

„To je život,“ povzdechla si historie, učitelka života, „každý rok učit podle nových osnov...“.

Gabriel Laub, česko-polský esejist a aforista

Okénko do Apatyky SLAVÍ TŘI ROKY EXISTENCE

Od ledna 2011 vychází už čtyřiatřicáté číslo našeho *Okénka do Apatyky*. V době svého vzniku nahrazovalo naše pravidelné příspěvky v rubrice Okénko do Apatyky, které pět let vycházely v měsíčníku Folia, firemním časopisu společnosti Phoenix LV. Cílem této publikační aktivity bylo a je informovat o dění v naší společnosti a o trhu informačních technologií pro lékárny v naší zemi.

Jako progresivní společnost přinášející na náš trh všechny technologické novinky vždy mezi prvními jsme se před třemi lety rozhodli pokračovat ve vydávání *Okénka do Apatyky* v elektronické formě.

Elektronická podoba periodika zkracuje potřebné výrobní lhůty a můžeme tak rychleji reagovat na aktuální novinky i neustále se měnící podmínky na poli informačních technologií pro lékárny. Je obecným trendem, že elektronizace zrychluje procesy a obvykle vede k úsporám. Jako příklad může sloužit třeba změna způsobu objednávání u lékárenských velkoobchodů.

Nahrazení původních písemných objednávek elektronickými přineslo jejich rychlejší realizaci, ale také úsporu jak na straně velkoobchodů díky možnosti automatického zpracovávání elektronických objednávek, tak na straně lékáren v podobě minimalizace skladových zásob. A to už nemluvím o ekologickém dopadu nahrazení papíru elektronickou formou. I z těchto důvodů považujeme naše rozhodnutí o elektronizaci našeho věstníku *Okénka do Apatyky* za krok správným směrem.



Za ty tři roky se v naší společnosti a obecně i v oboru informačních technologií pro lékárny hodně událo. Jen počet lékáren, které používají moderní informační systém Mediox, narostl o více než čtyřicet procent a počet našich zákazníků tak už dosáhl čísla 960. Na tomto nárůstu se kromě naší aktivní obchodní politiky podílí i rostoucí zájem samotných lékárníků, pro které se společnost Apatyka servis se svými produkty stává stále vyhledávanějším partnerem. A k dobrému jménu přispívá i faktická informovanost na stránkách *Okénka do Apatyky*.

Do čtvrtého ročníku vstupujeme s rozšířeným šestistránkovým vydáním, ve kterém kromě obvyklých rubrik najdete i další křížovku o ceny a informace o novém pohledu našeho lékárenského systému Mediox 3000. Spolu s měnícím se firemním stylem (corporate identity) připravujeme v průběhu tohoto roku i nový formát *Okénka do Apatyky*. Věříme, že nám zachováte přízeň a zůstanete i nadále našimi věrnými čtenáři.

MOBILNÍ APLIKACE FYTO TEST

Cílem společnosti Apatyka servis je být inovativní a svým zákazníkům zpřístupnit v nejkratším možném čase všechny novinky z oblasti informačních technologií. Člověk je tvor zvědavý, a pacient v lékárně není výjimkou. Chce si všechno nové osahat a vyzkoušet. Někteří z nás jsou možná konzervativní a neradi mění zaběhlé zvyklosti. Nevyměníme svoji banku, mobilního operátora a třeba ani dodavatele informačního systému, třebaže konkurence nabízí lepší produkt. Při představě změny našich návyků a učení se něčemu novému raději rezignujeme na nové, byť možná lepší řešení. Mobilní aplikace pro lékárny je ale novinkou, která nic nenahrazuje a nenutí nás měnit naše zvyklosti. A navíc její vyzkoušení uživatele nic nestojí.

Mobilní aplikace *Fyto test* se dá nejlépe přirovnat k půjčené knížce nebo novinám *Metro*, které jsou zdarma rozdávány v pražské hromadné dopravě. Čtenáře pobaví, ukrátí dlouhou chvíli při cestě nebo při čekání na spoj. Přitom vedle zábavy a reklamy nabízí i poučení a často slouží jako zdroj vyhledávaných informací - například o změnách v dopravě či programu televize. Cestující pak není líný udělat pár kroků navíc ke stojanu, aby své oblíbené *Metro* získal.

I uživatelé mobilních aplikací v chytrých telefonech si rádi vyzkouší novou hru, test, aplikaci. A dobře si pamatují, kdo a kde, která lékárna ji jim poskytla – krom toho je tato informace uvedena v aplikaci přímo na titulní stránce.

Mobilní aplikaci *Fyto test* aktuálně nabízí ke stáhnutí třicet lékáren a za tři měsíce její existence si ji stáhlo už pět set majitelů chytrých telefonů.



ÚSPĚŠNÉ LÉKÁRNY POUŽIVAJÍ SLUŽEB APATYKA SERVIS

Apatyka servis, s.r.o.

K Pérovně 945/7, 102 00 Praha 10, tel.: +420 296 808 300

www.apatykaservis.cz, obchod@apatykaservis.cz

Pobočky:

Plzeň, Brno, Ostrava, Vysoké Mýto, Tábor, Liberec

Logo
Vaší
lékárny

Fyto test
Apatyka servis, s.r.o.

Projevy
Odkazy

Nemůžeme dojít na konec svého života a zjistit, že jsme žili jen jeho délku. Je třeba žít také jeho šířku a hloubku.

Diane Ackerman, americká spisovatelka a básnířka

PŘEDSTAVUJEME



Martin Křištof pracuje v plzeňské pobočce společnosti Apatyka servis na pozici systémového poradce od roku 2007.

Pochází ze starobylého města Dobřan, které v loňském roce oslavilo 770 let od svého založení. V malebném městečku nad

Radbuzou absolvoval i základní školu. Od dětství se zajímal o počítače a výpočetní techniku vůbec. Když mu bylo osm let, pořídili si rodiče pro podnikání osobní počítač – tehdy ještě s procesorem 80486, předchůdcem Pentia. Z dnešního pohledu to zní archaicky, i když mluvíme o době zhruba před dvaceti lety.

Přestože si rodiče koupili počítač a priori pro účetnictví, instalováním různých her se Martin pomalu učil a získával tak první základní počítačové znalosti. A když na základní škole



přišla nabídka volitelných předmětů, byla informatika jasnou volbou. Po základní škole nastoupil Martin na Sportovní a podnikatelskou střední školu v nedaleké Plzni, kde úspěšně vystudoval obor firemní management a marketing. Obsahem studia kromě ekonomických studií včetně firemních financí byl samozřejmě i marketing a výpočetní technika.

Martin je ročník, který ještě zažil základní vojenskou službu. Tu absolvoval jako řidič bojového vozidla. Po návratu, pak své zkušenosti zúročil jako řidič v rodinné firmě.

Byla to zajímavá životní praxe, ale profesně se chtěl Martin věnovat informačním technologiím. Proto nastoupil na vyšší odbornou školu v Plzni na Slovanech, kde si zvolil obor výpočetní systémy.



Kromě získání teoretických znalostí i praktických dovedností ve studovaném oboru tady mají studenti příležitost blíže se seznámit s výpočetní technikou a vyzkoušet si moderní softwarové produkty obecného i aplikačního charakteru.

Ale tahle praxe byla Martinovi málo. Po prvním ročníku se od bývalého spolužáka dozvěděl o volné pracovní pozici u společnosti Apatyka servis. Vždy si přál něco podobného dělat a tak využil příležitosti a na místo druhého ročníku nastoupil k Apatyce.



Kromě informatiky se od dětství zajímá i o jinou techniku. Od mala rád jezdí na motorce. Začínal na Jawě 20 pionýr, později přesedlal na silnější stroj Kawasaki Z750s. Společné výlety na motorce ukončila až nehoda kamaráda a kolegy, o které jsme psali v listopadovém *Okénku do Apatyky*.

Ale život není jen sezení před obrazovkou u počítače či v sedle silné mašiny. Už od mládí ho rodiče vedli k aktivnímu sportování. Nejdříve dělal gymnastiku a později začal trénovat karate. Když zbude čas, i dnes si rád zajde do posilovny, s přáteli na florbal nebo si zaplavat do bazénu.

Spojení informatiky a aktivního sportovního využití ho přivedlo k nejnovějšímu koníčku - geocachingu.

Geocaching je hra či sport, která kombinuje práci s počítačem s pobytem v přírodě. Účastníci si nejdříve na internetu musí najít GPS souřadnice či jiné indicie o uschované schránce, takzvané „kešce“, a tu pak musí najít i přímo v terénu. Geocaching rozvíjí logické myšlení, ale často vyžaduje i fyzickou zdatnost k dosažení důmyslně ukrytých kešek. Kromě toho při něm poznáte spolu se svými přáteli řadu úžasných míst doma i v cizině.



A důvod, proč je Martin ve společnosti Apatyka rád: „Práce systémového poradce mě baví, protože je to zajímavá a různorodá práce, při které se neustále učím nové věci.“

DO NOVÉHO ROKU S NOVÝM E-SHOPEM



Internetové obchodování je v České republice na vzestupu. V roce 2013 bylo u nás 35 tisíc e-shopů, to je nárůst oproti předchozímu roku o více než čtvrtinu. V poslední době vzniká v naší zemi každý měsíc osm set nových internetových obchodů. Stovky jich sice nepřežijí první měsíce existence a brzo zaniknou, přesto je osm tisíc nových internetových obchodů za jeden rok úctyhodné číslo. Brzké ukončení obchodu se týká především těch provozovatelů, kteří jednorázově zveřejnění svoji nabídku na internetu a čekají, až jim pečení holubi sami budou létat do úst.

Internetové obchodování se řídí stejnými obecnými zákonitostmi jako každá jiná směna zboží za peníze. Jiná forma nám sice dává jiné možnosti, ale základ zůstává. Naše nabídka musí být na internetu stejně jako v kamenném obchodě konkurenceschopná, a to jak cenově, tak i v kvalitě poskytovaných služeb. Úspěšný obchod musí návštěvníka webových stránek zaujmout něčím, co jinde nemají. Právě u internetových obchodů hraje konkurenceschopnost významnou roli. Návštěvník na jednom místě může porovnat nabídku několika dodavatelů a v klidu a bez stresu se rozhodnout. Při výběru klasické kamenné provozovny bere zákazník při rozhodování v potaz nejen vzdálenost, ale třeba i momentální počasí. Kdo nerad chodí v dešti, často raději zvolí bližší obchod, byť má užší nabídku a mizerné služby. Ale jsme pohodlní. A to je důvod rostoucí oblíbenosti nakupování po internetu.

Internet u nás používá šest a půl milionu osob, přičemž více než polovina lidí nakupuje po síti víckrát než jednou ročně. Obchod, to je dimenze internetu, která nabývá rok od roku na významu. Obrat internetového obchodu se za právě uplynulý rok odhaduje na 60 miliard Kč. Tyto peníze zákazníci neutratili v kamenných obchodech, ale za zboží a služby, které si objednali po internetu. A tato částka dále poroste i v nejbližších letech. Je v zájmu každého, kdo nabízí zboží a služby a kdo chce být na trhu dlouhodobě úspěšný, prezentovat se i prostřednictvím internetové sítě.

Nabídnout nejnižší cenu přitom není zaručený recept na úspěšný internetový obchod. E-shopy mají obvykle široký sortiment a mohou nabízet i to, co momentálně nemají na skladě. Součástí každého nabízeného produktu mohou být i podrobné informace včetně návodu na (po)užívání. Takové informace může provozovatel e-shopu přebírat od svého dodavatele, a pak jsou zobrazovány všude stejné informace, nebo je může doplnit o vlastní poznatky a zkušenosti ostatních zákazníků. V záplavě nabídek internetových obchodů preferují zákazníci právě ty obchody, které zveřejňují i hodnocení těch, kteří si zakoupený produkt už vyzkoušeli. Úspora času a možnost srovnání je hlavní lákadlo internetového obchodování.

Týkají se úvahy popsané výše i lékárenských e-shopů nabízejících volně prodejné léky, potravinové doplňky a další sortiment? Podle databáze SUKLu existuje v ČR téměř dvě stě lékáren s internetovým prodejem. Co do počtu lékáren se nejedná ani o deset procent, ale mnohem zajímavější je jejich podíl na celkových tržbách. A tento podíl neustále stoupá. Stačí se podívat na výsledky, které úspěšní provozovatelé lékárenských e-shopů zveřejňují

První internetové lékárny se objevily před více než sedmi lety. Za tu dobu se vývoj nezastavil. Kromě technologických novinek se několikanásobně zvýšil i počet nakupujících v internetových obchodech a spolu s rostoucí počítačovou gramotností vzrostly i jejich nároky na komfort e-shopů. Z tohoto důvodu společnost Apatyka servis navázala spolupráci s tvůrcem internetových obchodů společností MK software a od roku 2014 dodáváme našim partnerům nový internetový obchod, který splňuje všechny požadavky na moderní lékárenský e-shop. Důraz je přitom kladen na zajištění dalšího vývoje i individuální požadavky jednotlivých lékáren.



Společnost Apatyka servis spolu s firmou MK software dodává nástroje, které vytvářejí našim partnerům možnost úspěšně realizovat jejich záměry v oblasti internetových lékáren. Jenom možnost. Nic víc a nic míň. Jak se o tom vyjádřil PharmDr. Petr Krpálek z lékárny Centrum v Mělníku:

„Asi před 5 lety jsme se začali provozovat e-shop. Časem však původní aplikace přestávala být funkční, špatně fungovala administrace, vývoj se zastavil. V konečném důsledku se stal e-shop pro praxi prakticky nepoužitelný.

Přivítali jsme proto možnost převést e-shop na nový systém vytvořený MK software. Zásadní změna byla zřejmá od samého začátku: podstatně lepší komunikace s tvůrci software, možná spolupráce mezi pracovníky Apatyka servisu a MK software. Ocenili jsme rovněž řešení individuálních požadavků, to dříve nebylo možné vůbec. Zavedením nového systému jsme se dostali na zásadně vyšší úroveň provozování e-shopu. Samozřejmě pro hodnocení úspěchu obchodování prostřednictvím internetu záleží také na dalších faktorech, které si každá lékárna určuje sama pro sebe (např. propagace, nastavení různých parametrů v e-shopu, ceny). Základ, na kterém se staví, však považují za důležitý. Také z důvodu zajištění dalšího servisu a aktualizace e-shopu mohu převedení na nový systém jen doporučit.„

TRPÍTE MYŠITIDOU?



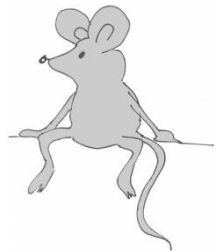
Vy nevíte, co je to „myšitida“? Je to laický název syndromu karpálního tunelu – zánětu šlachových obalů a šlach, které prochází zápěstím. Je to onemocnění, které nás může postihnout při pravidelné práci u počítače. V minulosti touthle chorobou trpěly ženy dojící krávy, dokud jejich namáhavou práci nezvládly stroje – elektrické dojičky.

Jak se ale této nemoci vyhnout u počítače? Omezit práci s myší, která jednostranně namáhá zápěstí ruky. V současnosti výpočetní technika nabízí různé možnosti svého ovládní. Kromě klávesnice a myši jsou dnes k dispozici cenově široce dostupné dotykové obrazovky. Tyto monitory nešetří jen zápěstí, ale mají pozitivní vliv i na oči a jejich únavu, protože nevyžadují neustálé změny pohledu mezi obrazovkou, klávesnicí či myší a pacientem za tálou. I z hlediska marketingu je oční kontakt se zákazníkem mnohem přínosnější, než sklopené oči neustále hledající na stole myš.

Pro kvalitní ovládní programu dotykem nestačí si jen pořídit dotykovou obrazovku a myš nahradit prstem. Sice to funguje, ale časem zjistíte, že ovládací pole jsou příliš malá a příliš blízko u sebe, než aby se dala jednoduše ovládat prostým dotykem. Uživatel se musí soustředit, aby se dotkl obrazovky na správném místě. Ale pak se ztrácí hlavní výhody dotykových obrazovek, kterými jsou rychlost a intuitivnost ovládní.

Společnost Apatyka servis spojila své úsilí s renomovanými odborníky na počítačovou grafiku a se specialisty na ergonomii a připravila nový vzhled úspěšného lékárenského systému Mediox 3000. Jednotlivé obrazovky v novém designu jsou vytvořeny na základě posledních poznatků z oblasti psychologie a hygieny práce. Moderní vzhled řeší ovládací prvky nejen co do velikosti a tvaru, ale rovněž co se týká barev, přičemž ve většině případů zůstává možnost uživatelského nastavení barevné škály. Celý nový design byl navržen s maximálním důrazem na zachování jednoduchého a intuitivního ovládní.

Nový vzhled lékárenského systému Mediox 3000 vychází z grafiky poslední verze operačního systému Windows 8. Jednotlivá menu jsou dostupná v systému dlaždic, které jsou pro dotykové ovládní mnohem vhodnější než pás malých tlačítek na horním okraji obrazovky s rozbalujícími se roletovými menu. Nově je k dispozici i skupina uživatelsky definovaných dlaždic, které si každý pracovník může nastavit na své vlastní nejčastěji používané funkce a tak k nim získat přímý přístup z úvodní obrazovky, aniž by musel procházet celé menu.



NEJSME TAK BOHATÍ

„*Nejsme tak bohatí, abychom mohli kupovat laciné věci.*“ – je staré české rčení, které s oblibou používaly už naše babičky. Přesto velice často v boji kvality a ceny vítězí právě ta druhá. A ještě to většina lidí umí omluvit momentálně nepříznivou finanční situací. A jedním dechem dodávají, že až jim to peněženka dovolí, budou zohledňovat i kvalitu nakupovaných produktů. Co na tom, že zrovna tohle jednání odporuje našim historickým zkušenostem?

Společnost Apatyka servis permanentně věnuje vysokou pozornost kvalitě poskytovaných služeb, které poskytuje. Přípomínky a náměty našich zákazníků jsou prezentovány na měsíčních poradách všech systémových poradců.



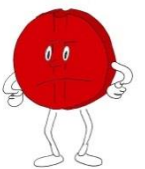
V tomto roce připravujeme pravidelné šetření, abychom podchytili jakýkoliv podnět, který nám pomůže zlepšit naše služby. Názor a spokojenost uživatelů našich systémů je pro nás to nejdůležitější. Bez spokojených a úspěšných zákazníků nemůže existovat ani úspěšný dodavatel. Investovat do získávání relevantních informací o potřebách lékáren a do jejich řešení se vždy vyplatí!

Chceme se vyhnout osudu některých konkurenčních společností, které řeší problémy jen svých vybraných zákazníků a na ostatní jim nezbyvá ani čas, ani servisní kapacity.

NEJSOU SVÁTKY JENOM VESELÉ

Přelom roku míváme spojený s veselou náladou a lidumilností, kdy srdce i dlaně jsou otevřené a lidé k sobě mají tak nějak blíže. Odpouštíme těm, se kterými jsme se stačili uplynulý rok poškorpit a slibujeme si v novém roce jen to nejlepší.

Změna letopočtu je ale také často důvodem začít něco nového a snad i lepšího. Řada lékáren se právě s Novým rokem rozhodla změnit svůj informační systém a jako nového dodavatele si zvolila naši společnost a lékárenský systém Mediox. Když začíná něco nového, obvykle něco starého končí. V tomto případě smlouva se starým dodavatelem lékárenského systému. Jaké bylo ale nemilé překvapení lékární, když zjistila, že podle smlouvy je povinna hradit servisní poplatek starému dodavateli až do konce tohoto roku, ať už jeho systém používá nebo ne.



Jistě, smlouvy se mají plnit a je na každém z nás, zda takovou smlouvu uzavřeme. Ale formulace roční výpovědní lhůty v dnešním dynamickém světě je přinejmenším, kulantně řečeno, zarážející.

Společnost Apatyka servis se i v těchto případech snaží lékárnám pomoci, a pokud je to možné, zajistit určitou kompenzaci. Ale to není systémové řešení a pachuť nevydařených svátků Vánočních, alespoň po pracovní stránce, zůstává.

ZNÁTE SPRÁVNÝ TERMÍN?

Snad každému z Vás se v životě stalo, že jste potřebovali opravit některý domácí přístroj, jako například fén, žehličku či mixér. A protože to opravná odmítla nebo zkrátka nebyl čas, pustili jste se do opravy sami. Po rozebrání a znovusložení přístroj fungoval a na stole přitom zůstala neidentifikovatelná a zřejmě nadbytečná součástka, jejíž funkce Vám zůstala utajená. V lidové slovesnosti se pro tento nadbytečný díl vžil trochu vulgární, ale velice výstižný termín. Znáte tento termín? A se vši pravděpodobností je jediná úloha této součástky znefunkčnit přístroj optimálně druhý den po uplynutí záruky.



Právě tento termín, který označuje onu nadbytečnou součástku mající patrně úkol přístroj těsně po skončení záruční doby vyřadit z provozu, mi přišel na mysl, když jsem počátkem roku četl na internetu o chybě operačního systému Windows XP. Není to novinářská kachna a ani marketingový tah společnosti Microsoft, která na duben ohlásila končící podporu právě tomuto operačnímu systému. Jedná se o letitý problém, který postupně nabírá na intenzitě. Laicky řečeno, při spuštění počítače hledá operační systém nové aktualizace a pokouší se je instalovat. Počet aktualizací ale za roky existence operačního systému natolik narostl, že jejich automatická implementace dokáže počítač zpomalit, v extrémních případech úplně zahltit.

Z internetových diskuzí k článkům na toto téma lze poznat, že problém je živý a uživatelé se jej snaží řešit různými způsoby. Někdo pouští počítač půl hodiny nebo hodinu před tím, než na něm potřebuje pracovat, jiný si vypnul automatické aktualizace i s rizikem, že mu uteče některá životně důležitá.

Společnost Microsoft slíbila chybu opravit ještě před dubnovým ukončením podpory systému Windows XP. Ale kde je záruka, že se u tak starého systému neobjeví další kostlivci ve skříni ještě i po 8. dubnu 2014?

KŘÍŽOVKA O CENY

| POMŮCKY: AMMÁN, KOMI, OI | SKOK STRANOU | VNADY | UKRÝT (EXPRES.) | PŮVODNÍ OBYVATEL PŘEDNÍ ASIE | NEPRAVDY | ANGLICKÁ DVOJ- HLÁSKA | ZAŘÍZENÍ PRO DÁLK. PŘESTAV. VYHYBEK | NÁMĚTY | @ | NOCO VAT | KÓD ÍRANU | ZNAČKA MOLYB- DENU | UČINITI MLADŠÍM | 4. DÍL TAJENKY | NAEZDÍV- KA NAD HLAVNÍ ŘÍMSOU |
|--------------------------------|-------------------|--|--------------------|---------------------------------------|---|---|--|---------------------------------------|---|---|--|---|--|-------------------|--|
| OTEKLOST | | | | | | | | JMÉNO STAŠOVÉ | | | | | | | |
| 2. DÍL TAJENKY | | | | | | | | PROČÍSTI MYTÍM 1051 (ŘÍMSKY) | | | | | | | |
| SVINOUTI | | | | | | HL. MĚSTO JORDÁN- SKA NÁŘEK | | | | | | KOSTRY HLAV ZNAČKA LIMONÁDY | | | |
| MISTŘI STUDENÉ- HO MEČE | | | | | RYCHLOST (SLANG.) SOUČÁST KABÁTU | | | | | | PĚSTĚNÁ ZAHRA DA ZBAVOVAT VOUSU | | | | |
| SIBIŘSKÝ VELETOK | | VĚZETI (KNIŽNĚ) OHLEDU- PLNÝ | | | | | | | | BÝV. SLOV. POLITIK PŘÍSA DA DO JÍDLA | | | | | |
| TMEL | | | | MOŘSKÉ PLÁŽE NEJMENŠÍ PRST | | | | | OBCHODNÍ PŘÍRUČÍ JM. ZPĚV. HAMMELA | | | | | 3. DÍL TAJENKY | POLICEJNÍ VOZ |
| @ | PÍSEČNÝ PŘESYP | HUDEBNÍ TÓNINA SLOVENSKÁ ČÍSLOVKA | | | | | | PŘÍTMÍ 5. DÍL TAJENKY | | | | | | | |
| DETI- LAČNÍ DOTAŽEK | | | | | | OČNÍ LÉKA- ŘÍ (SLANG.) TUHÝ KOM. ODPAD (ZK.) | | | | | | ELEKTRICKY NABITÁ ČÁSTICE A SICE | | | |
| UROVNAT POSTEL | | | | | | | ŽENSKÉ JMÉNO ZNAČKA ABTESLY | | | | | | INICIÁLY TÖPFERA POHÁDKO- VÁ ZEMĚ | | |
| 1. DÍL TAJENKY | | | | | DĚLO | | | | | | TOHLE | | | | |
| AMERIČAN (HOVOR.) | | | | | TLUSTÍ | | | | | | OBOHA- CENÝ KYSLÍK | | | | |

