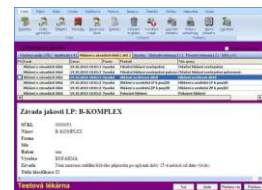


Kdo chce stavět dům, nezačne nákupem cihel. Zajde za architektem a připraví celý projekt. Proč tedy při budování ICT začneme tím, že nakoupíme počítače, tiskárny, telefony a jiné stavební komponenty systému a následně přemýšlíme, co z nich postavíme? Zajděte tedy nejdříve k ICT architektovi, než začnete utrácet za „cihly“.

Jan Vojtěch Binder, konzultant ICT

INFORMAČNÍ KANÁLY

Společnost Apatyka servis už několik let umožňuje ve svých lékárenských systémech zobrazit v nejkratší možné době ty nejdůležitější aktuální informace prostřednictvím takzvaných informačních kanálů. Jsou přehledně rozděleny do jednotlivých sekcí (jako například Hlášení o závadách léků, Nabídky, Obchodní informace, Provozní informace, Informace ze SÚKLu apod.). Každý uživatel systému má možnost zvolit, které informace chce sledovat.



Publikované informace slouží jednak k vlastní práci lékárny (informace SÚKLu, hlášení o závadách), ale rovněž dávají přehled o stavu informačního systému. V informačních kanálech upozorňujeme na nové číselníky a na záložce ApaMonitor zobrazujeme i všechny plánované operace, které systém sám automaticky provedl jako je např. aktualizace systému či nahrání nových číselníků.

NOVÁ ANKETA

Společnost Apatyka servis si cení mínění uživatelů svých lékárenských systémů i potencionálních zákazníků. Vyhlašujeme proto další anketu na téma preferovaný způsob získávání informací.

Z následujícího seznamu vyberte tři a více, pro Vás nejkomfortnějších způsobů, jak získat informaci. Zvolené možnosti seřadte podle svých preferencí a zašlete nám do 9. března 2012.

Informační kanály nejsou mezi způsoby zasílání informací uvedeny, protože jednak o nich byla minulá anketa a jednak tímto způsobem lze informovat pouze naše uživatele, a tato anketa je určena všem lékárnám.

Jaký způsob sdělování informací preferujete:

- a) osobně poradcem
- b) Českou poštou
- c) spolu s rozvozem zboží Phoenix LV
- d) elektronickou poštou
- e) SMS na mobilní telefon
- f) zveřejnění na webových stránkách
- g) inzerce v tisku
- h) jiný – jaký



Svou odpověď zašlete e-mailem na adresu j.tomecek@apatykaservis.cz. Nezapomeňte prosím uvést ID Phoenixu Vaší lékárny a Vaše jméno!

Ze všech odpovědí vylosujeme 10 respondentů, kteří se mohou těšit na hezký dárek od naší společnosti.

Začátkem února naše společnost uspořádala anketu s cílem zjistit jak jsou naše informační kanály sledované. Výsledek nás samotné překvapil. Většina respondentů čte informace dlouhodobě už od začátku jejich zveřejňování, případně od doby přechodu na systém Mediox 2000 ^{Novum} nebo na jiný lékárenský systém od společnosti Apatyka servis.

Nejčastěji přitom uživatelé sledují Hlášení o závadách léků a Informace ze SÚKLu, nejméně pak specifická teplotní čidla.

Řada respondentů k anketě připsala i slova chvály a uznání za praktický přínos pro každodenní práci. Pouze necelá 4 % respondentů vnesla připomínku, že informací je příliš. Ale to v dnešní době, která je informacemi přímo nabitá, lepší nebude.

VÍTĚZOVÉ

Jako první odpověděli v anketě o informačních kanálech následující uživatelé našich lékárenských systémů:

pracovníci lékárny Jaroměřice

Mgr. Martin Harásek, Lékárna Pharmaland

Š. Devetterová, Lékárna Pronatal Pharma

Všichni tři získávají od společnosti Apatyka servis slíbený dárek.

Seznam vylosovaných výherců ankety uvádíme na 3. stránce tohoto *Okénka do Apatyky*.

Všem, kteří odpověděli, děkujeme za účast a především za jejich názory a inspirující připomínky. Pomáhají zlepšovat naše služby.

ÚSPĚŠNÉ LÉKÁRNY POUŽIVAJÍ SLUŽEB APATYKA SERVIS

Apatyka servis, s.r.o.

