



http://www. Gyógyszertárak a világhálón

Korszerű internetes reklámlehetőséget mutatott be újdonságai között a Novodata a Gyógyszerészek Országos Konferenciáján. A gyógyszertárak számára a betegtájékoztató rendszer már nem csupán információs, de marketing eszköz is lehet. A rendszer feltöltése a patika saját akciós termékeinek reklámjával nem igényel előzetes informatikai ismereteket.

Az újdonság apropóján a gyógyszertárak internetes lehetőségeit igyekeztünk feltérképezni.

Gyógyszerrendelés, információcsere, a változások követése — csak néhány olyan terület, ahol az internet segítséget jelent a gyógyszerészeknek. Ám a világháló által kiaknázható lehetőségek tárháza ezzel korántsem ér véget. Kurucz Róbert, a Novodata Zrt. kereskedelmi igazgatója szerint napjainkra valamennyi gyógyszertár felismerte, hogy a kialakult kemény versenyhelyzetben nélkülözhetetlenek az internet nyújtotta előnyök. A szakember szerint az internetes kommunikáció a gyógyszerészek körében általánosan elterjedté vált napjainkra, azonban a gyógyszeres honlapokat illetően egészen más a helyzet. Kurucz Róbert elmondta, hogy a Novodata már régóta küldetésének tartja az internetes világ meghonosítását a gyógyszertárakban.

„Amikor Magyarországon megjelent az internet, az elsők között integráltuk rendszerünkbe a technológiát, és tettük elérhetővé a gyógyszerészek számára. Gyógyposta rendszerünk bevezetésének célja a hagyományos, postai úton érkező rendszerkarbantartások kiváltása volt. Az internet a közvetítő közeg szerepét vette át, így jóval kedvezőbb költségvonzattal bonyolítható a kommunikáció és az adattovábbítás. A Gyógyposta azonban nemcsak a gyógyszeres honlapok frissítésére alkalmas, hanem lehetővé teszi a korszerű, elektronikus rendelést a nagykereske-

déktől, valamint belső VIP levelezést is kínál. Ebben a közegben zajlik a folyamatos törzskarbantartás, illetve az OEP által közzétett árvaltozások is a Gyógypostán jutnak el a patikákba. A Gyógyposta bevezetésével kézzel foghatóbbá tettük az internetes technológiát a gyógyszerészek számára, akik ma már széles körben kihasználják a világháló nyújtotta egyéb lehetőségeket: a webes információszerzést, az e-mail alapú kommunikációt, vagy akár a webkamerás video-telefonálást is.

A Gyógyposta kommunikáció tehát fejlesztéseink egyik fő irányvonala ezen a területen. Másrésztől webpatika megoldásunkat emelném ki. Ebben két célcsoportot határoztunk meg: egyes patikáknak általános sablonokból választható webes felületet alakítottunk ki, míg másoknak egyedi honlapot készítettünk a megrendelő igényeinek megfelelően. Mindkét esetre igaz azonban, hogy a weboldalt a gyógyszeres honlaphoz szorosan igazodva hozzuk létre. Ez azért fontos, mert így a gyógyszerésznek nem kell programozói ismeretekkel bírnia ahhoz, hogy a számára lényeges információkat, képeket a neki testő formában jeleníthesse meg, hanem ezeket a feltöltéseket egy általa is ismert, megszokott és könnyen kezelhető felületen keresztül végezheti el. Ezáltal egyedivé varázsolhatja a szabványosított megoldást is.”

Egyre több patika ismeri fel, hogy az internet

interaktív közegként is használható, melynek talán legismertebb formája a netes vásárlás. Az elektronikus kereskedelem valódi térhódítása azonban még várat magára. Ez egyfelől a visszaélésektől való félelemmel és az ebből fakadó bizalmatlansággal magyarázható, amely általánosan jellemzi a netes vásárlásokat. A Novodata kereskedelmi igazgatója azonban egy egészen speciális problémára is felhívja a figyelmet: „Bár az internetes vásárlás lehetősége adott a webpatika rendszerben, és néhány gyógyszertár él is vele, megfigyelhető, hogy ma Magyarországon a legtöbb gyógyszert fogyasztó korosztály számára még nem mindennapos a számítógép és az internet használata, így ez a csoport a klasszikus módszereket alkalmazza. Arról nem is beszélve, hogy a gyógyszerésszel való találkozást és a tőle kapott szakmai tanácsadást az internet nem képes ki-

váltani. A beteg a patikában konzultálhat a gyógyszerésszel a betegségével kapcsolatos kérdésekről, problémákról, és naprakész tanácsokat kaphat. Ez ugyan az internetes oldalon is megvalósítható, de a személyes kommunikáció sokak számára inkább tűnik teljes körű megoldásnak.”

A jövőt illetően Kurucz Róbert kiemelte, hogy a Novodata számára továbbra is a felhasználók, azaz a gyógyszerészek igénye és véleménye az elsődleges. Az idei konferencián bemutatott internetes reklámlehetőségen kívül több olyan fejlesztésen is dolgoznak, melyet gyógyszerészi igények ihlettek.

„Fejlesztéseink irányvonala hadd maradjon a mi szakmai titkunk. Az azonban biztos, hogy a jövő márciusi konferencián is izgalmas újdonságokkal igyekszünk majd kivívni partnereink elismerését.”

Kovács M. Veronika

