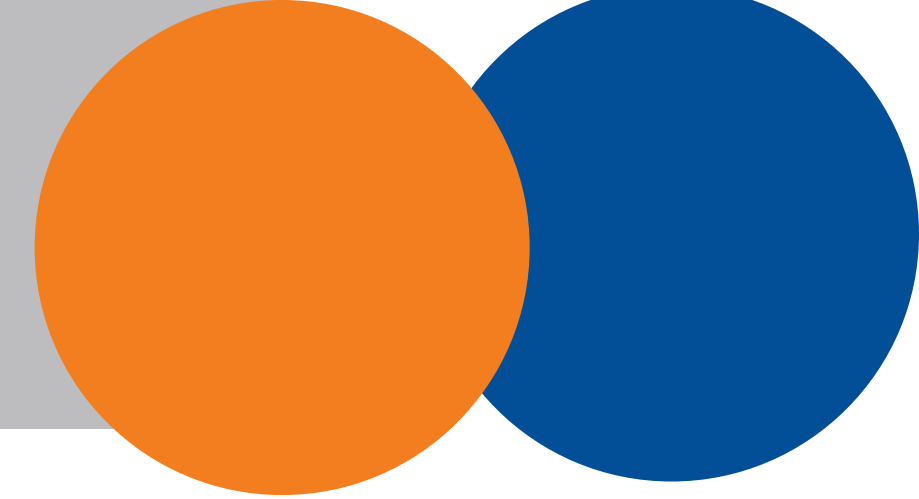
2. Δείκτες Παρακολούθησης

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Πωλήσεων

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ/STOCK	ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ
ΦΑΡΜΑΚΟ	11.6	31
ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΟ	2.7	136

Δείκτης: Πωλήσεις/Stock = 12.000 / 2.000 = 6

Ημέρες: (Μήνες : Δείκτης)*30 = (12 : 6)*30 = 60 ημέρες



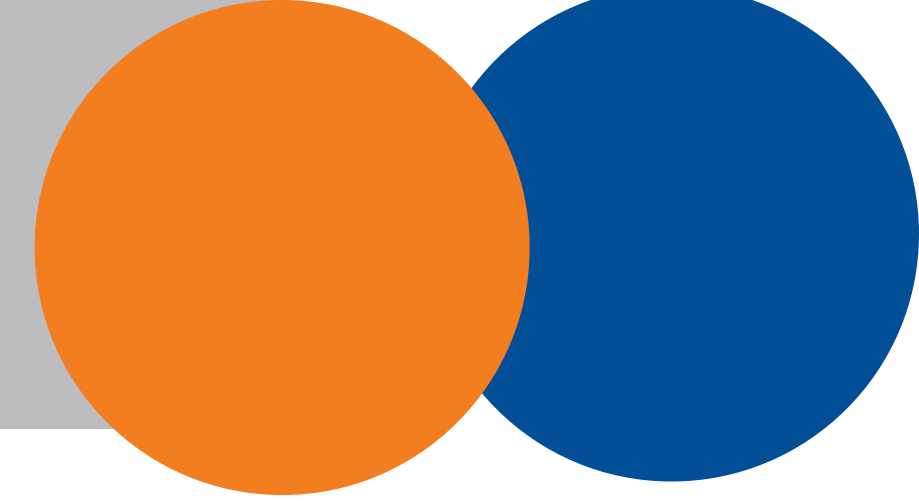
2. Δείκτες Παρακολούθησης

Διαχείριση Αποθεμάτων – Οικονομικών Πόρων

Μια **βασική αρχή** για την ανάπτυξη είναι η σωστή διαχείριση των οικονομικών πόρων και των αποθεμάτων.

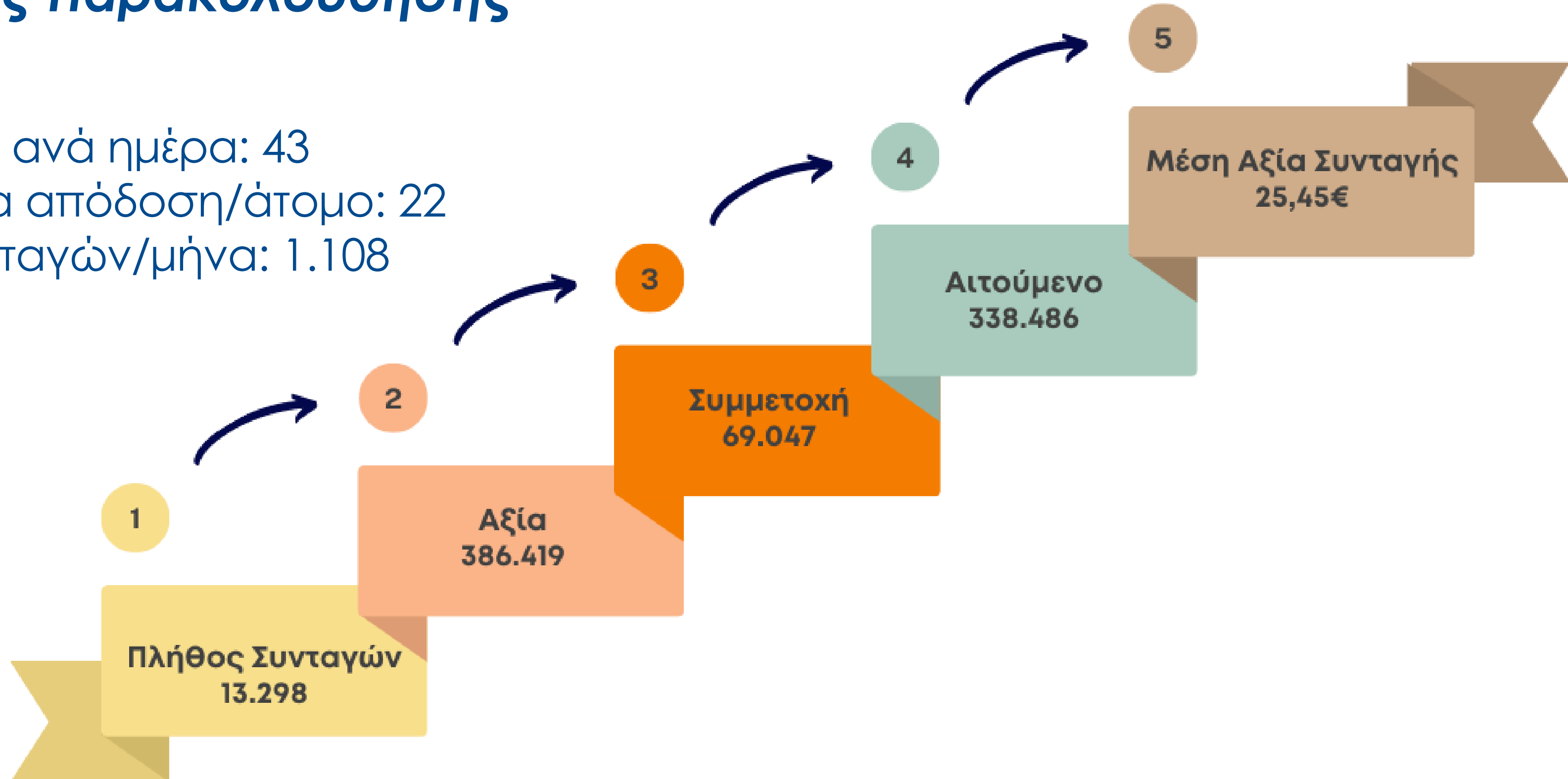
Ένα **υπερβολικά μεγάλο απόθεμα** μπορεί να δεσμεύσει χρήματα που θα μπορούσαν να επενδυθούν αλλού.

