



OKÉNKO DO APATYKY

APATYKA SERVIS, S.R.O. K PÉROVNĚ 945/7, 102 00 PRAHA 10, TEL.: +420 296 808 300, WWW.APATYKASERVIS.CZ, OBCHOD@APATYKASERVIS.CZ

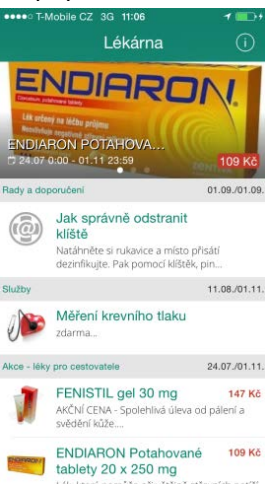
NOVÁ APLIKACE PRO MOBILNÍ TELEFONY LÉKÁRNA

Společnost Apatyka servis uvádí na trh další mobilní aplikaci. Mobilní aplikace jsou programy určené pro chytré telefony a případně i pro tablety, které umožňují svým uživatelům mít dostupné informace kdykoliv a kdekoliv. Aplikace z různých oborů pokrývají všechny oblasti lidských aktivit. Najdete mezi nimi aplikace pro poučení, zábavu, ale i pro každodenní praktické činnosti, jako je vyhledávání dopravního spojení či předpověď počasí.

Aplikace lze stáhnout zdarma, případně za mírný poplatek, z tržiště, které nabízí každý dodavatel operačních systémů pro mobilní telefony. Dnes nejnámější a nejpoužívanější systémy jsou iOS od Applu a Android. Právě jednoduchost, s jakou lze aplikaci do mobilu nainstalovat dvěma třemi klepnutími na dotykový display telefonu, a šířka jejich použití nastartovaly raketový nástup a šíření těchto aplikací mezi uživateli. I když se jedná o moderní technologie a pokrok techniky, nevyžaduje jejich používání speciální technické znalosti a dovednosti.

V těchto dnech (12. září) si připomínáme uskutečnění prvního hovoru z mobilu v tehdejší Československu před třinácti lety. Dnes u nás používají mobily děti ve školce stejně jako techničtí antitalenti a nikdo se nad tím nepozastavuje. Stejný osud čeká i mobilní aplikace. Jen díky vývoji bude jejich rozmach mnohem rychlejší. Počet uživatelů chytrých telefonů roste geometrickou řadou každým rokem. Letos odborníci předpokládají celosvětový prodej jeden a čtvrt miliardy nových chytrých telefonů a tak je bude používat každý pátý obyvatel planety. V technicky vyspělé České republice počet chytrých telefonů a tabletů už loni překročil celkový počet osobních počítačů.

S nárůstem těchto zařízení roste i počet aplikací, které jsou pro ně vyvíjeny. Uživatelé mají na výběr nepřehledné množství těchto programů. Pro přehled se stačí podívat na webové stránky Google Play či Apple Store. Samozřejmě vzniká i řada firemních aplikací propagujících konkrétní společnost a informujících o jejich aktivitách.



„Letošní rok je speciální. Naposledy je v Evropě více lidí než chytrých telefonů. Od příštího roku začne počet smartphonů převažovat nad počtem obyvatelstva.“

Michael Björn, vedoucí výzkumné laboratoře Ericsson

Společnosti, organizace ale i jednotlivci se snaží vytvořit mobilní aplikaci snů. Vyhraje ten, kdo vytvoří nejlepší mobilní aplikaci. V tomto ohledu se kreativě meze nekladou.

Koncem loňského roku nabídla společnost Apatyka servis svým zákazníkům – lékárnám aplikaci Fyto Test. Jednoduchý test, kde uživatel poznává léčivé byliny.

