

INFORMACJA ZWROTNA

PROSTY SPOSÓB NA DOCENIENIE WYSIŁKU FARMACEUTY W DOBIE KORONAWIRUSA

Jeżeli prowadzisz aptekę, z pewnością zgodzisz się, że w obecnej sytuacji największym wyzwaniem nie są kwestie biznesowe ale utrzymanie wysokiego morale i motywacji w zespole pracowników.

Motywacja i wysokie morale? Czy to teraz w ogóle możliwe?

Podobno nie ma rzeczy niemożliwych, więc jeżeli nadal widzisz w swoim zespole zapał do pracy, to wielkie gratulacje. Sądzę jednak, że w większości przypadków jest to niezwykle trudne. Twój personel nie dość, że jest przepracowany ostatnim bardzo intensywnym czasem, to jeszcze każdego dnia boi się o swoje zdrowie, a w konsekwencji również o zdrowie swojej rodziny.

Jestem przekonany, że jako właściciel lub kierownik apteki, zrobiłeś wszystko, żeby wprowadzić podstawowe środki ostrożności (jeżeli nie to czym prędzej to zmień): maski, szyby (nawet te prowizoryczne) czy przyłbice ochronne na twarz. Być może wprowadziłeś obowiązkową dezynfekcję rąk u pacjentów wchodzących do apteki. Być może skróciłeś czas pracy. Być może zmieniłeś układ pracy międzymianowej w taki sposób, żeby farmaceuci pracowali w dwóch oddzielnych zespołach i nie mieli ze sobą kontaktu.

Doskonale. To są działania ważne dla Twoich pracowników.

Co więc jeszcze możesz zrobić, żeby wspierać pracownika w tym trudnym czasie?

Mów do niego...

Chcesz wiedzieć jak mówić?
Czytaj dalej.



Nie wiem czy pracuję dobrze czy źle.

Nikt mnie nie motywuje.

Mój szef rozmawia ze mną tylko wtedy kiedy coś schrzanię.

Nikt nie widzi, co robię dobrze i że się staram. Brakuje mi rozmowy.

To tylko kilka przykładów wypowiedzi pracowników, z którymi spotykam się na szkoleniach. Nie znaczy to, że mam do czynienia tylko z niezadowolonymi pracownikami. Niestety większość badań potwierdza właśnie takie odczucia wśród pracowników.

Docenienie pracownika krótką rozmową ma znacznie większą wartość, niż może się nam wydawać. Co więcej, to działanie nic nie kosztuje, a w oczach pracownika właśnie teraz będzie znaczyło więcej niż kiedykolwiek wcześniej.

Jak to zrobić? Modeli udzielania informacji zwrotnej jest dużo. Zaproponuję Ci jeden z moich ulubionych. Dlaczego go lubię? Po pierwsze - jest bardzo prosty. Po drugie - nadaje się zarówno do pozytywnego wsparcia pracownika jak i do udzielenia korygującej informacji zwrotnej dotyczącej niewłaściwego zachowania lub braku realizacji zadania. Tutaj, skupimy się jednak na wersji pozytywnej, bo tego teraz potrzebujesz bardziej.

Model FUKO, bo o nim mowa składa się z czterech następujących po sobie kroków:

F - FAKT

U - USTOSUNKOWANIE

K - KONSEKWENCJE

O - OCZEKIWANIA

Oto przykład zastosowania FUKO w pozytywnej informacji zwrotnej. Zanim zajmiemy się sytuacją związaną z obecnym kryzysem, na początek inna, prosta codzienna sytuacja.

FAKT: Zwróciłem uwagę, że każdą rozmowę z pacjentem kończysz podziękowaniem za wizytę w naszej aptece.

USTOSUNKOWANIE: Bardzo mi się to podoba w Twojej pracy. Cieszę się, że o to dbasz.

KONSEKWENCJE: Dzięki temu pacjent opuszcza naszą aptekę w przekonaniu, że był w niej mile widziany. Wpływa to też na dobrą opinię na temat naszej apteki i Twojej osoby.

OCZEKIWANIA: Zachęcam Cię, żebyś nigdy nie rezygnował z takiej formy obsługi pacjenta. Te słowa są ważne również dla niego.

