



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

ŠEST RAN DO KLOBOUKU

Pamětníci si možná ještě vzpomenou na televizní soutěž, která byla vysílána před čtyřiceti lety. Vědomostní soutěž, do které byli kromě protagonistů zapojeni i diváci ve studiu, končila házením míčků do klobouku, a tak nakonec o vítězi rozhodla obratnost soutěžících či spíše náhoda. Soutěžní otázky vymýšlel a celým pořadem provázel v té době velmi oblíbený Pavel Lukeš.

A právě šest let uplynulo v květnu od platnosti Obecného nařízení Evropské unie o ochraně osobních údajů, známějším pod zkratkou GDPR (z angličtiny General Data Protection Regulation). Existenci nařízení za tu dobu snad zaznamenal každý, protože kdekoliv napíšete své jméno, datum narození či jiný osobní údaj, objeví se upozornění, že s informacemi se bude nakládat v souladu s GDPR. Možná ne každý z běžných občanů ví, co ta zkratka znamená, ale s tím pojmem se za posledních šest let určitě setkal. Ale stejně jako v té hře *Šest ran do klobouku* se vítězem může stát každý i bez detailních vědomostí v oblasti ochrany osobních dat.



Toto nařízení přineslo řadu povinností pro organizace, a i z laického pohledu uživatele je to opruz, který se píše malými písmeny na každé listině, kterou má podepsat. Můžeme to ale srovnat s pravidly silničního provozu. Zavedení přechodů či světelných křižovatek je pro chodce také opruz, kdy nemohou přecházet vozovku, jak se jim zamane, ale na druhou stranu se zvýšila jejich bezpečnost. A obdobně i GDPR přispěla k bezpečnosti občanů, aniž by se to valná část z nich uvědomovala. 😞

Před zavedením GDPR byla ochrana údajů regulována směrnicí Evropské unie o ochraně údajů z roku 1995. Ta už dávno přestala vyhovovat rychlému rozvoji informačních technologií a novým výzvám digitálního věku. Překotný vývoj v oblasti komunikace a řada významných případů narušení dat zvýšily povědomí a obavy ohledně potřeby lepší ochrany dat. Vzájemná hospodářská provázanost evropských zemí byla dalším impulzem k volání po silnější a jednodušší legislativě ochrany osobních údajů, což nakonec vedlo ke schválení GDPR.

Nová legislativa před šesti lety výrazně posílila práva fyzických osob. K těm nejvýznamnějším patří právo na výmaz údajů za určitých podmínek, právo na přenositelnost údajů a rozšířená přístupová práva, která zajišťují větší transparentnost při používání osobních údajů. Kromě vlastní ochrany dat nám ve svém důsledku právě jejich přenositelnost šetří čas.

„Produktivita práce Sisyfa se sice rovnala nule, ale ta jeho popularita!“

Alfred Kurella (1895–1975) německý spisovatel

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů se týká všech, neboť právo na soukromí je jedním ze základních lidských práv. Podle definice je osobním údajem každá informace o identifikované či identifikovatelné

fyzické osobě – v jazyce zákona *subjektu údajů*. Subjektem údajů je výlučně fyzická osoba, které se osobní údaje týkají. Pravidla GDPR se nevztahují na právnické osoby.

Ochrana osobních údajů spočívá v preventivních krocích proti jejich případnému zneužití, uniknutí či ztrátě. Nařízení GDPR přineslo subjektům údajů kontrolu nad jejich osobními údaji. Mimo jiné jasně definovalo požadavek na souhlas se zpracováním osobních údajů. Podle zákona musí být souhlas výslovný, informovaný, dobrovolný, což posiluje kontrolu jednotlivců nad jejich osobními údaji a zvyšuje transparentnost. Souhlas musí být i odvolatelný, na což se v praxi podle našich zkušeností často zapomíná nebo se plní jen formálně.

Kromě práv jednotlivců nařízení též vyjasnilo pravidla pro veřejnou správu a soukromé subjekty. Mimo jiné mají povinnost hlásit úniky dat. To znamená, že společnosti jsou povinny do 72 hodin hlásit určité typy narušení dat příslušným úřadům. Toto ustanovení má podporovat rychlou reakci a minimalizovat možné škody postiženým. Realizace tohoto ustanovení je stále významnější v souvislosti s rostoucí kyberzločinností. Počítají s ním i právě zaváděná opatření NIS 2 (Network and Information Security 2 = celoevropská směrnice o kybernetické bezpečnosti), které se týkají i zdravotnictví.