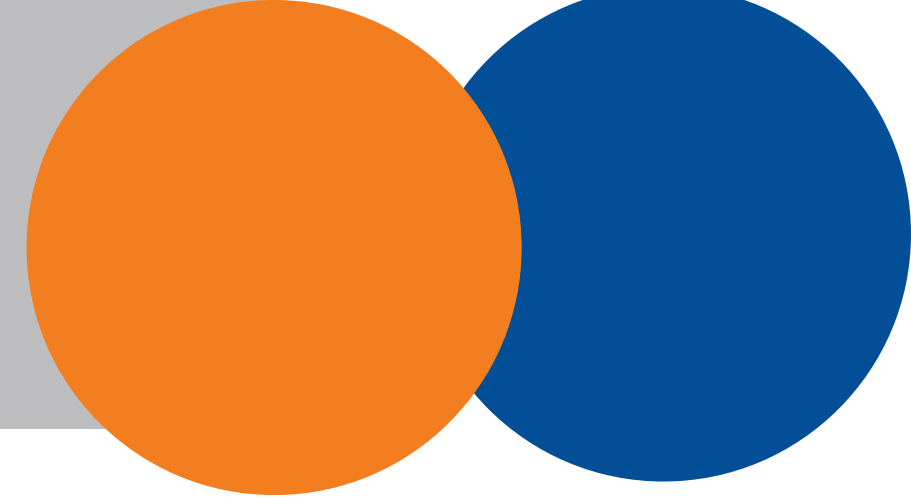
- **Βελτιστοποίηση αποθεμάτων:** Βεβαιωθείτε ότι τα αποθέματά σας είναι προσαρμοσμένα στη ζήτηση, αποφεύγοντας υπερβολικές ποσότητες ή προϊόντα που δεν κινούνται.



2. Δείκτες Παρακολούθησης

- Συνταγές ανά ημέρα: 43
- Ημερήσια απόδοση/άτομο: 22
- Μ.Ο. Συνταγών/μήνα: 1.108





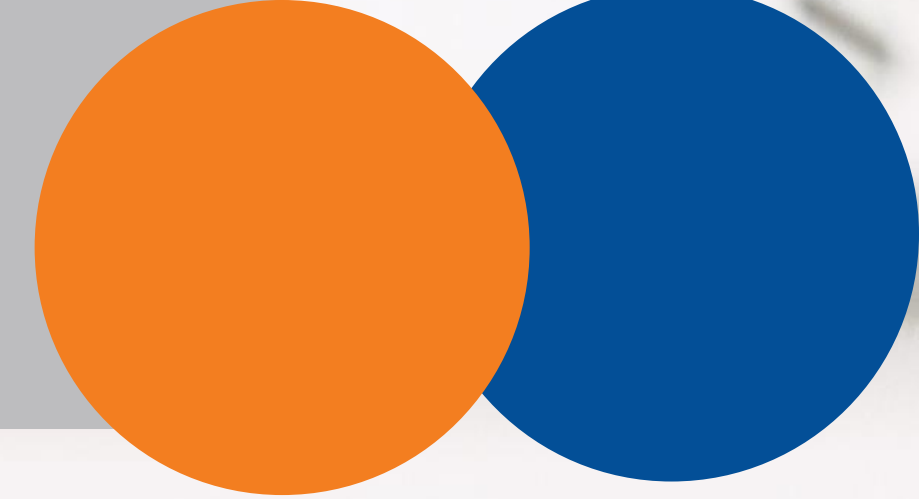
2. Δείκτες Παρακολούθησης

Πως «διαβάζουμε» τα νούμερα;

- **Μεικτό Κέρδος**

- **EBITDA**

- **Net Margin**



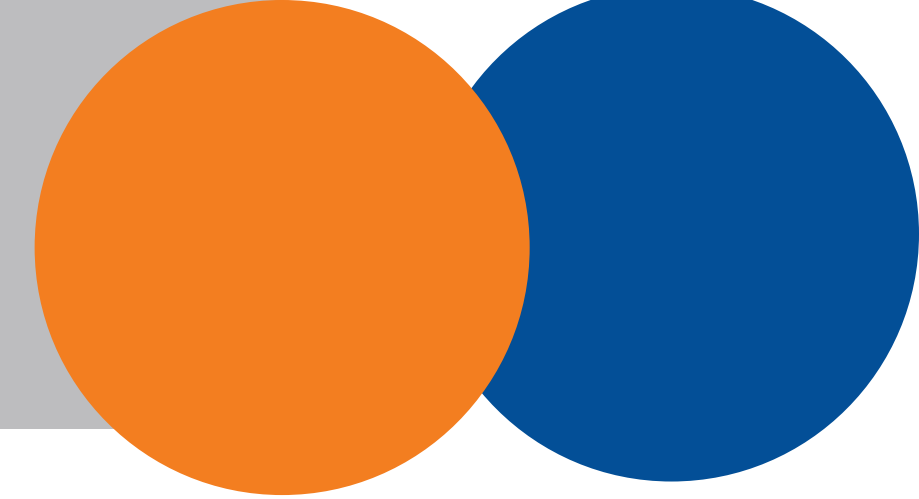
2. Δείκτες Παρακολούθησης

Νεκρό Σημείο (Break Event Point)

Υπολογισμός:

Σύνολο λειτουργικών εξόδων

μεικτό κέρδος (%)



2. Δείκτες Παρακολούθησης

Διαχείριση Αποθεμάτων – Οικονομικών Πόρων

- **Διαχείριση μετρητών:** Επενδύστε στρατηγικά τα κεφάλαιά σας και προσπαθήστε να κρατάτε μια σταθερή ροή μετρητών που θα σας επιτρέψει να ανταποκρίνεστε άμεσα στις ανάγκες της αγοράς.