Co jest ważne:

FAKT – zawsze bądź precyzyjny i konkretny. Nie mów „dobrze pracujesz”, bo to mało znaczący slogan. Powiedz np. „szczegółowo wyjaśniłaś pacjentowi dawkowanie leku”. Podaj konkretny fakt, zachowanie, sytuację do której chcesz się odnieść. Unikaj ogólników.

USTOSUNKOWANIE - przedstaw **swoje odczucie** związane z niniejszą sytuacją. Nie mów „wszystkim nam się to podoba”, bo tego nie wiesz. W pierwszej kolejności ważne jest to, co myślisz i czujesz Ty. Jeżeli jesteś przekonany, że inni myślą podobnie, powiedz o tym dodatkowo. **Nie bój się wyrażania szczerych i osobistych emocji. To właśnie one, szczególnie w obecnej sytuacji są najważniejsze.**

KONSEKWENCJE - podaj pozytywne konsekwencje i skutki jakie wynikają z sytuacji czy zachowania o którym mówisz. Mogą dotyczyć samego pracownika, ciebie, całego zespołu apteki, pacjenta itp. Czym więcej pozytywów pokażesz tym lepiej.

OCZEKIWANIA - pokaż pracownikowi, że zależy Ci na tym, żeby pozytywne zachowania były jak najczęstsze. Zwróć uwagę, że ostatni etap rozmowy nie jest wyrażeniem oczekiwań, a zachęceniem pracownika do kontynuacji tego co robi. W pozytywnej informacji zwrotnej unikaj zwrotu „oczekuję, że...”, ten sprawdza się w negatywnej sytuacji. Korzystaj ze zwrotów zachęcających np „zachęcam, Cię..”, „jestem przekonany, że...”, „nie mam wątpliwości, że nadal...” itp.

Na koniec przykład bliższy obecnej sytuacji.

FAKT: Od samego początku epidemii pracujesz z takim samym zaangażowaniem. Mimo zmęczenia, trudności i obaw jakie wszyscy mamy, każdego dnia mogę na Ciebie liczyć. W ostatni weekend miałem problem z obsadzeniem zmiany i to Ty przysłaś wówczas do pracy, mimo że Twój grafik tego nie przewidywał.

USTOSUNKOWANIE: Jestem z tego powodu bardzo zadowolony. Doceniam Twoje zaangażowanie i jestem dumny, że mogę z Tobą pracować.

KONSEKWENCJE: Dzięki temu, że pracowałaś na tej zmianie mogliśmy zapewnić pacjentom pełną i sprawną obsługę. Mniej czasu spędzili w kolejce, co na pewno dodatkowo chroniło ich zdrowie. Ponadto, Twoje koleżanki miały czas na krótką przerwę śniadaniową, a wiemy, że nawet z tym ostatnio bywa różnie.

OCZEKIWANIA: Wierzę, że nadal będę mógł na Ciebie liczyć w podobnych sytuacjach. Dziękuję

Zastanów się, za co możesz szczególnie docenić swojego pracownika.

Pamiętaj, dzisiaj zauważenie i docenienie zaangażowania Twojego pracownika, ma znacznie większe znaczenie niż kilka tygodni temu.

Zauważaj i mów o tym. To nic nie kosztuje.

Chcesz powiedzieć pracownikom coś ważnego, chcesz ich docenić?

Masz wątpliwości, czy zrobisz to dobrze?

Jestem do Twojej dyspozycji. Zadzwoń lub napisz a ja Ci pomogę – BEZPŁATNIE.

Krzysztof Pytel

Tel: 695-672-851

e-mail: krzysztof.pytel@szkolenia-biznes.pl

www.szkolenia-biznes.pl



Kim jestem

Praktykiem sprzedaży, certyfikowanym trenerem SET, konsultantem, autorem książek

Od 1997 roku związany jestem z rynkiem farmaceutycznym i FMCG. Doświadczenie zdobywałem zarówno po stronie producenta jak i sieci aptek. Po stronie dostawcy zarządzałem działem Trade Marketingu, jako Dyrektor Sprzedaży rozwijałem sprzedaż w kanale farmaceutycznym, a jako Prezes Zarządu odpowiadałem za rozwój nowej spółki. Po stronie sieci aptek zdobyłem doświadczenie jako Category Manager odpowiedzialny za współpracę z dostawcami. Prowadzę szkolenia, krótko i długoterminowe projekty Interim Management oraz konsultingowe dla aptek, optymalizując kategorię, ceny i marżę oraz ekspozycję. Dla producentów działających w rynku farmaceutycznym prowadzę projekty ukierunkowane na zwiększanie efektywności współpracy z aptekami. Oprócz Key Account Managerów, Kierowników Regionalnych oraz Przedstawicieli Handlowych szkoleń Kupców, Category Managerów i kierowników aptek. Jestem autorem wyspecjalizowanego programu szkoleniowego dla farmaceutów I-go stołu, którego realizacja skutecznie zwiększa efektywność sprzedażową. Regularnie występuję na konferencjach branżowych, piszę też specjalistyczne artykuły do prasy branżowej.

Jestem autorem dwóch książek, które kompleksowo wspierają efektywność biznesową aptek i producentów współpracujących z aptekami.

Wysoka jakość moich usług została potwierdzona Certyfikatem Jakości TGLS Quality Alliance umożliwiającym również realizację szkoleń z dofinansowaniem BUR (Baza Usług Rozwojowych). Ukończyłem magisterskie studia pedagogiczne oraz podyplomowe studia menedżerskie Executive MBA Instytutu Ekonomii Polskiej Akademii Nauk. Zestawienie wykształcenia pedagogicznego i biznesowego oraz wieloletnie doświadczenie, stanowi mocny fundament moich umiejętności menedżerskich i trenerskich.

Moje książki

KONKURENCYJNA APTEKA – CATEGORY MANAGEMENT PHARMA, ZARZĄDZANIE ASORTYMENTEM CENĄ I MARŻĄ

Pierwsza na rynku książka pokazująca w pełni uporządkowany proces Category Management Pharma, czyli zarządzania asortymentem apteki oraz kształtowania polityki cena-marża. Bazą jej powstania są szkolenia i projekty konsultingowe, które na przestrzeni ostatnich lat przeprowadziłem zarówno we współpracy z aptekami, jak i producentami. Zawarte w niej informacje oraz praktyczne przykłady będą dla Ciebie skutecznym wsparciem w optymalizacji asortymentu i zwiększaniu zysków apteki. Poznasz kluczowe czynniki kształtowania i wzmocnienia wizerunku apteki. Dowiesz się, w jaki sposób efektywnie analizować asortyment i określać obszary wymagające poprawy. Dowiesz się, jakie pytania warto sobie zadać, żeby wyciągać konstruktywne wnioski i podejmować właściwe dla Twojej apteki decyzje. Poznasz kryteria doboru asortymentu ukierunkowane na dostarczenie pacjentowi szerokiego wyboru, a Tobie odpowiednio dobranego magazynu. Nauczysz się efektywnie wykorzystywać taktyki kategorii ze szczególnym uwzględnieniem taktyk cenowych (tzw. pricing), co pozwoli Ci zoptymalizować ceny w sposób zwiększający konkurencyjność apteki z jednoczesną poprawą rentowności sprzedaży.

Więcej na: www.konkurencyjnaapteka.pl



REKOMENDACJA W APTECE – JAK REALIZOWAĆ OBSŁUGĘ SPRZEDAŻOWĄ PACJENTA W ZGODZIE Z ETYKĄ ZAWODU FARMACEUTY

Książka ta jest pierwszym na rynku, opartym w pełni o realia polskich aptek, przewodnikiem po najskuteczniejszych metodach pracy związanej z rekomendacją w aptece. Powstała na bazie ogromnej ilości szkoleń, które przeprowadziłem dla farmaceutów na przestrzeni ostatnich lat. Dzięki niej, po pierwsze, przekonasz się, że rekomendacja może być narzędziem do udzielania porad pacjentowi. Po drugie, dowiesz się, jak możesz realizować tę część Twojej pracy w sposób prosty i w pełni zgodny z etyką zawodu farmaceuty. Po trzecie, nauczysz się wykorzystywać pytania, które sprawia, że w ogóle nie będziesz musiał rekomendować, bo samo pytanie dostarczy pacjentowi niezbędnych informacji. Po czwarte, dowiesz się, jak reagować w sytuacji trudnej. I po piąte, poznasz praktyczne ćwiczenia do samodzielnego przepracowania, które umożliwią Ci nabycie umiejętności dopasowanych do konkretnych potrzeb.

Więcej na: www.rekomendacjawaptece.pl