Poučná zábava je určená návštěvníkům lékáren, kteří využívají služeb naší společnosti. Každá lékárna získala svůj jedinečný



QR kód, který zveřejnila ve své provozovně. Jeho přečtením pomocí čtečky QR kódů, což je vlastně také aplikace pro chytré telefony, se uživateli nainstaloval do telefonu Fyto Test. Nedílnou součástí aplikace jsou údaje o lékárně, kde si uživatel test nainstaloval, a to včetně kontaktů a polohy na mapě.

Kromě informací si majitel chytrého telefonu odnáší i pocit, že se „jeho“ lékárna dokáže přizpůsobit moderním trendům.

Aktuálně přicházíme s novou mobilní aplikací LÉKÁRNA, která (pokračování na straně 4) ■

ANKETA O POČÍTAČÍCH A PROGRAMECH V LÉKÁRNĚ



V prázdninových měsících připravila společnost Apatyka servis prostřednictvím svých webových stránek a časopisu českých lékárníků malou anketu o využívání výpočetní techniky. Jako významného dodavatele informačních systémů nás samozřejmě zajímá, jak naši stávající i potenciální zákazníci vnímají informační technologie v lékárně, jejich vývoj a rostoucí význam.

Z téměř stovky respondentů většina využívá systém Mediox naší provenience a v odpovědích se projevila jejich větší a bohatší zkušenost s výpočetní technikou a jejím využitím v lékárně. Ale i odpovědi uživatelů programů konkurenčních dodavatelů byly z mnoha hledisek zajímavé. Například více než čtyřicet procent těchto uživatelů ještě čeká migrace starého programu v prostředí DOS na některý novější systém v grafickém prostředí Windows.

Více o výsledcích ankety a seznam výherců najdete na straně tři v tomto čísle *Okénka do Apatyky*. ■



Vojtěch Matras

Vojtěch Matras pracuje ve společnosti Apatyka servis jako systémový poradce druhým rokem.

Vojta pochází z Brandýsa nad Labem. V tomto českém souměstí s nejdelším názvem také dosud prožil celý svůj téměř třicetiletý život.

Ve škole se více než fyzice věnoval „fyzkultúře“. Lásce ke sportu a pohybu vůbec přispěly i pravidelné rodinné víkendy na chalupě.

Díky praktickým předmětům, jako byly například „Technické práce“, našel Vojta i kladný vztah ke studiu. Koneckonců i dobře prezentovaná matematika nebo společenské vědy jako občanská nauka či zeměpis mohou být zajímavé předměty a člověk se při jejich studiu ledacos naučí.

Počítačovou éru nastartoval dědeček, když vnukům pořídil první počítač. Jednalo se o klasický Didaktik M, na kterém vyrostly řady dnešních ajťáků. Kromě hraní z dnešního hlediska primitivních her umožňoval tento počítač proniknout i do základů programování. Vojta měl štěstí, že kroužek počítačů tenkrát vedl jeho současný kolega, Filip Matoušek.

Nejen počítači živ je mladý člověk. Zálibu ke sportu, kterou si nesl od dětství, realizoval Vojta především ve Ski klubu, jehož byl šestnáct let aktivním členem. V zimě to znamenalo hory a lyžování, v létě tréninky a závody v triatlonu a duatlonu. Kromě sportovního ducha a fyzické připravenosti našel v klubu spoustu kamarádů, se kterými se schází při různých sportovních a kulturních příležitostech dodnes. Kromě sportů náročných na vytrvalost vyzkoušel Vojta na základní škole množství jiných aktivit, mimo jiné i gymnastiku nebo šachy.

V pokročilejším věku dospívání přešel z lyží na snowboard a ze silničního kola na horské. Začal se věnovat horolezení a po úspěšném absolvování trenérského kurzu vede v současnosti s kamarádkou kurz lezení na umělých stěnách pro děti.