«Ανάποδο» P&L και cash flow (!)



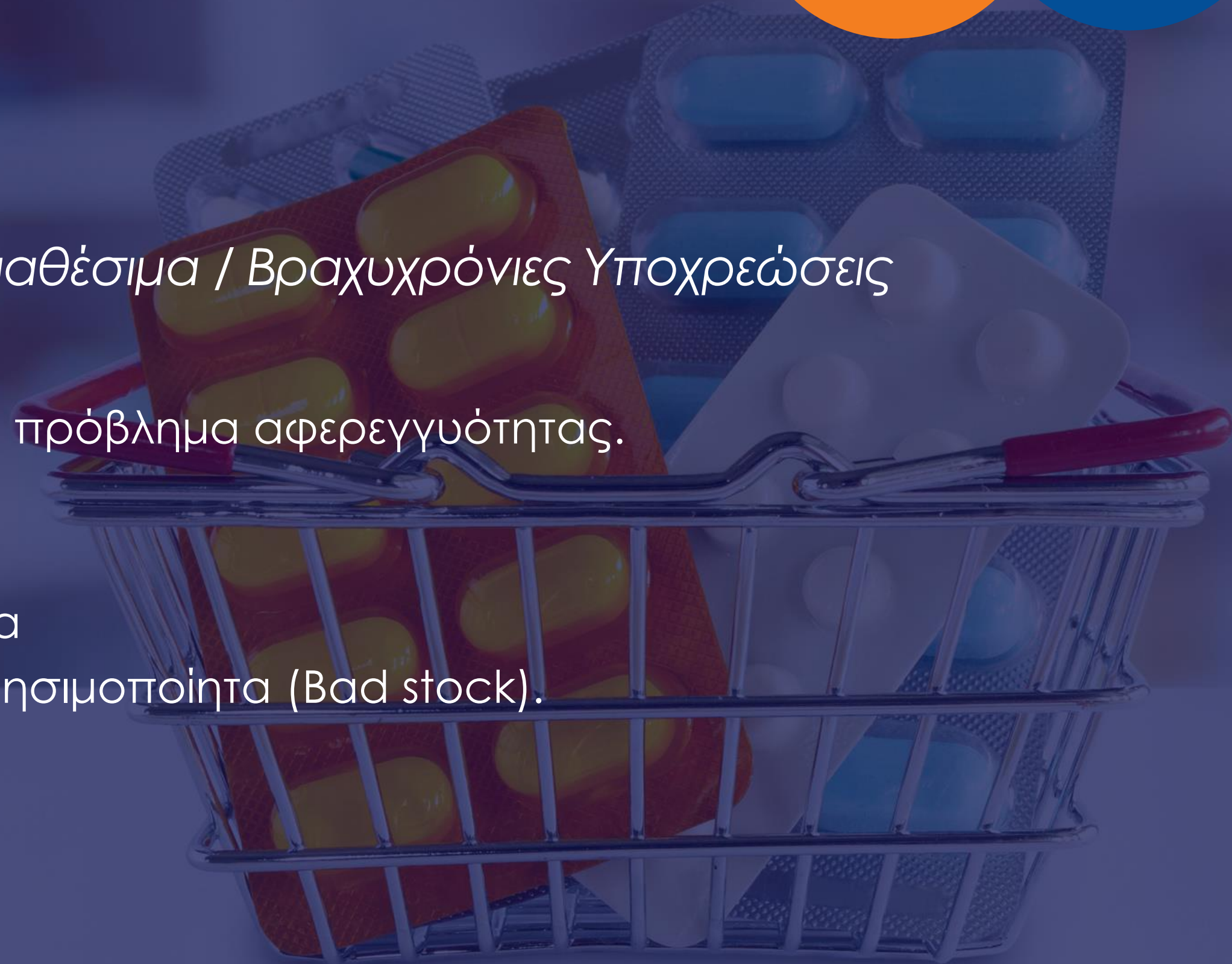
2. Δείκτες Παρακολούθησης

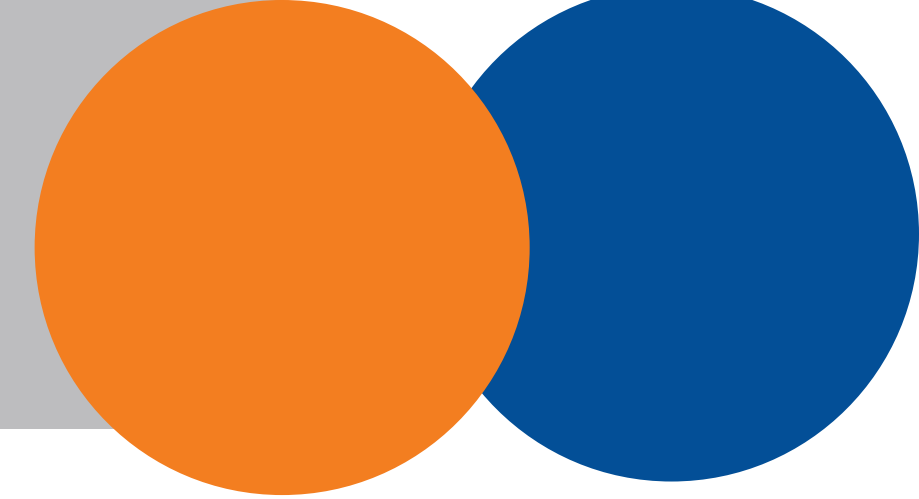
Γενική Ρευστότητα

Αποθέματα + Απαιτήσεις + Χρηματικά Διαθέσιμα / Βραχυχρόνιες Υποχρεώσεις

Αν <1: Η επιχείρηση παρουσιάζει σημαντικό πρόβλημα αφερεγγυότητας.
Επιθυμητή τιμή : 1,5-3

Αν >3: Η επιχείρηση διαθέτει κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία που παραμένουν αχρησιμοποίητα (Bad stock).