K Pérovně 945/7, 102 00 Praha 10, tel.: +420 296 808 300

Pobočky:

www.apatykaservis.cz, obchod@apatykaservis.cz
Plzeň, Brno, Ostrava, Vysoké Mýto, Tábor, Liberec

Lidstvo má jen jedinou opravdu účinnou zbraň - je jí smích.

Mark Twain

PŘEDSTAVUJEME



Magdalena Weidmannová pracuje ve společnosti Apatyka servis v oddělení logistiky od roku 2004.

Narodila se v Praze a rodné matce měst zůstala věrná po celý život. Prožila zde své dětství, studentské lásky na Střední grafické škole, narození svých dvou dětí a

ve spokojeném manželství tady žije podnes.

Po mateřské dovolené nastoupila v tehdejší tiskárně Svoboda jako technolog a ještě nyní vzpomíná na krásné dva roky prožité mezi úžasnými disidenty, kteří tam tenkrát pracovali. Zajímavá práce v oboru umožňovala i domácí přivýdělek na korekturách knih a časopisů.

Společenské změny v roce 1989 umožnily Magdě realizovat se i v soukromém podnikání a tak si otevřela svůj malý obchůdek.

Prosperující krámeček poskytl prostor a čas nejen na potomky, kteří v té době už byly prvňáčky, ale rovněž k dalšímu studiu a sebevzdělávání potřebnému k rozšiřování nabídky služeb.

S odstupem času hodnotí Magda Weidmannová toto období svého života jako velice přínosné pro další rozvoj své osobnosti, které jí umožnilo získat mnoho zajímavých zkušeností především z jednání s různými lidmi.



Jak děti dorůstaly, Magda obchod prodala a nastoupila na Burzu cenných papírů Praha do oddělení public relations, které zařizovalo vše co se propagace a reklamy týkalo. Náplní její práce byla i příprava pro vydávání denního kurzovního lístku, včetně periodika Burza, prezentace firem, které vstupovaly na burzovní trh, grafická příprava k výrobě výročních zpráv a podobně. Poutavá práce kde mohla uplatnit přirozené kreativní vlohy. Ostatně cit pro grafiku se v této rodině dědí. I dcera dnes pracuje v grafické agentuře.

A právě snaha o uplatnění své tvůrčí invence vedla Magdu k otevření malého obchůdku s dětskou módou ve Vinohradském pavilonu. Obchůdek se časem rozrostl a přibýlo i několik poboček. Ale jak se říká - všeho do času ...

Později Magdalena Weidmannová nastoupila do firmy zabývající se chlazením, kde se začala více věnovat logistice. A i když se časem ukázalo, že rozhodnutí pracovat právě pro tuto společnost nebylo právě nejlepší, vědoma si zásady „co tě nezabije, to tě posílí“ bere i tuto zkušenost jako povinné školné v naší škole života.

Teď už osmým rokem pracuje ve společnosti Apatyka servis. Ale ani tady nenechává zahálet své



tvůrčí schopnosti. K jejím pracovní náplni patří mimo jiné i realizace zákaznických karet pro lékárny používající náš informační systém. Díky svým zkušenostem a bohaté praxi je vynikajícím komunikátorem mezi lékárnami jako zadavateli a jednotlivými výrobci plastových karet.

Jeden z největších projektů, za které Magda ve společnosti odpovídala, bylo získání dotace EU a následná realizace aktivit z dotačního programu „Adaptabilita - podpora a rozvoj znalostní ekonomiky“. Jejím úkolem bylo sestavení vzdělávacího návrhu dle jednotlivých cílových skupin včetně organizace jednotlivých školení. Jen vlastní příprava projektu trvala šest měsíců a vlastní realizace pak další dva roky. Závěrečná detailní kontrola Magistrátu následně potvrdila, že stanovené cíle projektu byly beze zbytku splněny a že projekt přispěl k celoživotnímu vzdělávání a profesnímu rozvoji zaměstnanců.

A i když má pracoviště v sídle společnosti na pražské poměry dost z ruky, svoji práci pro Apatyku servis by za jinou nevyměnila. A nejen pro práci samotnou, ale i proto, že „kolektiv tak prima lidí by se těžko jinde hledal“.

Mezi její největší koníčky patří tanec (kdysi se tanci věnovala i závodně) a zimní sporty - lyžování a bruslení. Ráda si přečte dobrou knížku nebo zajde na hezký film či jen tak na procházku. Stará se o zahrádku, baví ji ruční výroba dekorací a cestování.