Tajenku křížovky zašlete na Okenko@apatykaservis.cz a uveďte své jméno a adresu lékárny nebo její Id u společnosti Phoenix LV. Prvních dvacet autorů správných odpovědí získá dárek od společnosti Apatyka servis. Tajenka křížovky z prosincového čísla *Okénka do Apatyky*: „KRÁSNÉ PROŽITÍ VÁNOČNÍCH SVÁTKŮ PRACOVNÍ POHODU A ŠTĚSTÍ V RODINĚ“ Všem úspěšným řešitelům gratulujeme!

CORPORATE IDENTITY

Anglický termín Corporate Identity je česky překládán jako firemní či korporativní identita, firemní styl nebo kultura. Definuje se jako suma specifických schopností, vlastností a jevů utvářejících soudržnost organizace, které ji odlišují od jiných. Firemní kultura je komplexní obraz společnosti. Jde o způsob, jakým společnost chápe sebe sama a jak tuto skutečnost sděluje svému okolí. Jak dává každá společnost o sobě a svých aktivitách vědět svému okolí, svým stávajícím i potencionálním zákazníkům? Samozřejmě nabídkou služeb a výrobků. Jenže v dnešním světě s neustále narůstajícím konkurenčním prostředím je čím dál obtížnější vyniknout, vystoupit z davu. Můžete mít jedinečnou nabídku produktů, ale musíte dokázat, aby lidé, Vaši zákazníci, si konkrétní produkt spojovali právě s Vaší společností.

Jednoduchým řešením je nabízet jediný produkt a ztotožnit název své společnosti s jeho jménem. Je to laciné řešení vhodné pro společnosti, které nepočítají s dalším rozvojem a rozšiřováním své nabídky a které nijak nespíchají s inovací.

Mnohem náročnější na čas, prostředky a především invenci je prosadit se ve svém okolí zajímavým vizuálním stylem firmy. V tomto ohledu nám mohou být příkladem politické strany – jejich symbolika je nepřehlédnutelná a u těch hlavních i nezaměnitelná. Vědí, proč to dělají. Chtějí se odlišit na první pohled.

Potřebujeme se odlišit i v hospodářském životě? Určitě ano. Přibývá konkurentů, ale přibývá i prostředků a forem, jak a kde se prezentovat. Každá novinka logicky vyvolává zájem a přitahuje pozornost. Platí to o nových výrobcích a službách, ale platí to i o způsobu a podobě představení firmy a jejích produktů.

Kdysi si každý obchodník musel vystačit se svým hlasem a přesvědčovat kolemjdoucí o svých kvalitách. Mnohem později přišlo na řadu oslovování klientů písemnými nabídkami, ať už formou dopisů či inzerátů v tištěných médiích. A pak už byl jen krůček k audiovizuálním projekcím a elektronické formě prezentace.

A ten, kdo má co nabídnout, se musí tomuto neustále se zrychlujícímu vývoji přizpůsobit.

Změna vizuálního stylu neznamena, že máme zahodit svoji tradici a chytout se něčeho, co zrovna „frčí“. Ale používat dnes jako firemní styl švabach s odkazem na historii firmy určitě obchodní úspěch nepřinese. Stále častěji se objevují nové fonty písma a ty stávající se vyvíjejí stejně jako vkus veřejnosti. Úspěšné společnosti drží krok s dobou i v tomto ohledu a svoji firemní kulturu průběžně přizpůsobují požadavkům vyvíjející se společnosti a světa kolem sebe.

INZERCE

*Společnost Apatyka servis
představuje nový design
lékárenského softwaru
Mediox 3000 !*

*Pro více informací
kontaktujte svého
systémového poradce.*



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍCI MĚSÍCE

Nejlepším systémovým poradcem měsíce prosince 2013 se stala **Miroslava Frančevá**. Blahopřejeme!