2. Δείκτες Παρακολούθησης

Γενική Ρευστότητα

- Δανεισμός (Κεφάλαιο, Επιτόκιο, Διάρκεια κ.ά.)
- Ταμειακές Ροές Φαρμακείου (Πολυώνυμο και όχι γραμμική συνάρτηση)
- Rebate (ακριβής προσδιορισμός από ERP)
- Σχέση μετρητών 40% VS πιστώσεων (ΕΟΠΠΥ, Λοιπά ασφαλιστικά ταμεία) 60%



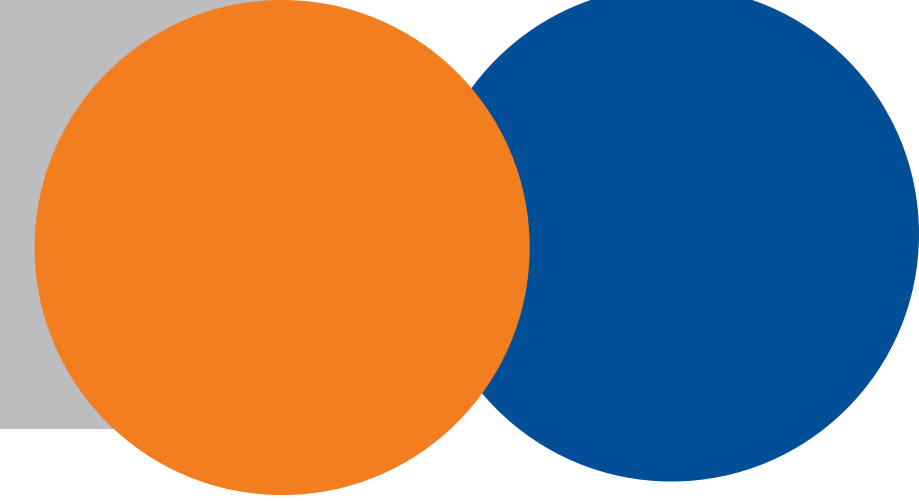
2. Δείκτες Παρακολούθησης

Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

Η κακή διαχείριση της ρευστότητας και των οικονομικών, ιδιαίτερα σε περιόδους ύφεσης, μπορεί να οδηγήσει τις επιχειρήσεις σε δυσκολίες, αδιέξοδα, ακόμα και στο κλείσιμο.

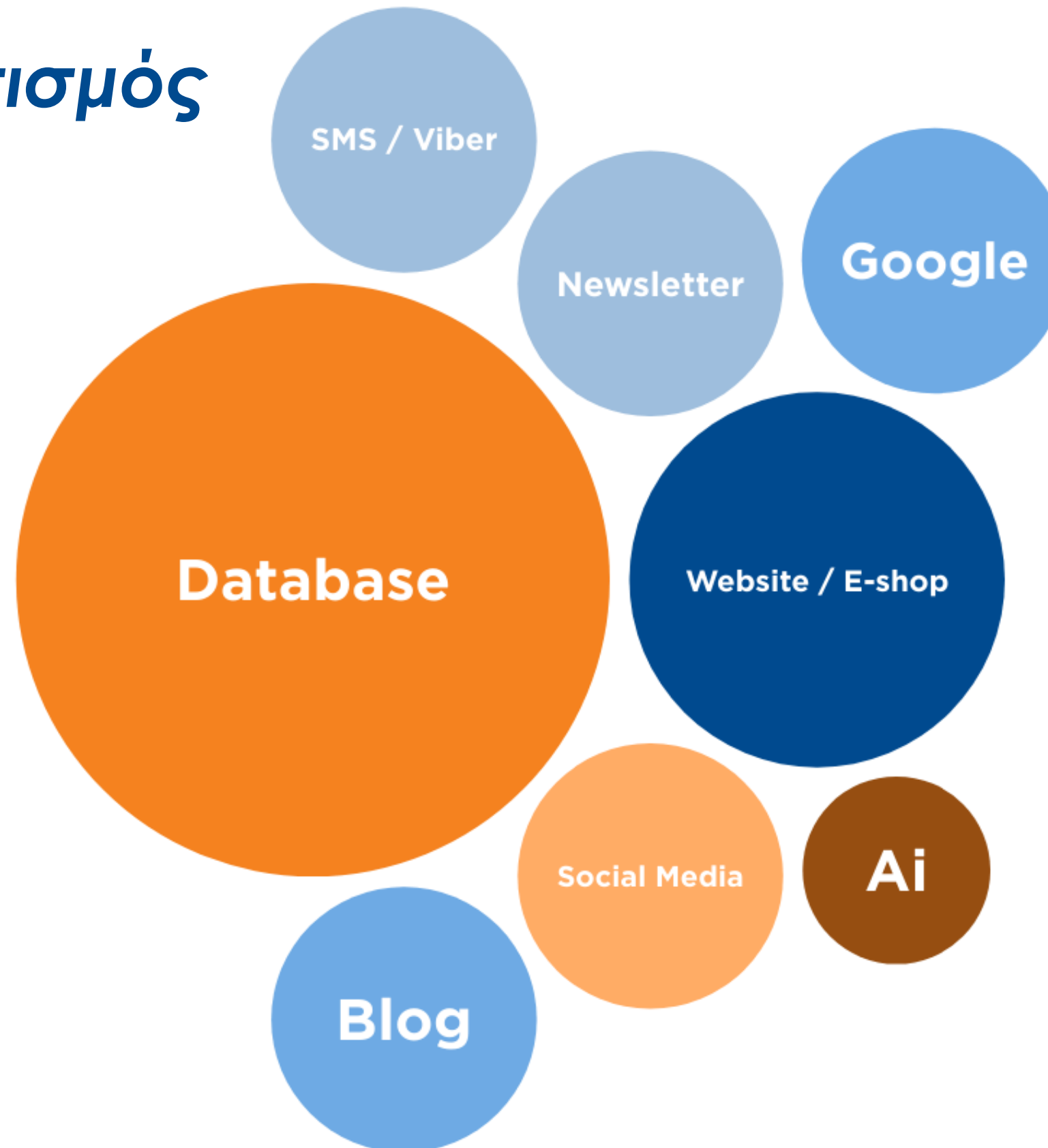
Το πρόβλημα πάντα είναι τα έσοδα, όχι τα έξοδα!

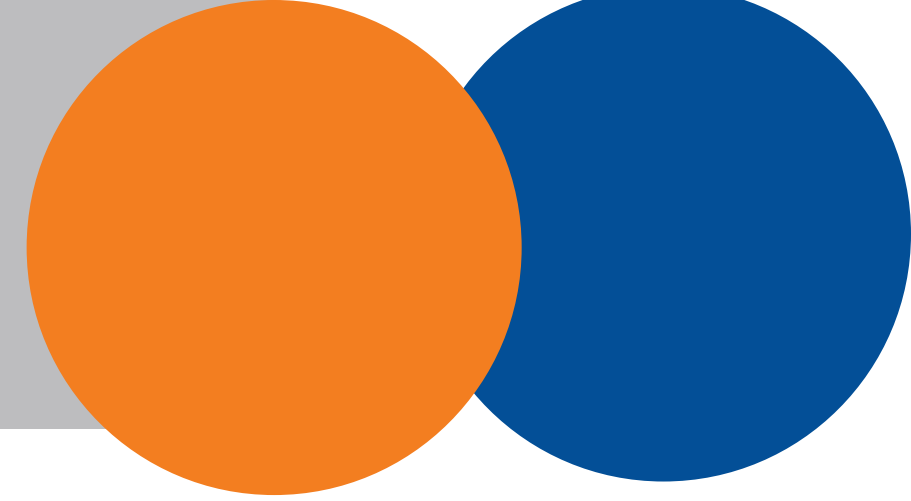
Επικεντρωθείτε στις ενέργειες που φέρνουν περισσότερα χρήματα στο ταμείο της εταιρείας, αντί να μετράτε τα κέρματα που μπορείτε να γλιτώσετε!



3. Ψηφιακός Μετασχηματισμός

Δομή Ψηφιακής Παρουσίας





3. Ψηφιακός Μετασχηματισμός

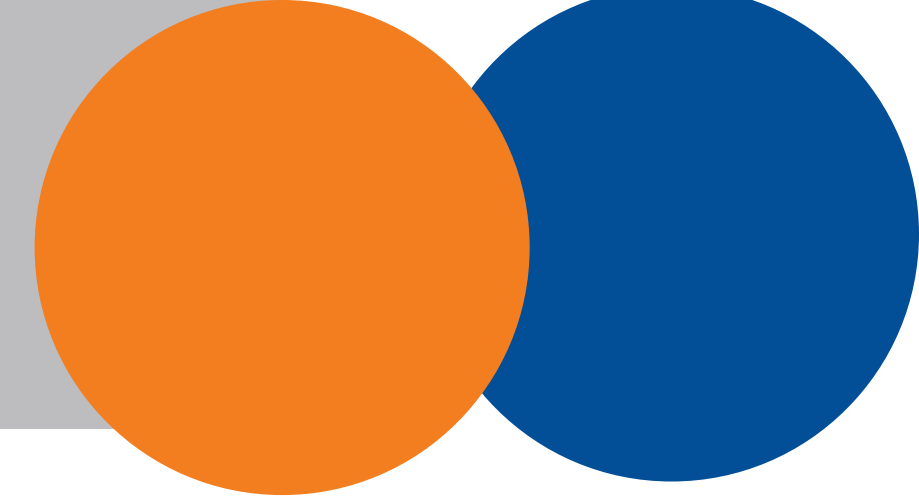
Ένας από τους σημαντικότερους μοχλούς ανάπτυξης σήμερα είναι η χρήση της τεχνολογίας και των ψηφιακών εργαλείων.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν είναι απλά μια επιλογή, **αλλά μια αναγκαιότητα.**

Μια δυναμική ιστοσελίδα και η παρουσία στα Social Media είναι πλέον απαραίτητα για την προσέλκυση και την εξυπηρέτηση πελατών.

Το **72%** των πελατών κάνει χρήση **smartphone** εντός του καταστήματος (!)

Παράλληλα, ανταγωνίζεστε και το **Dr. Google (!!!)**

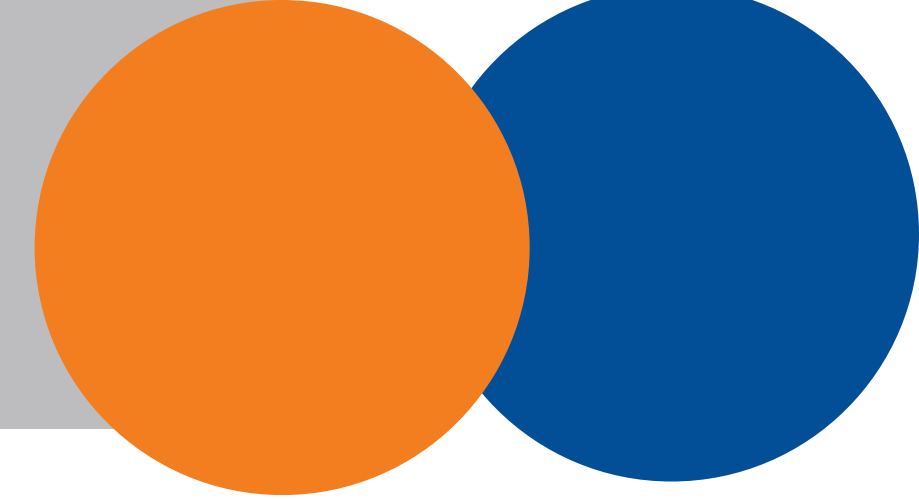


3. Ψηφιακός Μετασχηματισμός

Τα φαρμακεία που ενσωματώνουν ηλεκτρονικό κατάστημα έχουν τη δυνατότητα να διευρύνουν σημαντικά την πελατειακή τους βάση, εξυπηρετώντας τόσο τοπικούς όσο και πανελλαδικούς πελάτες.