Studia po základní škole vzal od píky a nejdříve se vyučil na odborném učilišti automobilním v Praze Hostivaři, což byla logická volba pro každého mladého muže z okolí, jehož vášní se stala auta. Následovala ekonomická nástavba zakončená maturitou a potom prodloužení slastného studentského života pomaturitním studiem anglického jazyka. Výuka probíhala pod vedením rodilých mluvčích ze Spojených států amerických, což



Vojtovi vniklo myšlenku se do Ameriky podívat a výsledky svých studií aplikovat v praxi. Velmi vhodný způsob jak toho dosáhnout je absolvování programu Work and Travel. Tento program je ale určen pouze vysokoškolákům. A tak se Vojta přihlásil do Mladé Boleslavi na Škoda Auto Vysoká Škola a úspěšně prošel přijímacím řízením i prvním rokem studia a mohl odjet na zkušenou do Ameriky. Tři měsíce pracoval na Floridě jako údržbář na golfovém hřišti spolu s Jamajčany a dalšími přistěhovalci ze

„Každý svého štěstí strůjce.“

Gaius Sallustius Crispus, římský politik a historik

Střední Ameriky. Kromě jazykových znalostí i po pracovní a společenské stránce zkušenost k nezaplacení.



Po návratu školu úspěšně dokončil a získal bakalářský titul. Svoje studium ale využil především k cestování a poznávání světa. Spolu s kamarádem, který studoval v rámci Erasmu v Koreji, strávili měsíc cestováním v Indonésii. S krosnou na zádech přejížděli z ostrova na ostrov od jednoho bývalého spolužáka z Koreje ke druhému.

První pracovní zkušenosti získával jako automechanik na praxi v učilišti a následných letních brigádách v brandýském autoservisu Renault. V průběhu studií si pak přivydělával jako asistent v prodejně Lega nebo doučováním anglického jazyka.

Do Apatyky nastoupil v březnu 2013 na základě úspěšně absolvovaného výběrového řízení na pozici systémového poradce.

Vojta se letos v červenci po tři a půlleté známosti oženil. Na případného čápa neb vránu je ještě příliš brzo a tak má ještě pořád dost času na své koníčky, mezi kterými vévodí sport. Ale svoji pozornost vyžaduje i rodinná chalupa. A lopata s míchačkou se tak staly věrnými partnerkami letních měsíců.



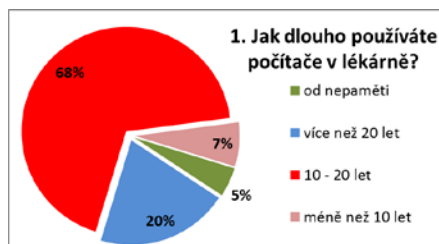
A protože cestování je nakažlivý koníček, zůstávají při nedostatku času alespoň dobré cestopisy a fantasy literatura odhalující neznámé.



„Je celkem fajn, když to v práci funguje jako v kolektivním sportu. Všichni mají stejný cíl a jeden druhému pomůže, protože úspěch všech záleží na tom, jak je úspěšný každý z nás. A proto jsem rád v Apatyce servis“

ANKETA O POČÍTAČÍCH A PROGRAMECH V LÉKÁRNĚ (pokračování)

Tři čtvrtiny respondentů je přesvědčeno, že počítače v lékárně používají méně než dvacet let. Naše společnost a řada dalších dodavatelů informačních technologií existuje ale mnohem déle a všichni jsme do lékáren počítače dodávali. I když naše společnost měla méně zákazníků a náš podíl na trhu zdaleka nepřesahoval jednu třetinu jako dnes, v součtu s ostatními dodavateli je logické, že počet lékáren používajících počítače už tenkrát přesahoval jednu čtvrtinu všech lékáren.



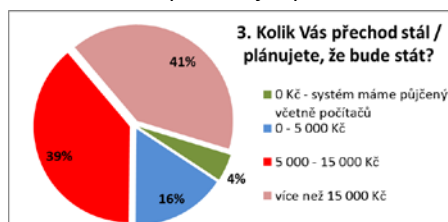
Tři čtvrtiny odpovědí, že počítače se používají v lékárně kratší dobu, svědčí o splývání času v paměti, kdy se počítače ještě nepoužívaly a kdy už ano. Stejně jako si těžko budete vzpomínat, kdy jste si prvně sami pustili rádio.