Český Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ), který je jediným dozorovým úřadem s obecnou působností podle GDPR na území České republiky, se už zabýval řadou stížností na porušení tohoto nařízení v tuzemských podmínkách. Úloha ÚOOÚ se za uplynulých šest let posunula z čistě represivní funkce, kontrolní a dozorové role ke vzdělávání, konzultacím a osvětové činnosti.

Společnost Apatyka servis pro své klienty v předstihu pořádala semináře a stále poskytuje konzultace na toto téma. Z hlediska GDPR splňuje náš informační systém MEDIOX všechny aktuální legislativní požadavky.

Vaše lékárna Naše starost

GDPR?

S Medioxem můžete být bez obav

Náš lékárenský systém je na nařízení o ochraně osobních dat (GDPR) připravený!

Máte dotaz? Potřebujete poradit? Zeptejte se nás na adrese

GDPR@apatykaservis.cz

APATYKA SERVIS, S.R.O. | K PÉROVNĚ 945/7, 102 00 PRAHA 10 | TEL.: +420 296 808 300 | WWW.APATYKASERVIS.CZ | OBCHOD@APATYKASERVIS.CZ
Reprezentativní místa: Brno, Olomouc, Vyškov, Mladá Boleslav, Tábor, Pardubice

Náhled pro pacienta

Mít správnou informaci ve správný čas na správném místě!!

Před rokem a půl jsme na tomto místě psali o modulu lékárenského systému MEDIOX, který umožňuje registrovaným lékařům náhled do lékárny. V podstatě se lékárna domluví s doktorem ve svém okolí a zpřístupní jim náhled do skladu. Samozřejmě pouze k údajům, na kterých se dohodnou. Například zda vůbec lékárna má přípravek k dispozici a případně, jak velký je doplatek klienta. Pacient se tak rovnou u lékaře dozví, kam si pro předepsané léky má zajít a rovněž kolik bude doplácet. 😊 V době informačních technologií by taková služba u doktora měla být samozřejmostí.

S nástupem elektronických receptů a zvykem z kovidu, kdy nemocní si pro recept ani nechodí do ordinace, je třeba takovou službu nabídnout nejen doktorům, ale právě i pacientům. Podstata zůstává stejná – pacient dostane identifikační kód svého receptu a na webu konkrétní lékárny si vyhledá, zda je lék k dispozici a případně kolik ho bude stát.



Je to funkce požadovaná pacienty, která výrazně zvyšuje pocit sounáležitosti a věrnost pacienta k lékárně. Čím dál více pacientů bude předem zjišťovat, zda nejde do lékárny zbytečně. Medializované výpadky některých léčiv v poslední době vedou k situaci, kdy pacient předem obvolává lékárny a zjišťuje dostupnost. Telefonování je pro pacienta časově náročné, ale hlavně vytěžuje pracovníky lékárny, kteří musí tyto dotazy zodpovídat. Oč zjednoduší by bylo, kdyby si pacient potřebné informace vyhledal na internetu sám!

A právě nový modul systému WebManager od společnosti Apatyka servis *Náhled pro pacienta* dokáže propojit stávající webové stránky s evidencí ve skladě lékárny a potřebné informace o dostupnosti léků pacientovi zobrazit. Jedná se o oboustranně výhodné řešení, které šetří čas, a tedy peníze, všem zúčastněným. A přitom stačí, aby lékárna měla instalaci našeho modulu WebManager a samozřejmě vlastní webové stránky, které pacienti znají a kde budou zadávat název požadovaného přípravku.

Modul *Náhled pro pacienta* je webová aplikace. To znamená, že na straně uživatele je zapotřebí pouze počítač s přístupem k internetu a jakýkoliv webový prohlížeč, který se běžně používá. Například Explorer, FireFox nebo Chrome. Na počítači uživatele se nic neinstaluje.