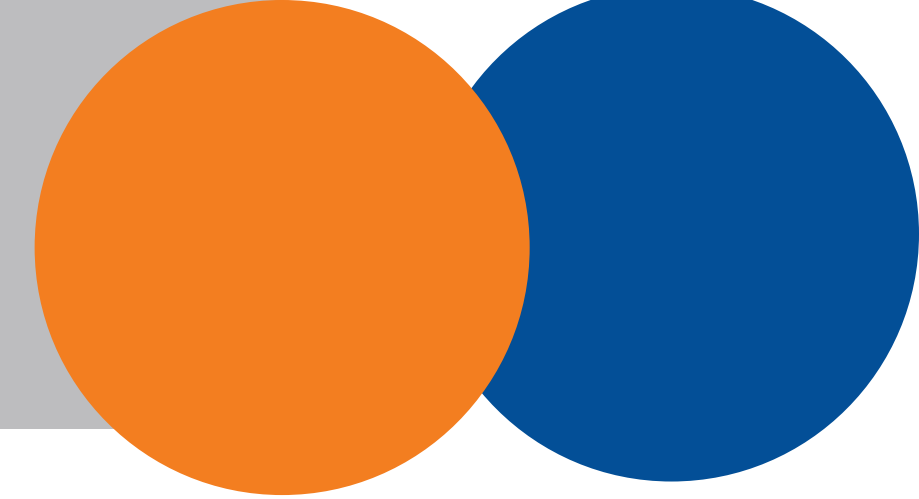
Το **e-shop/website** λειτουργεί ως ο πυρήνας για τη διασύνδεση όλων των ψηφιακών εργαλείων. Στο φαρμακείο, αυτό σημαίνει:

- Διαχείριση αποθεμάτων και παραγγελιών μέσω της βάσης δεδομένων.
- Ενημέρωση πελατών με εξατομικευμένα newsletters και SMS/Viber για προσφορές ή ιατρικές συμβουλές.
- Δημιουργία blog για την παροχή επιστημονικού περιεχομένου και χρήσιμων άρθρων.



3. Ψηφιακός Μετασχηματισμός

- **Database:** Το Α και το Ω μιας επιχείρησης. Βοηθά στη διαχείριση πελατών, αποθεμάτων και παραγγελιών.
- **Κοινωνικά Δίκτυα (Instagram, Facebook κ.ά.):** Δημιουργία στοχευμένων καμπανιών για προϊόντα ομορφιάς, βιταμίνες και εξειδικευμένα παραφάρμακα.
- **Newsletter/SMS/Viber:** Προσωποποιημένη ενημέρωση για εκπτώσεις, νέες αφίξεις και συμβουλές υγείας.
 - **Εργαλεία όπως:** *Mailchimp, Viber Business κ.ά.*
- **Οφέλη:**
 - Ενίσχυση σχέσεων με τους πελάτες.
 - Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών φαρμακείων.
 - Συμβολή στη γενική υγειονομική βελτίωση της κοινότητας.



3. Λύσεις AI για το φαρμακείο

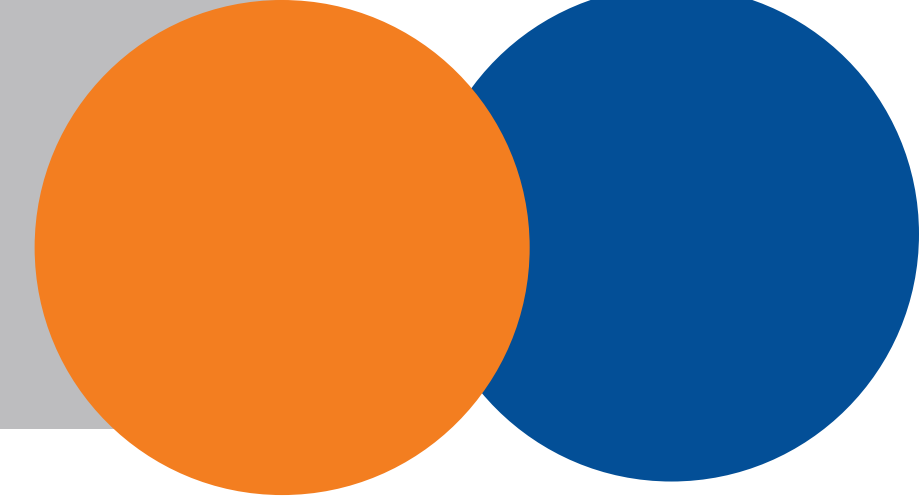
Αυτοματοποίηση Διαδικασιών

Χρησιμοποιώντας **τεχνολογίες AI**, μπορούν να επιτευχθούν σημαντικές βελτιώσεις στην αποδοτικότητα.

Η **Τεχνητή Νοημοσύνη** μπορεί να αναλύει δεδομένα πωλήσεων, εποχιακές τάσεις και τοπικά χαρακτηριστικά ζήτησης για να προβλέψει ποιες κατηγορίες φαρμάκων ή προϊόντων θα χρειαστούν.

◦ **Πλεονεκτήματα:**

- Μείωση των αποθεμάτων που δεν πωλούνται (dead stock).
- Αποφυγή ελλείψεων σε προϊόντα υψηλής ζήτησης.

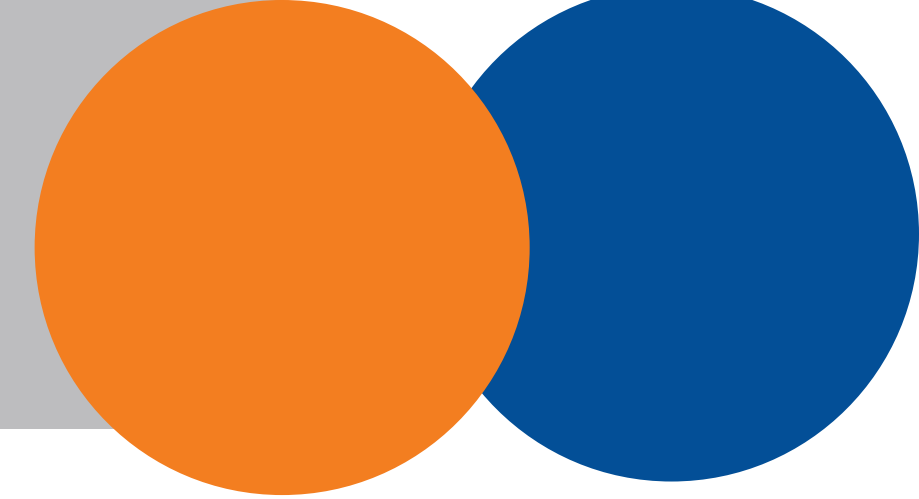


3. Λύσεις AI για το φαρμακείο

Επιχειρηματική Ανάλυση και Λήψη Αποφάσεων

Πλατφόρμες AI μπορούν να συγκρίνουν την απόδοση ενός φαρμακείου με άλλες μονάδες της περιοχής, λαμβάνοντας υπόψη δείκτες όπως πωλήσεις, αποθέματα και δημοτικότητα προϊόντων.

- **Οφέλη:**
 - Εντοπισμός περιοχών για **βελτίωση**.
 - Ανάπτυξη στρατηγικών **marketing** **βάσει δεδομένων**.