Ale její vůbec největší koníček byla černá fenka labradora Dixinka, o kterou se starala plných 12 let. Těžko hledat společenštější rasu milující pohyb, ať už plavání, nebo běh za páníčky na kolech či kolečkových bruslích.



ELEKTRONICKÝ RECEPT

Počet lékáren připravených vydávat na základě elektronického receptu neustále roste. V polovině února **evidoval SÚKL 229 lékáren** s možností výdeje elektronických receptů. Nejvíce těchto lékáren je na Moravě a v Praze.



Nezanedbatelný počet je ale rovněž ve východních Čechách a ostatních krajích. Aktuální seznam lékáren s elektronickým receptem najdete na webových stránkách ústavu.



Jenom naše společnost vydala v lednu 2012 téměř padesát certifikátů elektronických podpisů, které opravňují jeho držitele – pracovníka lékárny k výdeji elektronických receptů.

DODAVATEL ICT A JAK HO VYBRAT

ICT je zkratka oboru informačních a komunikačních technologií z anglického názvu Information and Communication Technologies. ICT vzniklo z IT, když mezi sebou začaly počítače a celé počítačové sítě komunikovat ve velkém. Vrcholem této komunikace se stal internet a také mobilní telefony.

Informační a komunikační technologie jsou v současnosti naprosto nepostradatelné, protože jsou využívány už ve všech oborech a státních institucích. Bez jejich pomoci by už jen těžko mohly fungovat

úřady, obchody, banky, zdravotnictví, doprava, průmyslová výroba, vědecké instituce, média, zábavní průmysl, kulturní instituce, policie, armáda Zkrátka ve všech oborech počítače a jejich vzájemná komunikace usnadňují lidem práci, lékárny nevyjímaje. Jejich přítomnost a význam si v mnoha případech v každodenním životě soukromém či pracovním ani neuvědomujeme, stejně jako už automaticky nevnímáme například existenci elektřiny, tekoucí pitné vody nebo hromadné dopravy. Jejich důležitost pochopíme, až když se nám nedostávají anebo jsou v podstatně nižší kvalitě, než jsme zvyklí a než vyžadujeme. Rychlá změna, pokud je vůbec možná, bývá obvykle nákladná. A přitom stačí plánovat s ohledem na následný rozvoj a nespokojit se s momentálně nejlacinějším řešením. Nikdo si neponechá málo vydatnou studnou jako jediný zdroj pitné vody, plánuje-li dům se čtyřmi bytovými jednotkami.

A přesto při rozhodování v oblasti informačních a komunikačních technologií se mnozí snaží ušetřit s tím, že podobné věci budou řešit, až jak se jim jejich podnikatelský záměr bude dařit. Pro příklady nemusíme chodit daleko – naše společnost už více než pět let nabízí systém internetové lékárny. Některé lékárny se svým e-shopem pracují a investují do jeho propagace ať už výběrem vhodného jména a domény nebo placenými odkazy na nejpoblábnějších internetových vyhledávacích. Některé lékárny ale zvolí nejlacinější variantu – svůj e-shop umístí na bezplatných webových adresách třetího nebo čtvrtého řádu a pak se diví, že je nikdo nenavštěvuje. Závěr je pro ně jednoznačný, internetová lékárna nefunguje. Tomuto názoru ale odporuje více než sto padesát lékáren s internetovým prodejem (podle SÚKLu), které prosperují. Rozdíl je od začátku v přístupu. Chci-li provozovat internetový obchod, nemohu na ICT šetřit.

S informačním systémem pro lékárny je to obdobné. Chci-li provozovat moderní lékárnu s využitím moderních nástrojů, nemohu používat počítače deset let staré a lékárenské systémy, které po celou tu dobu nikdo neaktualizoval. I když informační technologie nepatří k předmětu podnikání lékárny (Američané by řekli, že to není její „core bussines“) nelze je podceňovat. Ani elektřina či voda nepatří ke core bussines a přesto bez nich lékárna fungovat nebude.

Jak tedy vybrat správné řešení ICT? Nehleďte to nejjednodušší řešení. Promyslete si, co od lékárny očekáváte a poptejte se u kolegů, jak jsou se svým systémem a jeho dodavatelem spokojeni. Nechte si předložit více řešení a srovnajte, které nejlépe dlouhodobě vyhovuje Vaším záměrům.