Na druhou otázku „Kdy jste přešli/plánujete přejít z programů DOS na programy WIN?“ zákonitě odpověděli uživatelé Medioxu v minulém čase. Všechny lékárny využívající služeb Apatyka servis migrovali z programů ve starém prostředí DOS na moderní systémy v prostředí Windows už před lety za příznivějších ekonomických podmínek.

Z analýzy odpovědí lékáren s konkurenčním systémem dále plyne, že jednu čtvrtinu všech lékáren tento přechod stále ještě čeká. Jedná se většinou o malé lékárny, případně výdejny, které se pohybují na hranici rentability a kde majitelé dosud nejsou rozhodnutí o jejich dalším osudu. Najdou se mezi nimi ale i velké nemocniční lékárny, kde změnu zdržuje složitost výběrového řízení s řadou specifických podmínek, které dokáží

bezvýhradně splnit jen některé lékárenské systémy s dobře zajištěným zázemím a včasnou aktualizací dle platné legislativy.

Na poslední otázku ohledně nákladů, které přechod lékárnou stál nebo bude stát, označili účastníci ankety v drtivé většině částku přesahující pět tisíc.



U lékáren, které se na přechod teprve připravují, je průměrná částka podle mínění respondentů ještě vyšší. A to i přesto, že se jedná mnohdy o menší lékárny s nižším počtem výdejních míst. Zřejmě to souvisí s velmi starým hardwarovým vybavením těchto provozoven, které se bude muset v případě implementace moderního systému kompletně vyměnit. Odhad vyšších nákladů může také souviset s nemožností jiného způsobu financování.

Společnost Apatyka servis nabízí svým zákazníkům službu ApaRent, kdy celý lékárenský systém včetně potřebného hardwaru lékárnám pouze půjčuje. Lékárna nemá investiční náklady a přitom má záruku vždy funkčního systému. Je to obdobné jako u půjčení auta či jiného technického zařízení. Hradíte půjčovné, jen pokud je půjčená věc provozuschopná. To je záruka, kterou díky kvalitě své práce může Apatyka servis bez problémů poskytnout. Ze stejných důvodů poskytujeme i garanci možnosti kdykoliv vrátit zapůjčený systém bez jakýchkoliv sankcí.



Různé formy zapůjčení jsou současným trendem, a proto je začaly postupně nabízet i dodavatelé konkurenčních systémů. Přesto jejich zákazníci očekávají vyšší náklady spojené s přechodem z DOS na WIN. Zřejmě tedy možnost zapůjčení systému nevyužijí. Proč?



Společnost Apatyka servis si váží spolupráce se všemi lékárnami. Jako poděkování za čas věnovaný naší anketě zasíláme každému účastníkovi voucher na profylaxi jedné stanice zdarma. Profylaktickou prohlídku lze objednat na uvedené e-mailové adrese. Nezapomeňte prosím uvést číslo vašeho voucheru.

Ze všech respondentů jsme dále vylosovali následujících osm výherců:

1. PharmDr. Jana Vasková, Příbram pikoprojektor od firmy Philips
2. Mgr. Jana Žertová, Pečky bezkontaktní teploměr
3. Mgr. Simona Dostálková, Rychaltice bezkontaktní teploměr
4. PharmDr. Dana Tomanová, Švihov klientská karta pro lékárny
5. Mgr. Pavel Voráč, Klatovy klientská karta pro lékárny
6. Mgr. Jitka Mičulková, T. Kamenice klientská karta pro lékárny
7. Mgr. Lenka Hanková, Praha klientská karta pro lékárny
8. PharmDr. Helena Balková, Č. Lípa klientská karta pro lékárny

Děkujeme všem účastníkům ankety za spolupráci!

ANKETY


Společnost Apatyka servis pořádá pro všechny lékárny už několik let různé ankety a soutěže. Některé naše dotazy souvisí s mapováním trhu a zjišťováním názorů našich stávajících či potenciálních klientů, jako ve výše zmíněné anketě.

Jiné naše ankety slouží více k pobavení jako například „Poznej svého systémáka“ nebo „Najdi gramatickou chybu v brožuře Mediox 2000 Novum“.

I anketa příštího měsíce bude více relaxační. Sledujte naše webové stránky a měsíční bulletin *Okénko do Apatyky*.

NOVÁ APLIKACE PRO MOBILNÍ TELEFONY LÉKÁRNA (pokračování)

je určena stejně jako Fyto Test zákazníkům konkrétní lékárny. Mobilní aplikace Fyto Test je ale z hlediska lékárny pasivní. Lékárna zadá údaje o sobě včetně informace, čím se odlišuje od jiných podobných zařízení, a nabídne aplikaci svým zákazníkům. Ti si ji stáhnou především kvůli testování svých znalostí léčivých bylin. Informace o lékárně jsou jaksi přidanou hodnotou. Asi jako když někde dostanete vizitku, založíte do vizitkáře a nevzpomenete si na ni, dokud ji nepotřebujete. Výhodou je, že se lékárník dále nemusí o aplikaci starat, stejně jako se nestaráme o osud vizitek, které jsme kdy rozdali.

 Nová aplikace LÉKÁRNA nabízí lékárně větší užitek, ale současně vyžaduje od lékárny aktivní přístup a pravidelnou aktualizaci.

Smyslem mobilní aplikace LÉKÁRNA od společnosti Apatyka servis je prezentovat zákazníkům lékárny její nabídky přístupné on line. Mobilní aplikace LÉKÁRNA umožňuje lékárně aktivně sdělovat svým věrným zákazníkům aktuální nabídku a zvat je na zajímavé akce prostřednictvím jejich vlastních chytrých telefonů.

Jaké jsou dnes možnosti jednotlivých lékáren informovat veřejnost o své nabídce a akcích? Plakát vytištěný na tiskárně a vylepený ve výloze, letáky připravené profesionálně nebo amatérsky a distribuované roznáškovou službou, inzerce v lokálním periodiku či na místní vývěsce. Taková propagace je mnohdy nákladná a v každém případě časově náročná a neoperativní. Kromě toho si nemůžete být jisti, že propagační materiál se dostane do rukou potenciálního zájemce.

Proč tedy nevyužít více elektronickou formu komunikace? Můžete přece prostřednictvím nějaké marketingové akce získat mailové adresy svých stálých zákazníků a pravidelně jim posílat informace a aktuální nabídku včetně vyobrazení. Ušetříte tak čas, náklady a nepochybně prospějete i přírodě menší spotřebou papíru. Ale i ono posílání mailů v době mobilní revoluce je archaické. Elektronické adresy zastarávají a uživatelé je občas mění. Musíte opakovat své marketingové aktivity, abyste svoji databázi adres udrželi aktuální. Řada lidí nerada sděluje své mailové adresy právě proto, aby nebyla zavalena nevyžádanými nabídkami. Kromě toho nabídka lékárny lehce zapadne mezi ostatní poštu.

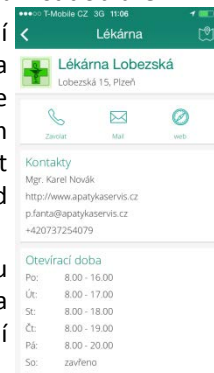
Proč nevyužít mobilní aplikaci LÉKÁRNA? Už instalací aplikace do svého mobilu projeví jeho majitel zájem o aktuální nabídku a další akce pořádané lékárnou.

Lékárna má možnost prostřednictvím webového formuláře zadávat různé akce - např. akční nabídka 36. týdne a u každé akce kromě informace, o čem akce vlastně je, zadá lékárna i období, od kdy do kdy se má akce uživatelům zobrazovat v jejich mobilních telefonech. Ke každé akci pak lékárna zadá i jednotlivé konkrétní položky akce obsažené. U každé položky může lékárna zadat kromě popisu také cenu a umístit obrázek.

Akce samozřejmě nemusí být jen akční týdenní nabídka, ale např. i přednáška odborníka, na kterou Vaše lékárna zve - u takovéto akce je samozřejmostí možnost jedním kliknutím poznamenat do kalendáře mobilu a rezervovat si tak na ni čas. Další akcí může být například "happy hour" v lékárně a podobně.

Stejně jako u mobilní aplikace Fyto Test jsou zde kontakty na lékárnou včetně vyhledávání na mapě, přímého vytáčení telefonu či psaní mailových zpráv.

Mobilní aplikace mají budoucnost a dříve nebo později je nabídnou všichni dodavatelé informačních systémů do lékáren. Do té doby nabízí Apatyka servis svoji aplikaci LÉKÁRNA všem lékárnám bez ohledu na používaný informační systém. Více informací na www.apatykaservis.cz.



APATYKA SERVIS NA KONGRESU



Naše společnost se stala jedním z partnerů kongresu, který pořádá v polovině listopadu Sekce nemocničních lékárníků ČFS ve spolupráci se Sekcí farmaceutických asistentů při ČAS a pod záštitou Fakultní nemocnice Hradec Králové.

Společnost Apatyka servis zde bude prezentovat výhody nasazení informačního systému Mediox 3000 v nemocničních lékárnách. Není náhodou, že čtyři z deseti těchto lékáren používají právě náš systém.

Srdečně Vás zveme!



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍCI MĚSÍCE

Nejlepšími systémovými poradci července a srpna 2014 se stali

Michael Loučka a Lenka Wandl Čechurová.

Gratulujeme!

ZÁKAZNÍK, KLIENT, PARTNER ...

Koho vlastně v lékárně obsluhujeme? Pacienta nebo zákazníka? Je to pacient, když přijde s receptem na pojišťovnu, a vážený zákazník, když přijde utrácet peníze za hotové?



Tohle není dilema jen v lékárnách, potažmo ve zdravotnictví. V mnoha oborech, kde je druhá strana na té první závislá, chybí zákaznický přístup. Typické to bylo na státních úřadech a všude, kde se uplatňoval monopol. Dodavatel moc dobře věděl, že odběratel nemá jinou možnost, a že si tudíž těžko bude stěžovat a příště se stejně vrátí. Před čtvrtstoletím bylo takové chování běžné téměř všude, kde se poskytovaly služby veřejnosti – v obchodě, v servisu i v restauraci.

Konkurenční prostředí přineslo změnu a restaurace lidově zvané U Grobiána dávno zkrachovaly. Naučili jsme se, že být dlouhodobě úspěšný znamená především mít dobré vztahy

se svými odběrateli. A je přitom úplně jedno, jak je budeme označovat. Zda pacienty, zákazníky, klienty či partnery. Jde o vztah, který si s nimi budujeme. V marketingu se tomuto postojí říká zákaznický přístup.

Nepochybně nejpevnější vazby jsou v takovém vztahu, který je dlouhodobě oboustranně výhodný a kde ani jedna strana nemá potřebu jej měnit a hledat jiný. Znamená to, že kupující odběratel je spokojen s kvalitou, množstvím, cenou a ostatními doprovodnými službami a prodávající dodavatel je spokojen s realizovanou tržbou. Máte přehled, kolik takových spokojených zákazníků se vrací a znovu u Vás nakupuje?

