



Forbrugerbehov



Kapacitet

Fokus på forbrugernes behov

af Kristian Kjærsgaard, Chef for IT

Patientomsorg, compliance og farmaceutisk vejledning... de fleste af os vil nikke genkendende til, at det netop er begreber som disse, der udgør forskellen på den service, forbrugerne møder på apoteket og den betjening, de møder i markedets alternative salgskanaler. Så langt så godt. Næste spørgsmål er så, om patienterne og forbrugerne føler det samme? Og ser samme forskel?

Rigtig mange steder er svaret: Ja! Men i nogle tilfælde gør en travl hverdag på apoteket, udskiftning i personalegruppen eller vikarer, at "det lidt ekstra" apoteket kan, ikke kommer forbrugerne til gode. Hos TMJ vil vi gerne hjælpe apoteksansatte til hver dag og hele tiden at kunne vise kunderne dét, der gør netop apoteket unikt.

Derfor er vi i fællesskab med flere apoteker ved at lægge sidste hånd på en såkaldt omsorgssalgsdatabase. Dette FOKUS-projekt er initieret af apotekere, indholdet i databasen er udarbejdet af farmaceuter, og TMJ har inviteret begge it-udbydere med i diskussionen om, hvordan man bedst teknisk udnytter apotekets faglighed til at indfri forbrugernes behov.

Omsorgssalgsdatabasen

Omsorgssalgsdatabasen er praktikernes værktøj. Det er en teknisk funktion, der kommer til at ligge som en del af det eksisterende it-system på apoteket. Den giver oplysninger om, hvilke bivirkninger, der er ved det udleverede lægemiddel og hvilke anbefalinger, apoteket kan komme med.

Styregruppen bag projektet har som udgangspunkt brugt ATC koderne som fælles reference og haft fokus på at udarbejde et enkelt og konkret tekstindhold. Derudover har de givet TMJ et oplæg om selve funktionen: Informationerne og de gode råd skal gerne komme på skærmen, når der er en naturlig pause i ekspeditionen. Dette ønske har TMJ bragt videre til IT-udbydere.

Win, win, win

På de næste sider kan du læse et interview med apotekerne Paul Bundgaard, Jørgen Moestrup og Niels-Philip Søgaard fra projektets styregruppe, og høre, hvordan de forventer, at løsningen vil hjælpe både på kundetilfredshed, på arbejdsklima og på apotekets bundlinje. Som Paul Bundgaard begejstret formulerer det: "Det er en ren win, win, win situation for alle parter."

God læselyst.

FOKUS

TMJs projekt Forbrugerbehov har til formål at udvikle tekniske løsninger, der kan støtte apoteksansattes patientomsorg.

Én af de tekniske løsninger er Omsorgssalgsdatabasen



Hvornår:

- I får adgang i takt med, at it-udbydere åbner op for databasen

Fordele:

- I har de vigtige informationer om bivirkninger, anbefalinger og argumenter ved hånden, når I står over for kunden
- I får talt med kunderne om den fulde behandling – også bivirkninger og lindring heraf
- Kunderne kan gå fra jer med alt det i posen, der er nødvendigt, for at de kan sikre deres videre egenomsorg

Teknisk:

- Databasen integreres med det it-system, der allerede er på apoteket
- Den vises på samme skærm, i samme sprog og med den teknik, I er vant til
- Indholdet er specificeret af farmaceuter og vedligeholdes og opdateres løbende

Rapporten der fik lavere og lavere politisk prioritet

af Jørgen Kelkjær, Administrerende direktør



Under stor politisk bevågenhed nedsatte den tidligere borgerlige regering for nu snart to år siden et ministerielt udvalg med det formål at modernisere Apoteksvæsenet. Den nuværende regering valgte at videreføre arbejdet med en let "modernisering" af kommissoriet. Stor politisk bevågenhed så vi i efteråret fra diverse ministerier og fra markedsaktører. Der var derfor store forventninger forud for den annoncerede offentliggørelse før jul. Så var der lidt knas mellem nogle ministerier, og offentliggørelsen blev rykket til vinterferien. Ny tidsplan til før påske, så maj, så sommerferien og nu måske efteråret. Ja, det er en farce. Officielt begrundes udskydelsen med folkeskolelærere, læger og produktivitetskommissionen.