ANKETA INFOKANÁLY (pokračování)

Respondenti z následujících dvaceti lékáren byli vylosováni a mohou se těšit na drobné reklamní předměty od společnosti Apatyka servis:



Lékárna U sv. Mikuláše Louny
Lékárna Chrást
Lékárna U Brány Jičín
Lékárna Dvůr Králové nad Labem
Lékárna Tomášov Zlín
Lékárna Devětsil Zlív
Zálabská lékárna Kolín
Lékárna Pharmaland Ostrava Výškovice
Lékárna U nádraží Turnov
Lékárna Rosa Český Brod
Lékárna Melissa Libáň
Lékárna U Zlatého kahanu Krásná Hora
Nemocniční lékárna Česká Lípa
Lékárna Tesco Ostrava-Hrabová
Lékárna Melissa Stříbro
Lékárna U Kamenného zdraví Plzeň
Lékárna Pardubičky Pardubice
Lékárna Starochodovská Praha 4
Lékárna U Červeného orla Praha 1
Lékárna u Sv. Martina České Budějovice

Všem výhercům blahopřejeme!!



MARKETING NENÍ NESLUŠNÉ SLOVO – MARKETINGOVÝ MIX 4P

Před více než dvaceti lety koloval vtip, jak u kolébky našeho socialistického zdravotnictví stály tři sudičky. První věštila, že naše zdravotnictví bude nejlepší na světě, druhá, že bude bezplatné, a třetí, že bude dostupné pro všechny. V tu chvíli se objevila čtvrtá sudička, na kterou zapoměly, a když viděla, že už nic nezmůže, tak alespoň prohlásila, že všechna tři přání nebudou nikdy platit současně. Nejlepší zdravotnictví nebude pro všechny a bezplatné nebude nejlepší. Vždy je třeba rozhodnout se pro priority a nelze najednou honit všechny zajíce.

Stejně tak se při směřování firmy / lékárny se musíme rozhodnout, kterým směrem se chceme ubírat. V základě máme 4 nástroje marketingu, které nám pomáhají dosáhnout cíle. Podle anglické terminologie nazýváme tyto nástroje 4P (Product, Place, Price a Promotion – produkt, distribuce, cena, podpora prodeje). Nikdo nepředpokládá, že všechny nástroje uplatňujeme se stejnou vahou. Jen těžko budeme mít nejlepší, nej kvalitnější zboží za nejnižší ceny. Stejně tak těžko předpokládat, že lékárna, která vydává (distribuuje) v drahých pronajatých prostorách na Václavském náměstí v Praze bude mít lepší cenu (z hlediska zákazníka nižší) než lékárna ve vlastním objektu na okraji menší obce.

Rozhodnutí o tom, zda chceme být nejlacinější lékárnou pro všechny pacienty či lékárnou na „dobré“ adrese s širokým sortimentem nej kvalitnějších přípravků, patří k základním rozhodnutím. Odborně se tomu říká stanovení marketingového mixu a neexistuje jediný správný recept jak jej nastavit. Jako příklad se uvádí automobilový průmysl. Společnost Volkswagen přišla s lidovým vozítkem, které pro svoji cenu bylo dostupné všem a Brouků se vyrobilo a prodalo milióny. Ve stejném oboru podnikající společnost Rolls-Royce se zaměřila na luxusní vozy, kterých se vyrábělo a prodávalo podstatně méně, ale za řádově vyšší ceny a se zcela jinou podporou prodeje. Každá společnost měla úplně odlišný marketingový mix, ale obě patřily ve své době k nejúspěšnějším společnostem ve svém oboru.

INZERCE

Za vyzkoušení nic nedáte!

Společnost APATYKA SERVIS

přední dodavatel informačních technologií do lékáren



nabízí lékárnám bezplatně k vyzkoušení počítač **MSI „vše v jednom“**
včetně moderního lékárenského systému **Mediox 2000^{NOVUM}**



Jedná se o dotykovou obrazovku obsahující v sobě
současně výkonný počítač včetně CD mechaniky
a USB konektorů pro periférie.

Lékárnám, které se po vyzkoušení rozhodnou používat systém **Mediox 2000^{NOVUM}**, zůstává tento počítač MSI „vše v jednom“ po celou dobu provozu systému k bezplatnému používání.

**APATYKA
SERVIS**

Pharmacy Software

A company of ADG group



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍK MĚSÍCE

Nejlepším systémovým poradcem měsíce ledna 2012 se stal **Drahošlav Bukovský**.