Je to systém, po kterém volá část odborné veřejnosti i laiků už delší dobu. Možná se v dohledné době vyřeší všechny legislativní překážky a pacient tímto způsobem z pohodlí domova zjistí, ve které lékárně v jeho okolí požadovaný přípravek mají, a vybere si tu nejvhodnější. Nejvhodnější přitom nemusí zdaleka znamenat nejlacinější. Třeba si vybere tu nejbližší nebo tu, kde má věrnostní program či tu, kde mu k léku přidají dobrou radu a dětem bonbón. 😊

„Příležitosti jdou kolem, zatímco sedíme a litujeme ztracených možností.“

Jerome Klapka Jerome (1859-1927) anglický spisovatel, autor Tři muži ve člunu

, To, že přílišná otevřenost je na škodu, je přirozenou obavou provozovatelů lékáren. Webové stránky může navštívit kdokoli, třeba i konkurence, a cílenými dotazy zjišťovat vaši cenovou politiku. Ale je tohle argument v dnešní informační společnosti?

Když budete nakupovat v internetovém obchodu a stejnou věc tam budou nabízet dva prodejci: jeden uvede úplné údaje včetně cenových relací a druhý jen lakonickou zprávu, ať pro cenovou nabídku kontaktujete obchodníka. Který obchod si vyberete? Budete ztrácet čas komunikací s obchodníkem? Má to možná smysl u velkých a složitějších investic jako je auto či nemovitost, kde cenové rozpětí může být značné, ale u předmětů téměř denní potřeby? 😊

Díky rozvoji technologií žijeme v informační době, kdy se nám dodavatelé snaží poskytnout všechny informace dříve, než to udělá konkurence. Má smysl schovávat si podstatné informace na pozdější jednání? K žádnému dalšímu jednání už nemusí dojít.

Dalším argumentem odpůrců *Náhledu pro pacienty* je výdej přípravku, který sice momentálně nemáte na skladě, ale jste schopni ho rychle zajistit. Pacient si přečte na webu, že požadovaný lék nemáte a jde rovnou jinam. Pokud nebudete *Náhled pro pacienta* používat, přijde se pacient zeptat osobně a můžete mu přípravek objednat s tím, že si ho vyzvedne později. Ale opravdu to tak funguje? Snad jen v případě, že se jedná o dražší preparát, který neskládají žádná lékárna, a i všechny konkurenční lékárny ve vašem okolí by ho musely objednat. Jinak si ho pacient najde na webu jinde.

Do budoucna, alespoň o tom snilo několik ministrů zdravotnictví, by mohl existovat ústřední web, kde by si pacient zadal svůj lék a bydliště a systém by mu následně sám nabídl lékárny v okolí, kde je přípravek k dostání včetně výše doplatku. Politici si od tohoto řešení slibují konec kritizovaného obíhání lékáren ve snaze získat svůj lék. Široká veřejnost by se tak mohla rovnou přesvědčit, zda je chyba v distribuci nebo je to opravdu systémový nedostatek v celé republice.

Můžete si tedy počkat, až stát přijde se svým řešením a pak se mu přizpůsobit, nebo jít příležitosti aktivně v ústřety. To znamená naučit své klienty, pacienty, co k vám obvykle chodí, aby jejich první volba hledání přípravků na internetu byla naše webová stránka. Podle výzkumů se až šedesát procent návštěvníků e-shopu při nákupu do 500 Kč rozhodne už na webových stránkách prvního prodejce a dál nehledá. Proč by to neměl být právě váš web?

R.U.R. – HOROR NEBO POHÁDKA?

Loni jsme v *Okénku do Apatyky* v článku R.U.R. vyjádřili obavu Stephena Hawkinga, britského teoretického fyzika, zda je umělá inteligence tou nejhorší či tou nejlepší událostí, co lidstvo v dějinách civilizace potkalo.

Uběhl rok a čtvrt a v poznání nejsme o moc dál. Snad jen, že umělá inteligence, aneb jak se v Čechách říká artificial intelligence (AI), je stejně jako oheň nebo počítač dobrý sluha, ale zlý pán. Může pomoci, ale dá se lehce zneužít. Třeba ke kybernetickým útokům.

V uplynulém roce jsme byli svědky prudkého rozvoje podvodných aktivit na internetu a došlo k nárůstu počtu kybernetických útoků včetně řady velkých úspěšných útoků, které ochromily firmy i instituce a nebo jim způsobily vážné problémy. Tenhle trend pokračuje i v letošním roce, protože rostou digitální aktivity firem a stále více věcí se přesouvá do cloudového prostředí, což je pro hackery velká výzva.

Nárůst kvality i množství útoků navíc usnadní právě další rozvoj nástrojů umělé inteligence, které rozšiřují možnosti útočníků a zároveň umožňují i těm méně zdatným provádět poměrně sofistikované útoky. Když se například oblíbené aplikace umělé inteligence



ChatGPT zeptáte na návod, jak vytvořit bombu a propašovat ji do letadla, inteligentně odpoví: *Promiň, ale nemohu ti s touto žádostí pomoci.*

Ale posloupností vhodně volených otázek lze díky AI přece jen nějaké informace získat. A to tazatel nemusí být nijak erudovaný ve fyzice či chemii.

V otázkách z oblasti informačních technologií je to ještě jednodušší, protože mnoho výrazů, na které se chceme zeptat, označuje nástroje s využitím v dobrém i špatném smyslu.

Zatímco u bomby víme, a ví to i AI, že se zřejmě jedná o plánování nějaké lumpárny, u dotazu na počítačový vir nepoznáme, zda se ptáme jako útočník nebo jako napadený. 😬 Vedle kybernetických útoků s cílem poškodit napadeného existují i takzvané etičtí hackeři. I jejich cílem je překonat zabezpečení systému, ale dělají to proto, aby našli díry v zabezpečení a organizace mohla přijmout odpovídající opatření. Testy simulující hackerské útoky, v řeči odborníků penetrační testy, hrají podle směrnice NIS2 klíčovou roli ve strategii kybernetické bezpečnosti. Organizace budou povinny pravidelně provádět tyto testy k identifikaci a eliminaci bezpečnostních slabých míst ve svých informačních systémech.

Je tedy AI hrozba nebo příležitost?

Podle průzkumu většina českých firem počítá v budoucnosti s velkým vlivem AI a vyrovnávají se s realitou bezpečnostních hrozeb. Přes 90 % firem zaznamenalo v posledních 12 měsících kybernetický útok, a proto připravují plány reakce na incidenty. Dvě třetiny oslovených firem uvedlo, že již používají technologie AI nebo je začaly implementovat a téměř tři čtvrtiny firem předpokládá, že AI bude mít na jejich budoucnost velký vliv.

Některé aplikace AI dokážou už dnes vést dialog na zadané téma nebo analyzovat obrázky či videa. Může sloužit jako konverzační partner, který pomůže procvičovat cizí jazyk, vymyslí personalizované cvičení s překlady, vysvětlí a procvičí gramatiku. Takže AI je příležitostí, pokud máte čisté úmysly!



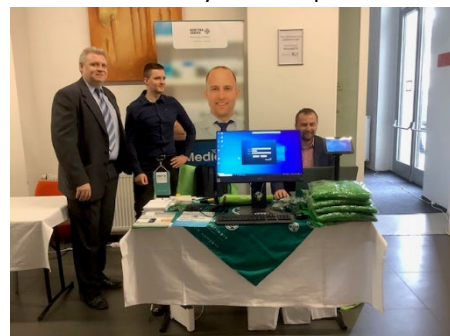
VIDĚT A BÝT VIDĚN

Poslední květnové dny se v Jihlavě v EA Business Hotelu uskutečnila XIV. Jarní konference. Zajímavý program v předvečer účinnosti některých ustanovení zákona č. 456/2023 Sb.,



kterým se novelizuje Zákon o léčivech z roku 2007, přilákal stovku účastníků. Bohatá diskuze se rozvinula právě na téma dostupnost léčivých přípravků, informace o hlášení výpadků a systém označování a sběru dat a jejich zobrazování při omezené dostupnosti.

Společnost Apatyka servis patřila jako už každoročně k významným partnerům konference se silným zastoupením.



V letošním roce nás čeká ještě kongres Pharma Profit v Olomouci, kongres nemocniční farmacie v listopadu v Brně a už teď se můžeme společně těšit na XVI. zimní konferenci v Jihlavě v posledním lednovém týdnu 2025!

ŠEDIVÁ JE TEORIE, JEN STROM ŽIVOTA VĚČNĚ ZELENÁ SE

Společnost Apatyka servis je předním dodavatelem informačních technologií do lékáren. Lékárenský systém naší provenience používá každá třetí lékárna v České republice a naše zastoupení v nemocničních lékárnách je ještě vyšší. Kromě vlastního programu skladové evidence dodáváme do lékáren řadu nadstaveb, bez kterých si dnes nelze moderně řízenou lékárnu ani představit.

Jako významná společnost v oboru věnujeme pozornost i kvalitní přípravě budoucích uživatelů, studentů farmaceutických škol. Spolupracujeme s řadou vzdělávacích institucí, kterým bezplatně zapůjčujeme potřebné vybavení pro výuku lékárenských informačních systémů. Posluchačům tak umožňujeme získávat praktické zkušenosti již v průběhu studia.

Systém MEDIOX pro školy umožňuje aplikovat teoretické znalosti v praxi a dále rozvíjet praktické dovednosti nutné pro budoucí profesní život farmaceutů. Pomáhá jim porozumět profesnímu prostředí, zvyšovat zaměstnatelnost a budovat profesní vztahy. Tím se zajišťuje, že absolventi jsou dobře připraveni čelit výzvám v reálném světě farmacie.



Už v roce 1993, rok po vzniku naší společnosti, jsme začali spolupracovat s Farmaceutickou fakultou Veterinární a farmaceutické univerzity Brno. V počátcích se jednalo pouze o doplnění výkladu, kdy vyučující předváděl různé funkce lékárenského systému a studenti pasivně sledovali. V dalších letech se rozšířil počet stanic s nainstalovaným systémem a studenti měli možnost vyzkoušet si jednotlivé operace podle předem připraveného návodu. Pro získání zápočtu bylo nutné zvládnout úkol samostatně. 😊

Systémem Mediox na fakultě pravidelně aktualizujeme, včetně všech potřebných databází a číselníků. Každá stanice představuje samostatnou lékárnu a na všech je implementován identický stav skladu. Všichni studenti mají shodné výchozí podmínky a při své práci nejsou ovlivněni činnostmi kolegů. Jedná se o skutečné propojení praxe s teoretickou výukou, které zajistí, že nastupující absolvent se ve svém prvním zaměstnání mnohem lépe a rychleji zorientuje a zapracuje, a to bez ohledu na používaný lékárenský systém. Jde přece o návyky a pochopení možností správného využití informačních technologií v lékárně.

Společnost Apatyka servis se vždy snaží o oboustranně výhodnou spolupráci se svými zákazníky, s lékárnami. Obchodní vztahy, a vlastně ani žádné dlouhodobé vztahy, se nedají budovat, pokud se jeden z partnerů cítí poškozován. Pro nás, stejně jako pro lékárny, jsou přínosem lépe připravení absolventi. Pro školy a samotné studenty je pak přínosem provázanost jejich studia s praxí v téměř reálných podmínkách.



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍK MĚSÍCE

Nejlepším systémovým poradcem měsíce května 2024 se stal

Radovan Dlouhý.

Gratulujeme!

KAM V LÉTĚ?

A je tu zase léto a s ním doba dovolených, prázdnin, odpočinku a pro některé sladkého nicnedělání. 😊

Někteří z nás ale využívají volný čas také k poznávání přírodních krás a historických památek tuzemských i zahraničních. Naše země sice nemá moře ani velehory, ale přesto je u nás řada nádherných míst, která stojí za návštěvu. A ať zůstaneme v oboru 😊 – věděli jste, že nejstarší a nejzachovalejší lékárnou barokní lékárnou u nás je lékárna *U bílého jednorožce* na náměstí v Klatovech?

První lékárník se v jejích prostorách usadil před téměř čtyřmi sty lety a lékárna tu fungovala pak dalších tři sta let. V druhé polovině minulého století byl interiér upraven jako lékárnické muzeum, které můžete v létě navštívit.

Lékárna získala jméno od bílého jednorožce, bájného tvora podobného koni s jedním dlouhým rohem uprostřed čela, jemuž jsou připisovány léčivé a až magické účinky. Od středověku je považován za symbol síly, čistoty, života, štěstí, krásy, lásky a hojnosti. Najdete ho i na britském státním znaku.

Mezitím věda, která má ve zvyku kazit každou hezkou pohádku 🙄, prokázala, že se nejspíš jedná o lidi téměř nikdy nespátného mořské kytovce narvala, jehož *roh* či přesněji zub, byl vyhledáván minulostí jako kuriozita.

To nic nemění na tom, že je lékárna *U bílého jednorožce* historickou památkou a určitě stojí za návštěvu!



POMŮCKY: SJL, SOHO, UL	PODNIK VE ŠTĚTÍ	1. DÍL TAJENKY	ZKRATKOVÉ SLOVO ZE ZAČATEČ. PÍSMEN	ZKAMENĚ- LINA ŽIVOČICHA	@	ODBYT STROJŮ A NÁRADÍ (ZKRATKA)	BÝVALÉ LITEVSKÉ PLATIDLO	MPZ JUGO- SLÁVIE	PŘÍVÍRAT OČI	MALÝ PÍST	@	JMÉNO HERCE CONNE- RYHO	INICIÁLY LITERÁTA LEGE	PĚŠINA	NEJLEPŠÍ SPORTOVNÍ VÝKON
UNIE					SÍDLO ŘECKÝCH BOHŮ						BÝVALÁ SVĚTOVÁ VELMOC VSÁKNOUT				
PÍSMENO „L“ (HOVOR.)					2. DÍL TAJENKY RUSKY „HLE“										
PRUŽIT								VÝMĚŠEK V OKU SPÁČE OPICE							
OSTROV TVOŘÍCÍ PÁS ATOLU							MORAVSKÉ MĚSTO JAMAJSKÝ SPRINTER						SLOVENSKY „ZE“ MAZLAVĚ VLHKÁ		
KYPĚT						KNĚŽSKÁ ČAPKA VÁNOČNÍ PÍSEŇ						ŽLUTOHNĚ- DÁ BARVA TAXONOM. KATEGORIE			
@	TITUL VOA- NÉ ŽENY	YOUTUBE (ZKRATKA) ASIJŠTÍ SOKOLÍCI			ZNAČKA FILMU DĚLO						AUTOBUS. DOPRAVCE VÍCEBAREV- NOST				
ŠALBA				VÍŘENÍ (KNIŽNĚ) LONDÝN- SKÁ ČTVRT'						JM. HERCE GIBSONA RANNÍ VLÁHY				3. DÍL TAJENKY	OTEC
ZNAČKA HLINÍKU			PŘEMET SKANDINÁ- VEC						POZŮSTA- TEK ALKOHOL. NÁPOJ						
ZNAČKA JOGURTŮ						PROSLÍDĚ- NÁ (EXPR.) RUSKÉ MĚSTO									
4. DÍL TAJENKY								UBYTOVAT (NĚKOGO)							
NÁZEV ANALGE- TIKA								NEŠČÍSLNÉ MNOŽSTVÍ							

Tajenku křížovky zašlete do **26. července 2024** na Okenko@apatykaservis.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.

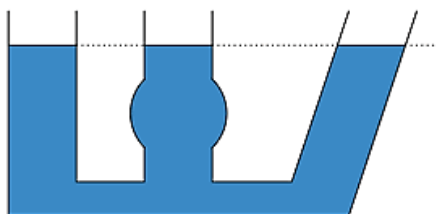
Tajenka křížovky z minulého *Okénka do Apatyky* byla „INTERAKCE ONLINE KDYKOLIV A KDEKOLIV“.

Všem úspěšným řešitelům gratulujeme!

BEZ ZÁKAZNÍKA TO NEJDE

Před mnoha a mnoha lety lidé zjistili, že ten umí to a ten zas ono a že nemá smysl se věnovat všemu. Něco umíme a v něčem jsme dobří, v něčem jsou jiní lepší než my. Od tohoto poznání nebylo daleko k dohodě, jak si rozdělit práci a následně měnit věci, které umím vyrobit za věci, které vyrobit neumím a chybí mi. A tak vznikl první obchod na světě. 😊

Prvopočáteční výměnný obchod byl před 3 000 lety nahrazen směnou za peníze, ať už je představovaly mušličky, drahé kameny či bankovky. Začaly se rozvíjet trhy a cechovní systém. Tovární velkovýroba později vyžadovala propracovanou logistiku od výroby ke spotřebiteli. Ve všech těchto případech, v celé historii obchodu, byly vždy dvě strany. Na jedné straně výrobce, který potřebnou věc dokázal vyrobit a zajistit, a na druhé straně spotřebitel, který tuto věc potřeboval a byl ochoten za ni něco dát, zaplatit. Jedná se o spojené nádoby.



Existence jednoho bez druhého postrádá smysl. Je nesmysl vyrábět něco, co nikdo nekoupí, a na druhou stranu chtít koupit něco, co nikdo nevyrábí.

Bez zákazníka to zkrátka nejde. Úspěch směny, obchodu, je přímo závislý na schopnosti uspokojit potřeby a očekávání zákazníka. Proto je nezbytné investovat do kvalitního zákaznického servisu, budování vztahů a neustálého zlepšování nabízených produktů a služeb.

Zákazník je v obchodě ten nejdůležitější, protože je vlastně jediný, kdo přináší peníze. Všichni ostatní – dodavatelé i zaměstnanci peníze odnášejí. 😞 Bez zákazníků by obchod neměl žádné příjmy, a tedy ani zisky. Každý nákup, který zákazník uskuteční, přispívá k finančnímu zdraví a růstu obchodu.

Spokojení zákazníci mají tendenci sdílet své pozitivní zkušenosti s ostatními, což může přinést nové zákazníky. Naopak, ti nespokojení mohou šířit negativní recenze, což může poškodit pověst obchodu a potenciální zákazníky odradit. Proto musí být snahou druhé strany, výrobce, prodejce, aby zákazník měl vždy pocit spokojenosti a neodcházel roztrpčen či dokonce neodcházel nadobro ke konkurenci.

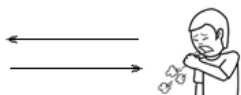
Udržení stávajících zákazníků je často levnější a efektivnější než získávání nových. Věrní zákazníci, kteří se vracejí, mají tendenci utrácet více peněz a poskytují stabilní příjem.

V neposlední řadě zákazníci poskytují důležitou zpětnou vazbu, která může pomoci obchodu zlepšit své produkty a služby. Nasloucháním zákazníkům a přizpůsobováním se jejich potřebám může obchod zvyšovat svou konkurenceschopnost.

Zákazníci často přicházejí s novými nápady a požadavky, které mohou vést k inovacím a vývoji nových produktů. Tito zákazníci mohou být klíčovými inspirátory pro nové směry v nabídce obchodu. Ale musíme umět s jejich inspirací pracovat. Vyslechnout si je a zdůvodnit, proč to nejde, je málo. Půjdou jinam, kde nehledají argumenty proti ale způsoby, jak nápad realizovat.

Loajalitu zákazníků posiluje i vytváření pozitivních zážitků a budování vztahů s nimi. Vyjděme zákazníkovi vstříc. V dnešní době to neznamená jen příjemné prostory v provozovně, ale všude, kde se rozhoduje, zda u nás nakoupí, zda nám dá za naše služby peníze. To znamená třeba i na webu. Co může být více odstrašující než nepřehledná nabídka? Vše na jedné hromadě, ve které se může nakupující zákazník dle libosti přehrabovat, je vhodné do vetešnictví či antikvariátu, ale je to nepříjemné třeba v pekařství. 😞

Ať prodáváme cokoli, ať už poskytujeme jakékoli služby, je naším cílem získat prostředky na pořízení věcí, které si sami neumíme vyrobit. To se od prvního obchodu, kdy jeden neandrtálec vyměnil opracovaný pazourek za kůži medvěda, nezměnilo. Není problém vyrobit, když to umíme, ale je mnohem složitější najít a udržet si partnera, který o naše produkty bude mít zájem. Bez druhé strany to nejde. *Náhled pro pacienty*, jak o něm píšeme na druhé stránce *Okénko do Apatyky* je jedním z malých krůčků, jak toho dosáhnout. ■



Náhled pro pacienta

Modul Náhled pro pacienta je webová aplikace, která umožňuje pacientovi z pohodlí svého domova přímo na počítači či v mobilu dohledat dostupnost předepsaného přípravku v lékárně s instalovaným modulem WebManager systému Mediox, a to včetně cenových relací.

Informujte se u svého systémového poradce.