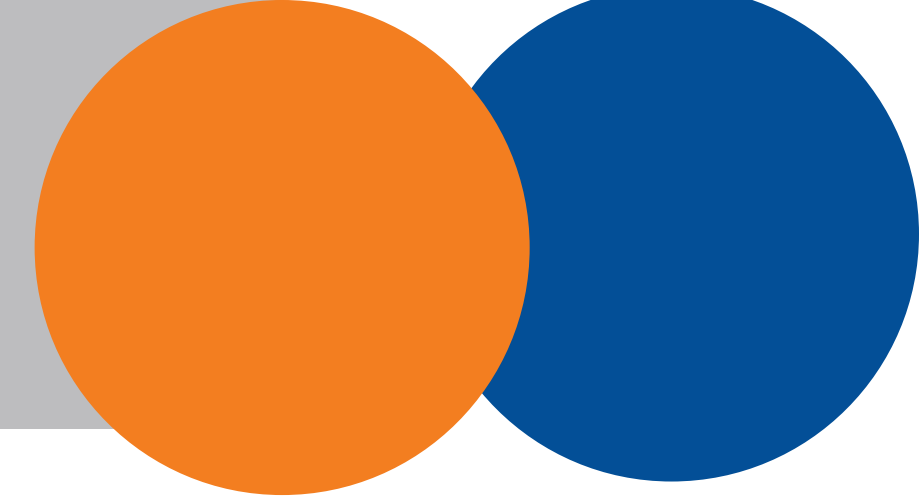
4. Ενίσχυση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η επιχειρηματική ανάπτυξη δεν μπορεί να συμβεί χωρίς την κατάλληλη ομάδα.

Επενδύστε στην εκπαίδευση και τη συνεχή κατάρτιση του προσωπικού σας.

Ένα φαρμακείο που διαθέτει προσωπικό καλά ενημερωμένο για τα προϊόντα και τις νέες τάσεις της αγοράς, είναι πιο **αποτελεσματικό** και **ευέλικτο**.

- **Συνεχής εκπαίδευση:** Ενισχύστε το ανθρώπινο δυναμικό σας με εκπαιδευτικά σεμινάρια και συνεχή εκπαίδευση.
- **Εργασιακό περιβάλλον:** Δημιουργήστε ένα θετικό περιβάλλον εργασίας που ενισχύει την αποδοτικότητα και τη συνεργασία.



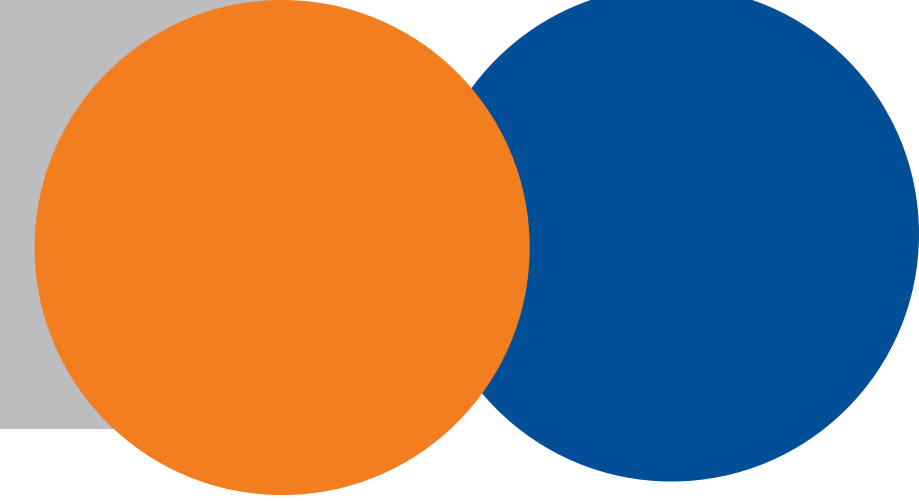
5. Εξατομίκευση της εμπειρίας του πελάτη

Η εξατομίκευση είναι το μέλλον της υγειονομικής περίθαλψης και τα φαρμακεία μπορούν να αξιοποιήσουν και την AI τεχνολογία για να προσφέρουν στοχευμένες λύσεις στους ασθενείς.

- **Πιστότητα πελατών:** Αναπτύξτε στρατηγικές που θα σας επιτρέψουν να κατανοείτε τις συνήθειες και τις προτιμήσεις τους.

Ένα σύστημα πιστότητας ή μια **κάρτα πελάτη** μπορεί να κάνει τη διαφορά. **(CRM)**

- **Εκπαίδευση πελατών:** Οι πελάτες θέλουν ενημέρωση, ειδικά σε θέματα υγείας. Επενδύστε στην εκπαίδευσή τους μέσα από άρθρα, newsletter ή ακόμα και συμβουλές όταν επισκέπτονται το φαρμακείο σας. Αυτό θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη προς το φαρμακείο σας.



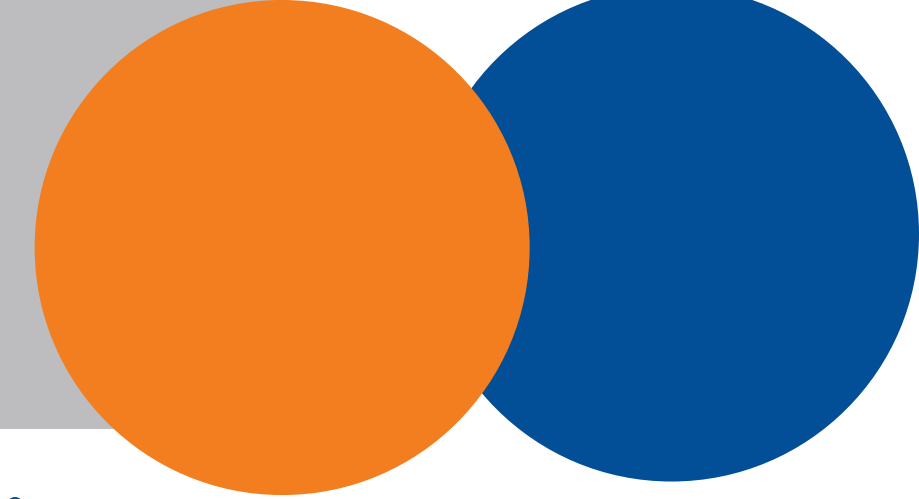
5. Εξατομίκευση της εμπειρίας του πελάτη

Η παροχή προσωπικής φροντίδας είναι ο ακρογωνιαίος λίθος ενός επιτυχημένου φαρμακείου.

Αυτό δεν πρέπει να σταματάει όμως στην **παραδοσιακή εξυπηρέτηση**.

