

O VAREJO FARMACÊUTICO E O PAPEL DO DISTRIBUIDOR



“Tirando o seu paletó – e assim uniformizado – começa o balconista o seu dia de trabalho. Sua primeira tarefa é limpar e arrumar em seu setor de balcão as mercadorias expostas à venda nas estantes, vitrinas e mostruários; verificar as faltas existentes em consequência das vendas do dia anterior e providenciar o suprimento no estoque [...]” (Luís A. Costa Pinto, O Balconista. Rio de Janeiro, Departamento Nacional do Senac, 1954).

Há cerca de 30 anos, era muito comum os clientes de uma farmácia aguardarem algum tempo, às vezes dias, para que seus medicamentos fossem providenciados, isso sem levar em consideração produtos importados, um cenário ainda pior.



Causas para as mudanças no mercado farmacêutico:

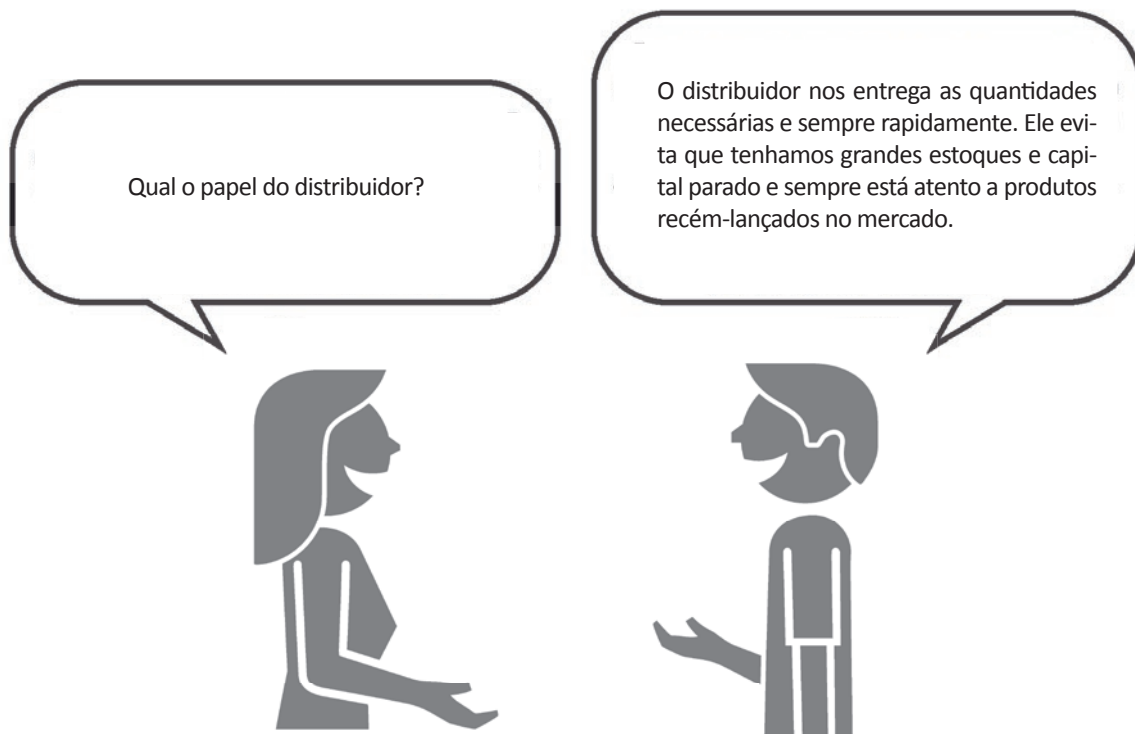
- Crescimento do mercado de medicamentos
- Expansão dos serviços logísticos
- Necessidade de reduzir custos
- Satisfação do cliente

Os dermocosméticos, antes chamados de itens de perfumaria, apresentam-se em grande variedade e também disponíveis atualmente.

Todos esses avanços que trouxeram agilidade e qualidade na oferta de medicamentos e produtos de higiene e beleza comercializados nas farmácias brasileiras se deram, em grande parte, graças à atuação dos distribuidores.

O distribuidor é nosso parceiro!

Quando um consumidor adquire um medicamento, não imagina o número de pessoas que estiveram envolvidas para garantir o uso seguro desse produto. Nas indústrias, inúmeros são os processos existentes para assegurar a qualidade do medicamento fabricado, os quais vão desde a seleção das melhores matérias-primas até a utilização de técnicas automatizadas de controle de qualidade. A maioria das indústrias farmacêuticas produz somente a quantidade de medicamentos necessária para cumprir seus pedidos mensais. Assim, a empresa reduz a necessidade de grandes áreas físicas de estocagem e ainda garante ao mercado produtos recém-produzidos.



Lembre-se:

Uma compra direta feita junto à indústria pode levar dias, em alguns casos semanas, principalmente pelas dimensões que um país como o Brasil possui. Em qualquer empresa que trabalha com estoques, dois elementos são considerados fundamentais:

- Alto giro de mercadorias.
- Posições de estoques equilibradas.

O distribuidor manifesta essa parceria através dos serviços prestados, da comunicação e do relacionamento com seus clientes, quesitos fundamentais para o sucesso de ambas as partes.

Bons negócios para o Distribuidor significam bons negócios para as Farmácias. Trata-se de uma relação mútua dentro do mesmo segmento. Ambos sobrevivem do mesmo Mercado.

Para que esta relação seja efetivamente concretizada, entram em cena dois personagens imprescindíveis:



O representante de vendas e o teleatendente (ou atendente de telemarketing). Eles devem personificar a relação farmácia-distribuidora.

A visitação aos clientes

A visitação às farmácias é uma das melhores maneiras que o distribuidor possui para fidelizar seu cliente. A aproximação do representante de vendas com seu cliente pode ser muito vantajosa para ambas as partes. Ela confere um tom mais harmonioso à relação comercial.

Com estes contatos, a farmácia terá facilitada a realização de seus pedidos, além de um maior conhecimento do prolap de produtos comercializados pelo distribuidor e políticas de definições de preços e prazos de pagamento ou entrega.

Em muitos casos, os representantes de vendas funcionam como consultores para as farmácias, orientando sobre o mercado e sinalizando suas perspectivas e tendências.

Atendimento de clientes a distância



Outra maneira de o distribuidor acessar seus clientes é por meio dos serviços prestados a distância. Além do teleatendimento, a utilização dos recursos da internet é extremamente interessante. Atualmente existem softwares capazes de funcionar de forma sincronizada entre cliente-farmácia e fornecedor-distribuidora, gerando pedidos automáticos.

Os serviços prestados pelo serviço de teleatendimento compreendem:

