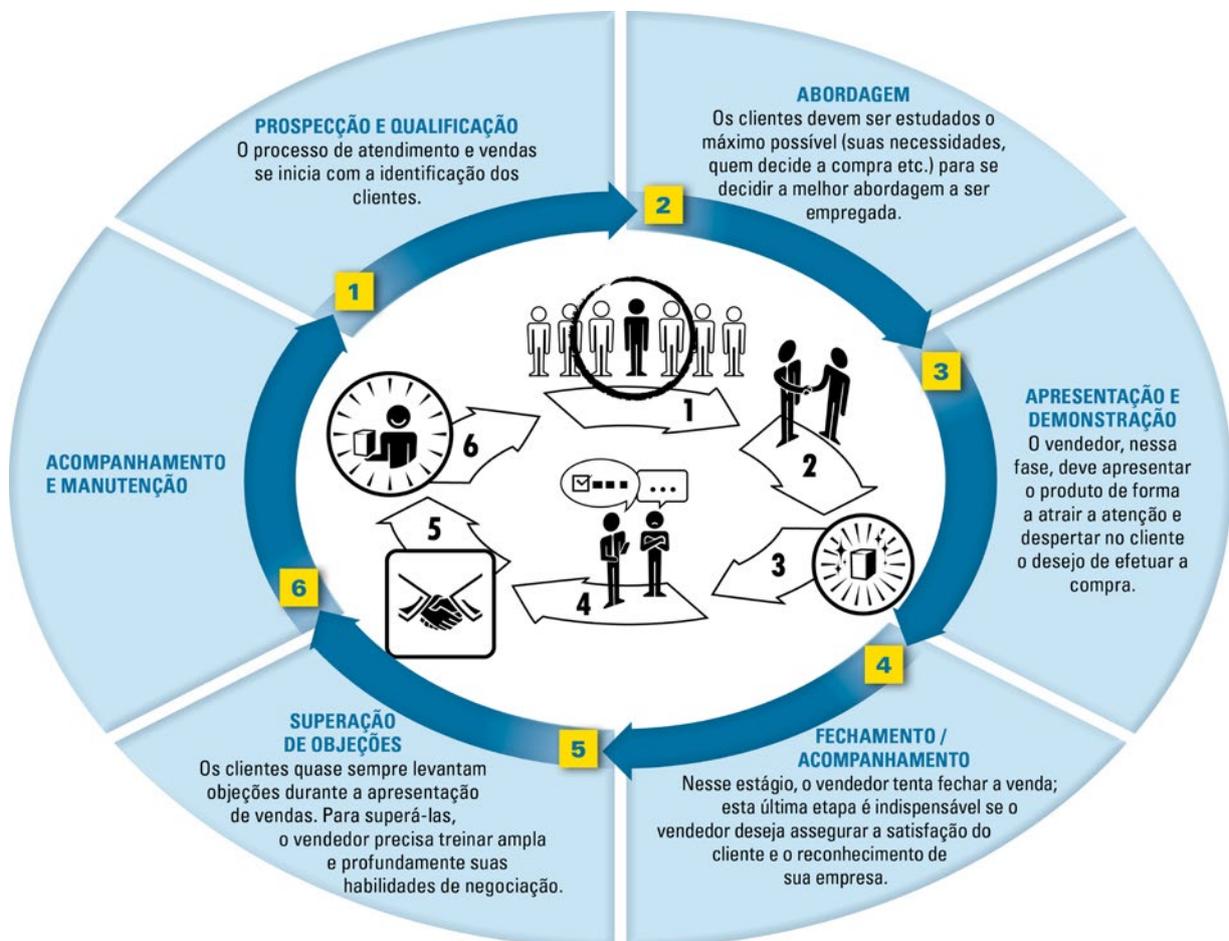


# QUALIDADE DO ATENDIMENTO NA FARMÁCIA: UM OBJETIVO QUE NUNCA DEVE CESSAR!

A interação entre cliente e profissional de farmácia, seja ele o farmacêutico ou o balconista é uma das mais eficientes ferramentas de marketing para este setor.

Consiste na sintonia existente entre os profissionais da farmácia e seus clientes no momento do atendimento. O fluxo de atendimento pode funcionar segundo o esquema abaixo:

## Processo eficaz de vendas



## Indicadores quantitativos e qualitativos: trabalhando a nosso favor

Para aumentar a produtividade e alavancar as vendas, é preciso estar sempre revendo conceitos, adaptando-se ao novo, procurando novas possibilidades de melhorar o trabalho.



1	<b>Olhar positivo</b>	Tudo na vida tem dois lados, o positivo e o negativo. Pensamentos levam à ação, e pensamentos positivos levam a atos positivos.
2	<b>Aja com entusiasmo</b>	O entusiasmo é contagiante. Gente feliz atrai mais felicidade, e sucesso, mais sucesso
3	<b>Não julgue precipitadamente</b>	Evite rotular clientes ou situações.
4	<b>Use a empatia</b>	Empatia significa colocar-se emocional e psicologicamente no lugar do outro.
5	<b>Fale menos e faça mais</b>	Faça, crie, leia e inove mais.
6	<b>Aprenda a se automotivar</b>	Busque apoio e incentivo, tenha em mente alguém que realmente lhe inspire, transforme o seu local de trabalho em algo alegre e agradável.
7	<b>Prepare sucessores</b>	Quer crescer? Então contribua para o crescimento de seus colegas.
8	<b>Valorize a ética e a cidadania</b>	Ajude a criar um diferencial para sua empresa. Prepare-ses profissionalmente para o país e não somente para o mercado, incentive a empresa a colocar em prática algum programa social, envolva inclusive os colegas.
9	<b>Celebre o sucesso</b>	Não é preciso ser dono, diretor ou gerente para fazer um elogio, sorrir ou simplesmente dizer “muito obrigado”.

## Principais indicadores de produtividade

1	<b>Conhecimento</b>	Você sabe tudo sobre a empresa? Quais suas normas, regulamentos e objetivos? Qual o seu papel para que a empresa atinja seus resultados?
2	<b>Comportamento</b>	Muitas vezes, uma venda é perdida por causa do comportamento do vendedor. Lembre-se de alguns que bloqueiam as vendas, tais como: postura de perdedor, mania de reclamar de tudo, roupa inadequada, falar mal da concorrência, impaciência enquanto o cliente fala, levar objeções e negativas para o lado pessoal, ausência de cortesia, má aparência, pré-julgar o cliente, achando que não vai comprar apenas porque está com roupas simples.
3	<b>Convicções e crença</b>	É quando começa o fracasso ou o sucesso das vendas. O vendedor vencedor convence porque está convencido, empolga porque está empolgado.
4	<b>Confiança</b>	O vendedor existe para agregar valor ao que vende. Mas, antes disso, ele precisa agregar valor a si mesmo
5	<b>Competitividade</b>	Não adianta ser competente se não for competitivo. Competitividade é você saber disputar isso com outros colegas.
6	<b>Criatividade</b>	Tente ser sempre criativo numa nova abordagem, numa nova resposta às objeções, numa nova maneira de fechar a venda.
7	<b>Cliente</b>	Quem compra o produto/serviço? Quem compra é quem usa? O que compra? Por que compra? como, quando e por que não compra? Quem consome por idade, renda, sexo, ocupação, etc? Qual a frequência da compra? O que eles desejam e não necessitam, e vice-versa? Que argumentos atingem mais o alvo deles? Sucesso é você transformar todas as informações em resultados e clientes em adeptos e fãs.
8	<b>Concorrência</b>	O vendedor do século 21 conhece tudo sobre seus concorrentes - quais são os maiores, seu percentual de participação no mercado, quem são os líderes, os desafiadores e os seguidores, quais os pontos fortes e fracos de seus argumentos de venda em relação a eles, quais as vantagens competitivas deles e como vencê-los ou desarmá-los eticamente.
9	<b>Controles</b>	Vender é ter controle. Controle de si mesmo diante da raiva de uma objeção, controle da energia de automotivação quando você está vendendo pouco. E mais: você precisa acompanhar controles estatísticos - saber quantos clientes atende por dia, quantos lhe são fiéis e qual o valor das vendas feitas. Controle estatístico é o espelho que mostra como você está e aponta direções a seguir ou rotas a mudar.
10	<b>Caráter</b>	Ter caráter e ser honesto são qualidades de um vendedor de sucesso. Os vencedores primam por caráter, persistência e integridade.

Investir no que você não sabe é desenvolver seu crescimento pessoal e ter sucesso imediato em vendas. Há ainda outros aspectos que o levam à produtividade, como coragem (para superar objeções), curiosidade (para se desenvolver sempre), correção (para recomeçar diante das falhas), credibilidade (para vender muitas vezes para muitos clientes) e coerência (no que diz, para não desmentir no fechamento o que você disse na abordagem). Procure persegui-los.