Måske er forklaringen mere ligetil. Danmark har et af Europas bedst fungerende apoteksvæsen, og det bliver mere

og mere klart for politikerne. Vi har meget lave priser på medicin, stor sikkerhed omkring udleveringen, og forbrugerne er ganske godt tilfredse ifølge løbende målinger. Kan rapporten forsvinde helt ud i den blå luft? Næppe, og her er det vigtigt at huske på, at ét er rapporten og dens konklusioner, noget helt andet er at få konklusionerne omsat til lovgivning med et politisk flertal bag. Med andre ord er det rent gætværk, hvorledes moderniseringen falder ud, når den engang er omsat til lovgivning.

Uanset udfaldet ser TMJ det som vores rolle at støtte apoteket gennem de eventuelle ændringer i det nye konkurrencelandskab. Åbnes muligheden for kædedannelser, shop in shop løsninger eller fri nedsættelse for farmaceuter med autorisation, vil vi se en række nye aktører i markedet. Vi vil stille den viden, vi har i Celesio-koncernen om indkøb og apoteksdrift, til rådighed for vores kunder. I sammenhæng med vores topmoderne IT-system og logistikcentre kan vi håndtere og understøtte en hvilken som helst model, vi kommer til at se på fremtidens apoteksmarked.

I et interview i Medwatch er vores synspunkt formuleret således: "Vi tænker ikke nødvendigvis, at man skal eje noget for at få forretningsmæssig succes. Uanset om butikskoncepterne er ejet af os selv eller vores kunder, så tillægger vi begge løsninger lige stor forretningsmæssig værdi. Vi er ikke gammeldags tænkende, hvor man skal eje noget, før man kan tjene penge. Sådan ser vi det faktisk absolut ikke."

På nye poster

TMJs chef for IT, **Eugene de Ras**, har sagt ja til at påtage sig nye opgaver for Celesio uden for Danmark. I 3 år har Eugene de Ras styret vores IT lige fra den spæde og vanskelige begyndelse, da vi skiftede systemerne ud, til i dag, hvor vi står med et moderne system, der kan håndtere alle nuværende og fremtidige krav til en optimal IT-drift. **Kristian Kjærsgaard** overtager jobbet som Chef for IT. Kristian har i forvejen arbejdet tæt sammen med IT afdelingen og er arkitekten bag mange af de nye

værktøjer, vi løbende har udviklet for at øge produktiviteten både på apoteket og hos TMJ. Stillingen som Chef for Marketing overtages af **Anders Norstrand**, som kom til TMJ i februar for, som projektleder, at undersøge, hvilke af Celesios apotekskoncepter, der vil kunne hjælpe vores kunder succesfuldt gennem en modernisering af apotekssektoren. Med Kristian og Anders på de respektive poster, bliver TMJ's teknologi- og markedsudvikling yderligere styrket.

"Faglig o del af pa

Apotekerne Paul Bundgaard, Niels-Philip Søgaard og Jørgen Moestrup har sammen med en række af deres medarbejdere bidraget til udviklingen af omsorgssalgsdatabasen. Det har de gjort både med faglig farmaceutisk viden og med konkret erfaring fra kundebehandling. TMJ Nyt spørger her ind til tankerne bag projektet og de forventede gevinster.

"Omsorgssalgsdatabase" - det er et langt ord. Jørgen Moestrup - er det ikke modstridende at koble omsorg og salg?

Nej, jeg mener, at det er sund fornuft, og i øvrigt er det slet ikke en ny tanke. Hos os har omsorg og salg altid været to sider af samme sag. Vi skal give kunderne en hurtig, professionel og god behandling – og gerne serveret med et smil. Omsorgssalgsdatabasen minder os så om, at vi også har et ansvar for, at patienterne er fuldt behovsdækket, når de går fra os. Den del kan vi nok blive bedre til.



Jørgen Moestrup
Ringsted Apotek

Kan du komme med et eksempel?

Ja - sagen er jo den, at hvis vi alene giver patienterne dét, der står på lægens recept, så kommer de ofte til enten at mangle noget, når de kommer hjem, eller også må de i andre butikker for at få fat i resten til plejen. Hvis recepten fx lyder på en luse shampoo, så er det vigtigt, at vi husker at gøre kunden opmærksom på, at pakken ikke altid indeholder en lusekam, og at det også kan være en god idé at tage balsam med hjem.

Omsorg skal altid være en pakken"

Hvordan hjælper omsorgssalgsdatabasen jer der?