Budování dobrých vztahů se zákazníky není marketingový výmysl posledních let. Už v černobílých filmech z první republiky dobrosrdečný kupec dá malým zákazníkům cukrle a dospěle obdaří úsměvem. A ono to funguje i dnes. Kdy jste naposled dali anebo dostali něco navíc? ■

POMŮCKY: BOA, DINÁR, IMID, NĚT	VÝCHODO- SLOVENSKÁ ŘEKA	2. DÍL TAJENKY	ŽENSKÉ JMÉNO	AUSTRAL- SKÝ VAČNATEC	AMERICKÝ HEREC (M. A. S. H.)	ZKRATKA TELEFONU		CITO- SLOVCE ÚDIVU	ODŘÍKAVÝ ČLOVĚK	ROZESTUP SAZENIC	RUSKÝ ZÁPOR	OBCHODNÍ ŠKOLA (ZKRATKA)	MENŠÍ SVAZKY OBILÍ	DOMÁCKY KRISTÝNA	CYKLIČKÝ AMID
OPRACO- VAT SEKEROU							ZÁŘIVOSTI								
NELIBOST							4. DÍL TAJENKY ZNAČKA POČÍTAČŮ								
RUKOJETI							KOCOUR (NÁŘEČ.) ZPĚVNÁ SLABIKA					OSOBNÍ ZÁJMENO VYSÉVANÁ			
ZNAČKA KOUPELO- VÉ PĚNY						DRANCO- VÁNÍ HODNOTA					MNOŽSTVÍ USAZENÉ HMOTY Ž. JMÉNO				
ODPOVĚD- NOST ZA CHYBU					NADÍVAT BLÁNA					VŘÍŠKOT BÁCHORKA				MĚLKÉ PROHLUB- NÉ S VODOU	BAVIČ HOSTÍ
PŘÍBLIŽNĚ				JM. HERCE GIBSONA BYV. JUG. PLÁTIDLO			1. DÍL TAJENKY SVISLÁ								
	STĚBLO (NÁŘEČ.)	EDIK BYLINA PROSKUR- NÍK							SLOVENSKÉ UKAZOVACÍ ZÁJMENO ZN. ZINKU				INICIÁLY NEDOŠÍN- SKÉ TĚLO		
INICIÁLY HERCE SVĚRÁKA			IŽABELA OSTRAV- SKÝ PODNIK			ODEZVA (KNIŽNĚ) MAJITEL						VZ. JODIDU THALIA HROZNÝŠ KRÁLOVSKÝ			
PLAVO- VLASÁ						ZCELA ZNAČKA NANO- VOLTU					HLAS MEDVĚDA ZNAČKA LAWRENCIA				
5. DÍL TAJENKY									3. DÍL TAJENKY						
LÉČEBNÁ									LOVEC KOŽEŠINO- VÉ ZVĚŘE						

Tajenku křížovky zašlete na Okenko@apatkykaservis.cz a uveďte své jméno a adresu lékárny nebo její Id u společnosti Phoenix LV. Prvních dvacet autorů správných odpovědí získá od společnosti Apatyka servis dárek.

Tajenka křížovky z minulého čísla *Okenka do Apatky*: „KLIDNOU DOVOLENOU KRÁSNÉ LETNÍ ZÁŽITKY A NAČERPÁNÍ SIL“

Všem úspěšným řešitelům gratulujeme!

VĚRNOST ... a co zato?

Nepochybně snem každého dodavatele, ať už nabízí jakékoliv výrobky či služby, je vybudovat si stabilní klientelu, okruh zákazníků, kteří se budou rádi a pravidelně vracet. Vybudovat si takové vztahy je ale běh na dlouhou vzdálenost.

Nejběžnějším nástrojem udržení zákazníka jsou různé věrnostní programy za opakované nákupy. Pohlédneme do své peněženky, kolik různých věrnostních karet v ní najdeme. A v době internetových obchodů už ani plastovou kartičku nepotřebujeme. Stačí, když se jednoduše přihlásíme na svém oblíbeném e-shopu svým jménem a heslem a čerpáme výhody, které nám obchod nabízí, neřku-li přímo vnučuje.

Nás jako zákazníka to vlastně nic nestojí.

Naopak z využívání věrnostního programu nám plynou bonusy. A co to stojí prodávajícího, který nám ty bonusy poskytuje? A vyplatí se mu to vůbec? Nepochybně ano – jinak by to těžko dělal. Co z toho tedy má?

Má zákazníka, který se neustále vrací a znovu si kupuje jeho výrobky a služby. Zvýšený objem prodeje znamená obvykle i vyšší příjem pro prodávajícího. Jen vždy musí pečlivě zvážit, zda náklady na věrnostní program nepřesahují zvýšený příjem od zákazníků.

K nákladům věrnostního programu je nutno kromě samotných bonusů započítat na příklad i náklady na výrobu samotných věrnostních karet a náklady na propagaci programu. Na druhou stranu zvýšené příjmy neplynou jen z opakovaných návštěv zákazníků s věrnostní kartou. Řada z nich si pořídí výrobky či služby, do kterých by jinak asi neinvestovala. Ale když je má díky věrnostnímu bonusu se slevou ... Jsme jenom lidé a v určitém okamžiku převládne radost ze získané slevy nad rozumovou úvahou, zda ten produkt opravdu potřebuji či zda se nedá jinde pořídit za výhodnějších podmínek.

Rovněž nezanedbatelným, i když těžko měřitelným, výnosem je dobrá pověst. Věrní zákazníci o nás obvykle pěkně mluví. Těžko si představit, že nadáváte na obchod či dodavatele, kterého pravidelně navštěvujete. Jak ale ocenit svoji dobrou reputaci? Tady pomůže zkušenost a srovnání s ostatními v oboru, kteří se věrnostním programům nevěnují.

Z výše uvedeného plyne, že dobrý věrnostní program, aby měl perspektivu, musí být oboustranně výhodný. Věrnost se nedá vynutit násilím a obě strany se ho vždy účastní dobrovolně. Na straně poskytovatele je výhoda, že je to on, kdo určuje pravidla věrnostního programu. Nevýhodou poskytovatele je ta skuteč-

nost, že svá pravidla musí dodržovat v určitém časovém horizontu. A to i tehdy, když je program díky špatnému nastavení ztrátový. Oproti tomu má zákazník jednodušší pasivnější roli. Buď bude dodržovat pravidla s cílem dosáhnout slíbených věrnostních bonusů, anebo je kdykoliv poruší a bude na tom stejně jako před tím, než se do programu zapojil.

Software všech dodavatelů informačních systémů do lékáren vesměs poskytuje nástroje pro správu různých zákaznických karet a tvorbu věrnostních programů. Konkrétní pravidla a nastavení hodnot ale vždy určuje provozovatel lékárny. Musí zvažovat nejen měnící se názory zákazníků a jejich priority, ale i své cíle, potřeby a především možnosti teď i v budoucnu.

Poskytovatel nemůže například slíbit, že za každý další nákup o procento větší slevu. Teoreticky po sto nákupech budete dodávat zadarmo, prakticky je jasné, že takové dodávky budou ztrátové mnohem dříve. A každému zákazníkovi bude rovněž jasné, že se ztrátou nepočítáte a že peníze za své služby z něj dostáváte jiným způsobem, který není do očí bijící. Třeba nižší kvalitou svých produktů, nebo dalšími nezbytnými, ale už placenými službami. Věrnostní program musí být transparentní. ■



Apatyka servis ve spolupráci se svými dodavateli hardwaru nabízí

HP OfficeJet Pro X451dw

Jedná se o výkonnou barevnou tiskárnu

s velmi nízkými náklady na stránku.

Ke každé tiskárně dárek – tablet

HP Slate 7 Plus



Pro více informací kontaktujte svého systémového poradce nebo napište

e-mail na adresu: hw@apatykaservis.cz