Οι πελάτες θέλουν να αισθάνονται ότι **κατανοείτε τις ιδιαίτερες ανάγκες** τους και προσφέρετε **λύσεις προσαρμοσμένες** σε αυτούς. (Tailor made άρα: **εργαστήριο**)

Το φαρμακείο πρέπει να μεταλλαχθεί σε **Healthcare corner** και να μετατρέψει την εξυπηρέτηση σε **αγοραστική εμπειρία** !



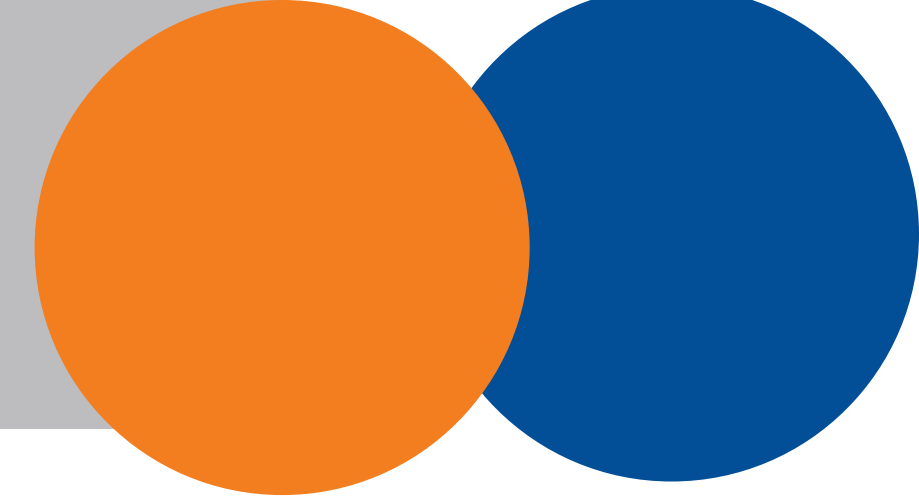
5. Εξατομίκευση της εμπειρίας του πελάτη μέσω του Ai

- **Ανάλυση δεδομένων ασθενών και παροχή εξατομικευμένων συμβουλών:**

Χρησιμοποιώντας εργαλεία που ενσωματώνονται σε συστήματα διαχείρισης φαρμακείων, οι φαρμακοποιοί μπορούν να λαμβάνουν πληροφορίες για το ιατρικό ιστορικό και τις ανάγκες του πελάτη, προτείνοντας **εξατομικευμένα προϊόντα ή φαρμακευτικές αγωγές**.

- **Ψηφιακές πλατφόρμες για συμμόρφωση στις αγωγές:**

Εφαρμογές που ειδοποιούν τους ασθενείς για το **πότε πρέπει να λάβουν τα φάρμακά τους**, μειώνοντας τον κίνδυνο παραλείψεων.



6. Εξωστρέφεια & Συνεργασίες

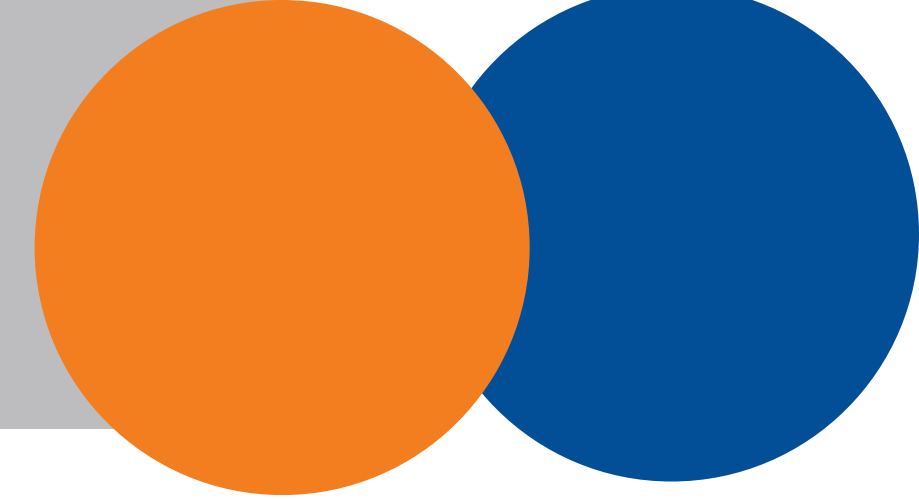
Η εξωστρέφεια και η δικτύωση είναι εξίσου σημαντικές για την ανάπτυξη ενός φαρμακείου.

Η συμμετοχή σε τοπικές κοινότητες, η ανάπτυξη συνεργασιών με άλλους επαγγελματίες υγείας, αλλά και η συνεργασία με νέους προμηθευτές μπορούν να σας βοηθήσουν να διευρύνετε το πελατολόγιο σας και να βελτιώσετε τις υπηρεσίες σας.

- **Συνεργασίες με γιατρούς και επαγγελματίες υγείας:** Αυτές οι συνεργασίες μπορούν να ενισχύσουν την πελατειακή σας βάση και να σας προσφέρουν μια σταθερή ροή ασθενών.

- **Συμμετοχή σε τοπικές δράσεις:** Ενισχύστε την τοπική σας παρουσία μέσω δράσεων κοινότητας, φιλανθρωπικών εκδηλώσεων ή ακόμη και εκπαιδευτικών σεμιναρίων.

Αυτός που θα κερδίσει στο μέλλον είναι όχι αυτός που ψάχνεται αλλά αυτός που θα κάνει το επόμενο βήμα.



7. Επίλογος

Το επιχειρηματικό τοπίο για τα φαρμακεία είναι γεμάτο **προκλήσεις**, αλλά και **ευκαιρίες**.

Με στρατηγικό σχεδιασμό, καινοτομία και επικέντρωση στον πελάτη, ένα φαρμακείο μπορεί να πετύχει βιώσιμη ανάπτυξη.

Είμαι σίγουρος ότι ως επαγγελματίες υγείας, έχετε τη δύναμη και την αποφασιστικότητα να οδηγήσετε τα φαρμακεία σας σε **νέα επίπεδα επιτυχίας!**

Σας ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας!

Γιάννης Κοντάκος
Σύμβουλος Φαρμακείων

Tel: 210 68 37 982

Email: info@kontakosmc.gr

Web: www.kontakosmc.gr

Διεύθυνση: Παπαρρηγοπούλου 20Α, Χαλάνδρι

kontakos
Management Consultants