Jamen den sikrer jo netop, at vi husker at tale om dét, der ikke står på recepten. Dét, vi kalder compliance og krydsreferencer. Udover at tale om tættekammen til luseshampooen skal databasen få os til at spørge ind til, om kunden oplever bivirkninger ved behandlingen, så vi enten kan komme med forslag til et substitutionsprodukt eller til håndkøbsprodukter, der kan lindre symptomerne. Hvis vi vil sikre, at patienterne er fuldt behovsdækket, når de går fra os, så skal vi huske at vise dem denne omsorg.



Niels-Philip Søgaard,
Slagelse Rådhus Apoteket

Niels-Philip Søgaard - hvilken effekt forventer du, at omsorgssalgsdatabasen får på dig og dine medarbejdere?

Der er helt klart nogle medarbejdere, for hvem det bare falder naturligt at spørge ind til kundens behov og ad den vej sælge ekstra. Andre føler det akavet, og for dem vil det helt sikkert blive lettere, når de nu får stikord på skærmen. Vi har bevidst opbygget vores database sådan, at den som svar på en bivirkning ikke peger på ét varenummer, men på en hel produktgruppe. Dermed udfordrer databasen hele tiden medarbejdernes faglighed i ekspeditionen, og man kan næsten se, hvordan de vokser af det. Samtidig er det sjovt at se, hvordan de nu slet ikke kan lade være med at konkurrere indbyrdes om, hvem der yder den bedste service og også får solgt mest.

Og hvordan tror du, at kunderne oplever den øgede opmærksomhed?

Jamen, de føler jo bare, at de får service for alle pengene. De får opmærksomhed, de får en skræddersyet farmaceut-



F

FORBRUGERBEHOV

Vi støtter jer i at få afdækket forbrugernes behov – fx via omsorgssalgsdatabaser og kundestrømsanalyser.

tisk rådgivning, og så får de en fuld behandling med hjem. I en travl hverdag er kunderne kun glade for, at de ikke behøver at skulle andre steder hen for at klare de resterende indkøb til behandlingen. Så længe vi sælger med vores faglighed, bliver det en god oplevelse for alle parter!



Paul Bundgaard,
Roskilde Dom Apoteket

Paul Bundgaard - betyder det, at den lange farmaceutiske uddannelse, I har på apoteket, nu er ligegyldig? At enhver, også uden for apoteket, vil kunne betjene kunderne, blot de har en omsorgssalgsdatabase?

Nej – og det er vigtigt at understrege! På apoteket får kunden altid den ekstra sikkerhed, der er forbundet med, at vi har vores farmaceutiske viden og kan afdække kundernes behov. Ethvert salg hos os bunder i et fagligt skøn, og på den måde er vi – og vil vi altid være – lægens forlængede arm. Vores database er jo opbygget, så den støtter os som fagpersoner og udfordrer os til at træffe valg baseret på vores faglige viden. Den kan ikke, og den skal ikke, erstatte vores kompetencer. Vi skal jo ikke reduceres til udleveringsrobotter.

Hvordan forventer du, at det vil påvirke apoteket som forretning?

Det er jo ingen hemmelighed, at et øget salg også vil betyde en øget indtjening. På den måde er det en win, win, win situation for alle parter. Men det vigtigste er nu, at vi skærper fokus på apotekets faglige profil. Den er vores styrke og en vigtig del af dét image, vi skal sørge for at pleje. På et apotek skal faglig omsorg altid være en del af pakken.

Tjek dig selv

Når du sælger en luseshampoo

– husker du så at spørge ind til, om patienten også vil have balsam og en lusekam med hjem?

Ja Nej

Når du sælger et middel mod fodsvamp

– husker du så at spørge ind til, om patienten vil have pudder med hjem til den videre forebyggelse?

Ja Nej

Når du ved selvsyn kan se, at patientens medicinske behandling giver tør og kløende hud

– husker du så at informere om, at der findes et substitutionsprodukt uden denne bivirkning?

Ja Nej

TMJ udvider kapaciteten i Vejle

af Birgit Meise, Chef for kommunikation

I efteråret 2012 måtte vi erkende, at vores kapacitet var sat under pres. Derfor blev der i oktober sat gang i opførelsen af en tilbygning, der vil sikre vores kapacitet i lang tid fremover.

Der blev arbejdet hurtigt, og 1. april i år kunne vi tage det større lager i brug. Lageret er samlet set udvidet med 750 m² og har, ud over de mange ekstra pallepladser, også givet os bedre plads til køle- og andre specialvarer. Alt i alt er der skabt

et bedre flow lige fra varemodtagelse til forsendelse, og personalet kan glæde sig over mere plads og en hensigtsmæssig indretning, der letter de daglige rutiner og mindsker risikoen for fejl.

Inden sommerferien kan også vores administrative medarbejdere indtage de nye kontorlokaler i samme bygning. Kontorlokalerne fremstår åbne og moderne og er indrettet med fokus på kommunikation, teamarbejde og innovation.

Vi synes, at resultatet er blevet flot og glæder os til at vise det frem for vores kunder og andre samarbejdspartnere.



Temperaturstyring

af Marianne Olsen, Chef for kvalitet

Lægemidlers kvalitet afhænger af korrekte opbevaringsbetingelser også under transporten fra grossist til apotek. Dét er vi hos TMJ meget opmærksomme på. Derfor følger vi som noget helt naturligt myndighedernes forskrifter i de såkaldte GDP guidelines.

I Europa-Parlamentets og Rådets nyeste GDP guideline "Vejledning af 7. marts 2013 i god distributionspraksis for humanmedicinske lægemidler (2013/C 68/01)" stilles der bl.a. krav om, at biler, der transporterer lægemidler i europæiske lande, fra 7. september 2013 skal have udstyr til temperaturstyring og monitorering af temperaturen.

Hvorfor nu det?

Som vi tidligere har skrevet om her i TMJ Nyt, så har vi allerede indført kasser til transport af kølevarer (2-8 °C), som også bliver pakket efter specielle procedurer.

Den nyeste GDP guideline stiller nu temperaturkrav også til transporten af "almindelige lægemidler", der opbevares ved stuetemperatur (15-25 °C). Her skal vi fremover kunne dokumentere, at temperaturkravene er blevet overholdt

under transporten fra TMJ til det enkelte apotek, og at lægemidlerne derfor ikke er blevet udsat for forhold, der har påvirket deres eller emballagens kvalitet.

Samme dokumentationskrav gælder for pakning og transport af returvarer fra apoteket.

Det kræver nyt og avanceret udstyr i alle vores biler. Lige vel omstændigt, vil nogle måske mene. Hos TMJ mener vi, at det er en god idé. Fordi forbrugernes velfærd ligger os på sinde – og fordi kvaliteten på vores lægemidler aldrig må kunne drages i tvivl.



De reviderede regler fremgår af Europa-Parlamentets og Rådets "Vejledning af 7. marts 2013 i god distributionspraksis for humanmedicinske lægemidler (2013/C 68/01)". Særligt relevant for artiklen er Kapitel 9 - Transport. Vejledningen findes i sin fulde ordlyd på denne adresse:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:068:0001:0014:DA:PDF>

God distributionspraksis (GDP)

GDP er den del af kvalitetssikringen, som sikrer, at lægemidlers kvalitet opretholdes i alle faser af forsyningskæden, lige fra fremstillingsstedet til det apotek eller den person, der har tilladelse eller bemyndigelse til at udlevere lægemidler til forbrugerne.

TMJ NYT NR. 02, JUNI 2013, 4. ÅRGANG

Udgiver, TMJ A/S

www.tmj.dk, tlf. 4457 1100

Brandstrupevej 4, 2610 Rødovre

REDAKTION

Birgit Meise (ansv.red.) tlf. 4457 1123, birgit.meise@tmj.dk

Jørgen Kelkjær, tlf. 4457 1120, joergen.keljaer@tmj.dk

Marianne Timm, tlf. 4457 1135, marianne.timm@tmj.dk

Kristian Kjærsgaard, tlf. 4457 1138, kristian.kjaersgaard@tmj.dk

PRODUKTION

Assonans og CLAUSEN & CO.

Oplag og udgivelse, 600 eksemplarer – 3 gange årligt

KOMMENTARER?

Vi vil meget gerne høre fra dig, hvis du har kommentarer eller ideer til artikler. Skriv til ansvarshavende redaktør Birgit Meise, birgit.meise@tmj.dk eller ring på tlf. 4457 1123.



OM TMJ A/S

TMJ A/S er i sin egenskab af medicinalgrossist og distributør en erfaren, dynamisk og fleksibel partner for apoteker, sygehusapoteker og medicinalproducenter i Danmark. TMJ A/S er samtidig en del af Europas største medicinaldistributør, Celesigruppen, der er repræsenteret i 16 lande med 40.000 medarbejdere og 170 mia. kr. i omsætning.

tmj tjellessen max jenne