



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

KTOŽ SÚ BOŽÍ BOJOVNÍCI...

Za dva měsíce uplyne šest set let od mučednické smrti Mistra Jana Husa, nicméně jeho myšlenky jsou stále živé a jeho základní ideje by se měly ctít bez ohledu na momentální okolnosti.

Společnost Apatyka servis, významný dodavatel informačních technologií, do lékáren podniká v konkurenčním prostředí. V naší zemi existují další dvě nebo tři významnější společnosti stejného zaměření. Je logické, že se při oslovování nového zákazníka nevyhneme srovnávání přínosů, výhod a nedostatků jednotlivých lékárenských systémů stejně jako rozsahu služeb různých dodavatelů.



Ale používat při oslovování smyšlenky, nepravdivé údaje či rovnou lži je nejen krátkodobé, ale především neetické. Pod vlivem stále ostřejšího konkurenčního boje ve všech sférách našeho bytí jsme si zvykli na nadsazenou reklamu. Kreativci ve snaze být zajímavější než konkurence a upoutat zákaznickou pozornost jdou často na hranu anebo i za ni. Ostatně hranice reklamní nadsázky a klamavé reklamy je v některých případech těžko rozlišitelná.

Používat reklamní nadsázku je u nás legální, ale spotřebitel, kterému je reklama určena, musí být schopen rozpoznat, že se jedná právě o nadsázku, o kreativní vtip. Reklama nesmí uvést zákazníka v omyl. Můžeme tvrdit, že náš lékárenský systém je nejpoužívanější na Marsu – každému absolventovi základní školy je jasné, že na Marsu asi moc lékáren není. Pokud stejné tvrzení vztáhneme na Českou republiku, pak musíme svůj výrok doložit nebo vtipně doplnit, aby bylo zřejmé, že jde o nadsázku.

Můžeme tvrdit, že informační systémy od společnosti Apatyka servis jsou nejoblíbenější mezi nemocničními lékárnami a toto tvrzení doložit seznamem čtyřiceti lékáren z cca sto nemocnic v České republice, které tyto systémy používají. Pak to není nadsázka, ale pravdivý výrok.

„...hledaj pravdy, slyš pravdu, uč se pravdě, miluj pravdu, prav pravdu, drž pravdu, braň pravdy...“

Mistr Jan Hus, český středověký náboženský myslitel, reformátor a kazatel

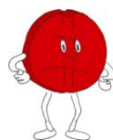
Nebo můžeme parafrázovat reklamní sdělení: *Mediox je nejlepší systém, tvrdí deset z devíti lékárníků.* Poznat, že se jedná o nadsázku, nevyžaduje až tak hluboké znalosti matematiky. Jedná se sice o nepravdivý výrok, ale není to klamavá reklama, protože nikoho neoklame nesmyslný statistický údaj "deset z devíti". ☺

V dubnu loňského roku ukončila společnost Microsoft podporu svého operačního systému Windows XP. Svůj záměr prezentovala dlouhodobě dopředu a společnost Apatyka servis pak nabídla řešení všem lékárnám používajícím tento operační systém. Ano, potřebu vyměnit operační systém jsme využili i k propagaci lékárenského systému Mediox 3000, ale bez jakékoliv nadsázky a jako sdělení zakládající se na pravdě.



Někteří konkurenční dodavatelé přišli vzápětí s vlastním moderním řešením založeným na podporovaných operačních systémech. Jiní dodavatelé vsadili na vrozenou neochotu něco měnit a slíbili udržovat starý nepodporovaný systém. Zatím nevíme, který přístup byl úspěšnější. Společnost Apatyka servis si dělá pravidelně průzkumy mezi lékárnami, ale zjišťovat, zda některý dodavatel ještě stále implementuje lékárenské systémy fungující pouze ve starém nepodporovaném prostředí, je v tuto chvíli irelevantní.

Kvalitní průzkum je nákladná záležitost. A nejde jen o náklady organizátora průzkumu. Respondenti investují minimálně svůj čas do odpovědí. K úspěšnému a hlavně vypovídajícímu průzkumu musíte mít se zákazníky opravdu dobré partnerské vztahy. Ale nelitujeme těchto nákladů. Naším heslem je *Víme, co bude!* a k tomu opravdu potřebujeme relevantní informace. Kromě zkvalitnění vlastní nabídky můžeme výsledky průzkumů použít například v reklamních sděleních. Tím se odlišujeme od konkurence, která se pro nedostatek vlastních informací musí uchýlovat k nepodloženým



výmyslům a lžím. **Svědkiem jedné takové pomlouvačné mailové kampaně konkurence jsme právě v těchto dnech.**

Bohužel podobný vývoj lze očekávat. Se zvyšujícím se konkurenčním třením budou někteří dodavatelé inklinovat stále více k pomluvám a šíření neověřených zpráv bez ohledu na Husovo: *prav pravdu, drž pravdu, braň pravdy.*

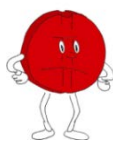
KDO RYCHLE DÁVÁ, DVAKRÁT DÁVÁ

Dnes ale spíše platí: kdo rychle kupuje, kupuje za polovinu.

Žijeme v turbulentní době, kde se neustále mění podmínky. Pro firmy dovážející ze zahraničí to platí obzvláště, protože jejich nabídka je mimo jiné ovlivňována vývojem kurzu české koruny. A ten není v poslední době vůbec příznivý.



Poznala to i společnost Apatyka servis, která počátkem minulého měsíce inzerovala v některých lékárenských časopisech nový zákaznický displej. Bohužel od doby přípravy inzerátu koruna oslabila, tuzemský dodavatel následně zvýšil cenu a to se samozřejmě promítá i do koncové ceny pro lékárný. Cena uvedená v inzerátu byla proto platná jen dva měsíce.



Společnost Apatyka servis uživatele svého lékárenského systému Mediox, pro které je displej určen, okamžitě informovala o nové ceně dopisem. Protože je ale i nadále vývoj kurzu nejistý, musí být i nabídka nově stanovené ceny časově omezena.

Společnost Apatyka servis zajišťuje pro většinu lékáren používajících její lékárenské systémy i hardwarové vybavení a patří tak k významným dodavatelům osobních počítačů, počítačových komponentů a periférií v oblasti lékárenství. Vzhledem k velkému počtu zákazníků a rovněž proto, že v případě jakékoliv závady na hardwaru realizujeme pro své smluvní zákazníky jeho rychlou výměnu, udržujeme obsáhlé skladové zásoby. Rozsah našich skladů co do



množství i co do sortimentu nám umožňuje eliminovat cenové výkyvy či přechodné nedostatky sortimentu. Nelze se ale předzásobit na několik let dopředu. Společnost Apatyka servis nemá skladové prostory, kde by mohla pro strýčka Příhodu uskladnit téměř tisícovku duplicitních počítačových sestav včetně všech periférií pro každou lékárnou, která používá její systém. A to i přesto, že zcela využívá skladové prostory na svých obchodních centrech po celé republice co nejbliže lékárně.

Při plánování velikosti zásob ve sféře informačních technologií musíme zohlednit i rychlý vývoj v této oblasti. Závisí na komponentech. V některých případech je položka ležící půl roku na skladě už morálně zastaralá a nepoužitelná. A tady se opět projevuje výhoda velké servisní společnosti – většinu obvyklého sortimentu má na skladě, ale při vysoké obrátkovosti má vždy „čerstvé“ zboží, které je technologicky na vysoké úrovni.

Ale ani jakkoliv velký dodavatel hardwaru neuchrání zákazníka před dlouhodobě nepříznivým vývojem kurzu koruny. Plánujeme-li pořídit cokoli, kde je původní cena určena v některé světové měně, je jediné řešení. Zvážit, zde není efektivnější pořídit si dotyčnou věc v předstihu dříve, než stačí zdražit.

A je lhostejné, zda se jedná o hardware nebo zahraniční dovolenou.

ROSTU, ROSTEŠ, ROSTEME

Společnost Apatyka servis vykazuje v posledních letech trvalý rozvoj. Právní formou je sice společnost s ručením omezením, ale právě díky nárůstu počtu smluvních zákazníků roste i náš obrát a společnost Apatyka servis dosáhla hranice, kdy jako účetní jednotka byla povinna podrobit svoji finanční závěrku za uplynulé období auditu.

Stejně jako klademe důraz na kvalitu poskytovaných služeb, jsme přísní i na naše vlastní interní procesy ve společnosti a tak nikoho nemůže překvapit kladný výrok auditora.

ŠEDÁ JE TEORIE, ZELENÝ JE STROM ŽIVOTA

Před rokem a půl jsme na stránkách několika číslech *Okénka do Apatyky* informovali o novém občanském zákoníku a jeho dopadech. Nový zákoník si kladl za cíl větší ochranu občana a to i jako zákazníka. Ruku v ruce s touto snahou jde i změna, která se týká každého, kdo dodává produkty a služby. Občanský zákoník platný od loňského ledna definuje mnohem jasněji a přesněji zodpovědnost dodavatele.

Společnost Apatyka servis si je vědoma možných ztrát, které hrozí lékárně při výpadku jejího informačního systému. Naši samozřejmou snahou je, aby k takovým ztrátám nedocházelo. Jenomže přesně podle názvu tohoto článku a Murphyho zákonů – ať myslíte na vše, vždy se může stát něco neočekávaného. Náš zákaznický přístup vyžaduje předcházet takovým situacím, ale pokud se stanou, tak minimalizovat jejich důsledky. Jedna z možných řešení je pojistit se proti takovým případům.

Jistě, konkurence může tvrdit, že jim se nic podobného nemůže stát a platit pojistku je zbytečné. Ale to je stejný přístup jako jezdit nepojištěným autem s odvoláním, že jsem nejlepší řidič a že se mi nemůže nic stát.

Společnost Apatyka servis poskytuje svým partnerům jistotu. Jistotu, která je od loňského ledna zakotvena i v našich servisních smlouvách. Pro větší jistotu plnění uzavřela okamžitě s platností nového občanského zákoníku naše společnost smlouvu s pojišťovnou AIG o pojištění profesní odpovědnosti.

Pojistné smlouvy jsou často prezentovány jako jistota malé škody před nejistotou velké škody. V tomto případě se tou malou škodou rozumí náklad společnosti Apatyka servis, která hradí celé pojistné. Klid a jistota klientů nám za ten náklad stojí. Kromě toho zde funguje bonus za bezeškodní průběh stejně jako u pojištění aut. Takže už letos je pojistné nižší!

KONČÍ WINDOWS?

Je to sotva rok, co jsme se rozloučili s úspěšným operačním systémem Windows XP, který Microsoft přestal nadále podporovat. A sotva pomyslné žezlo převzaly Windows 7 a Windows 8, jsou tady Windows 10. Copak ta spirála nikdy neskončí? Pro všechny, kterým se zajíždají nekonečné upgrady a náklady s nimi spojené, máme potěšující zprávu.

Podle vyjádření představitelů americké společnosti Microsoft bude Windows 10 poslední verzí tohoto operačního systému. Vytrženo z kontextu by se zdálo, že Windows opravdu končí. Kdo ale sleduje vývoj informačních technologií, ví, že vysvětlení je mnohem prozaičtější. Rychlým a především trvalým rozvojem technologií je Microsoft neustále nucen k dalším a dalším upgradům.

Nové verze vznikají jako reakce na požadavek části uživatelů, kteří chtějí nebo potřebují funkce, které ve starém systému nebyly možné, ale které nové technologie už umožňují. Následně ale musí společnost přesvědčit i zbývající uživatele, že nová verze je přínosná i pro ně a že ji tedy potřebují. Uvedení každé nové verze je nákladná záležitost nejen ohledně vývoje, ale i z hlediska marketingu.

Ostatně neustálá potřeba nových verzí není jen problémem operačních systémů a společnosti Microsoft. Podobné úkoly musí řešit všichni tvůrci softwaru, kteří mají více než jednoho uživatele. Pro nikoho není efektivní vytvářet pro každého uživatele programu jeho speciální verzi. Takový uživatel by musel nést veškeré náklady na analýzu, vývoj i programování. Jak ale přesvědčit všechny své uživatele, aby přešli k nové verzi najednou?

Řešením je software neprodávat, ale poskytnout jako službu. Přístup se dá srovnat mimo oblast informačních technologií například s dopravou. Mohu si pořídit vlastní auto nebo mohu využívat hromadnou dopravu. V druhém případě se musím přizpůsobit jízdnímu řádu a ten je sestaven tak, aby vyhovoval co největšímu počtu uživatelů. Na druhou stranu nemusím investovat velkou částku do nákupu vozidla, zajišťovat jeho údržbu, kontrolovat technický stav a řešit dopravní situace. Pro mnoho uživatelů je vlastní vůz nepochybně pohodlnější a využitelnější. Ale s rozvojem mobility a cestování si lze jen těžko představit, jak vlastním autem jedou na řecké ostrovy či na víkend na výstavu do Paříže. A to rozvoj v dopravě není nic proti tomu, jakým vývojem prošly za posledních dvacet let informační technologie.

Společnost Apatyka servis uvedla během posledních deseti let postupně tři verze lékárenského systému Mediox pod

obchodními názvy MEDIOX 2000, MEDIOX 2000 ^{Novum} a MEDIOX 3000. I my víme, že neustálé vydávání nových verzí je pro zákazníky obtěžující a pro nás zátěž. Potřeby nových verzí lékárenských softwarů jsou přitom dány nejen novinkami v technologiích, ale i změnami legislativy.

Společnost Apatyka servis z tohoto důvodu už více než šest let poskytuje službu ApaRent, která lékárnám oproti pevně stanovené měsíční částce dlouhodobě zajišťuje lékárenský systém a současně dává jistotu vždy aktuální verze bez dalších nákladů. A se stejnou myšlenkou nyní přichází i společnost Microsoft. Že by se učila u Apatyky servis? ☺

Pravda je taková, že je to logický vývoj, ke kterému dříve nebo později dospějí všechny společnosti poskytující software. Napříště budou Windows 10, nebo jak se bude systém jmenovat, „neustále aktualizovány“. Namísto toho, aby americký gigant vydával stále nové verze svého operačního systému tak, jak tomu bylo v uplynulých letech, budou jeho vývojáři do Windows pravidelně přidávat nové funkce a další vylepšení.

„Windows budou službou, která bude pravidelně aktualizována,“ uvedl Microsoft. O tomto záměru se mluví již delší dobu. Změna přístupu společnosti se projevila už při označení – po Windows 8 přichází rovnou Windows 10, jejichž název má symbolizovat odklonění se od dosavadního pojetí k vydávání operačního systému. Žádné další Windows 11 v budoucnu už nebudou.

Windows 10 budou updatována pomocí pravidelných bezpečnostních záplat a updatů přinášejících nové funkce. Součástí dohody, kterou uživatel uzavře s Microsoftem v rámci bezplatného přechodu z Windows verzí 7 či 8.1 na verzi 10, bude i závazek společnosti Microsoft dodávat tyto updaty automaticky.

Díky novému přístupu odpadne samotnému Microsoftu i jeho zákazníkům řada problémů. Nové možnosti technologií se projeví ihned a nebude snaha zdržovat jejich uvolnění až do nové verze. Microsoft nebude muset vydávat s každou novou verzí obrovské částky na marketing. Pokud budou Windows konstantně aktualizovanou službou, odpadnou masivní reklamní kampaně.

Tento posun společnosti Microsoft od prodeje licencí k formě poskytování služby nebude bez rizika. Microsoft bude muset neustále vydávat nové aktualizace a funkce. Jak budou na změnu reagovat velcí zákazníci a jak další tvůrci softwaru? To se týká i tvůrců lékárenských systémů. Nepochybně společnost Apatyka servis bude mít díky svým zkušenostem s tímto způsobem poskytování služeb, určitou výhodu.



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍCI MĚSÍCE

Nejlepším systémovým poradcem měsíce dubna 2025 se stal

Filip Beneš.

Gratulujeme!

KDO MÁ DNESKA SVÁTEK?

„Život bez svátků je jako dlouhá cesta bez hospod.“ říkával už starověký řecký filosof Démokritos. Právě na tomto místě jsme v *Okénku do Apatyky* před dvěma měsíci psali o našem zvyku slavit či alespoň připomínat cokoli a kdykoliv. S blížícím se létem narůstá počet dní, které jsou něčím významné anebo jen poskytují důvod někomu k něčemu blahopřát. Jste na ně připraveni? Vždyť každé květinářství, každá prodejna dárkového zboží má vystavenou ceduli připomínající jména oslavenců či blížící se významné dny.

Jistě, lékárna není klasická prodejna a ibuprofen není nevhodnější dárek ke Dni matek. ☺ Ale málokterá lékárna prodává dnes jen léčiva. Většina nabízí rovněž široký doplňkový sortiment. Proč ho nevyužít k větší propagaci vlastní lékárny? Samozřejmě něco to bude stát, ale jsou to náklady, které se vyplatí. Henry Ford, zakladatel slavné automobilky a

propagátor nových metod, kdysi prohlásil: „Kdybych měl posledních pět dolarů, tak tři z nich věnuji na reklamu.“ A spojit svoji reklamu se svátkem, který je uveden v každém kalendáři, znamená podělit se o své náklady na propagaci s tiskárnou stolních kalendářů.

Reklamní poutače a drobné rozdávané předměty propagující přípravku konec konců nemusíte pořizovat jen výhradně ve své režii. Velký zájem podporovat prodej konkrétního přípravku má přece i jeho výrobce či dodavatel, který navíc reklamní předměty vyrábí ve větším množství a tedy obvykle laciněji. Teď je jen na každé lékárně, jakým způsobem dokáže poskytnuté propagační materiály spojit také se svým vlastním zviditelněním. A často je to zdánlivě hloupá maličkost, která potěší. Třeba jen na dózu s reklamními bonbóny napsat blahopřání všem, kteří mají dnes důvod něco slavit. ☺

A nemusí to být jen klasický svátek podle křestního jména. Už víte, při kterém nejbližším svátku se budete prezentovat? ■

📧	BIBLICKÝ HRÁŠNÍK	2. DÍL TAJENKY	JMÉNO BÁSNIKA BŘEZINY	MENTOR	INICIÁLY HEREČKY HEGER-LÍKOVÉ	MEZINÁRODNÍ KÓD TANZANIE	EVROPAN	📧	OSTAT	ZAHRADNÍ BEŠÍDKA	MOJI	NEPRAVDY	ÚČES PUNKERŮ	BÝVALÁ RUSKÁ REVOLUCIONÁRKA	METEORIT SKLOVITĚHO VZHLEDU
VLHNOUTI DEŠTĚM								ZATAJIT							
NEVLÁČET								1. DÍL TAJENKY ČÁST ÚST							
JMÉNO PSA					NADĚLAT RYČEM BALONEK						DOMÁCKY IRVIN MOŘSKÁ VYDRA				
NA ŽÁDNÉ MÍSTO						OPAK PRAVÁKA HOREČKA (HOVOR.)						MÍSTO V DOLE (SLANG.) DĚLOBUCH			
📧	NASEKNOUT PODROBNOST						SLOVENSKÝ NÁR. PARK ŘÍDCE PRŠET							INIC. HER. ISSOVÉ VĚTNÝ ČLEN	
DROBNÝ PREZENT								JASNO-VIDEC ANGLICKY „JMĚNÍ“							
NÁZEV HLÁSKY R			MALOMOCENSTVÍ MÍSTO (ZASTAR.)						ŘÍM. MRAVOKARCE VERDIHO OPERA					KARETNÍ HLÁŠKA	DOMÁCKY OTA
VRCHOLNÝ (HOVOR.)				ŽENSKÉ JMÉNO SOUHLAS						KROMĚ TOHO DOMÁCKY KEVIN					
ČESKÝ LITERÁT					VÝROBCE BRÝLÍ ŘÍMSKÁ ČTYRKA						KAL ZNAČKA NIKLU				
NEPLATNOST (KNIŽNĚ)								3. DÍL TAJENKY							
ZAPADAT DO SEBE								LETEC (KNIŽNĚ)							

Tajenku křížovky zašlete do **20. června 2025** 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 *Okénku do Apatyky*: „Sledovat legislativu se vyplatí“.

Všem úspěšným řešitelům gratulujeme!

VIDĚT A BÝT VIDĚN

Název článku je už téměř šedesát let otřepaným heslem koordinačního orgánu pro bezpečnost silničního provozu známého pod zkratkou BESIP. Heslo není jen základním pravidlem bezpečnosti na silnicích, ale rovněž nutnou podmínkou pro každého, kdo chce uspět v konkurenčním boji. V době, kdy nabídka výrazně převyšuje poptávku, je nesprávný a hlavně neudržitelný názor, že propagace není potřeba a že dobrá věc se prosadí sama.

Naopak. V množství rozmanitých, pestrých a bohatých nabídek má šanci na úspěch jen ta, kterou potenciální zákazník dobře vidí.

Pro lékárný, jako pro jakoukoliv jinou činnost, jejímž cílem je nabídnout své služby, platí stejná zákonitost. Platí i pro nás a další společnosti dodávající lékárenské informační systémy. Od lékáren se ale při vlastní prezentaci nabízených produktů přece jen lišíme.

Lékárna poskytuje své služby především na místě své provozovny a nabízí je všem kolemjdoucím. Pro zviditelnění a upoutání pozornosti lze využít klasické reklamní stojany ve tvaru A nebo stojany

s poutavými propagačními materiály, které si mohou zájemci vzít. Je to jednoduché, rychlé a s minimálními náklady, pokud si obecní úřad neúčtuje horentní sumy za pronájem místa pro reklamní stojany.

Kolem lékárný přejde obvykle hodně lidí, ale ne všichni potřebují akutně některý produkt z její nabídky. Výhodu mají provozovny v blízkosti některého zdravotnického zařízení, kde lze přece jenom očekávat častější výskyt lidí s různými chorobami či zdravotními potížemi a tudíž i větší podíl potenciálních zákazníků lékárný.

Není ale technicky reálné přenést svoji lékárný na dohled všem doktorům, jejichž pacienti by se mohli stát našimi dobrými zákazníky. I v tomto případě existuje jednoduché řešení. Musíme jít za svým zákazníkem a po dohodě s doktorem umístit své propagační materiály přímo v čekárně ordinace.

I bez složitých a dlouhodobých statistik je logické, že prezentace na místech, kde je větší koncentrace potenciálních zájemců, je efektivnější, než neadresná nabídka všem kolemjdoucím. Jistě, náklady jsou pravděpodobně vyšší, protože se musíme dohodnout s přísluš-

doktorem nebo jiným provozovatelem zdravotnického zařízení. Kromě toho stejný nápad nepochybně mohou mít i další lékárný z okolí a naše materiály, vzhled i obsah, musí být lepší a kvalitnější, aby zaujaly.

Společnosti dodávající lékárenský systém to mají v tomto ohledu složitější. Neexistuje jedno místo, kde by se pravidelně scházeli jejich potenciální zákazníci – lékárníci. Recept, který lze použít v případě kamenné provozovny tak u nás nelze aplikovat. Kde umístit reklamní stojan „A“? Před naším sídlem v Praze Hostivaři? To asi nebude nejúčinnější zviditelnění. ☹

Společnost Apatyka servis je zákaznický orientována. Nikoho proto neudivuje, že využíváme všech příležitostí předvést stávajícím i potenciálním zákazníkům svůj systém včetně všech posledních novinek a doplňků.

V silně konkurenčním prostředí tvůrců lékárenských systémů se účastníme různých konferencí, seminářů a setkání lékárníků nejčastěji a mnohdy jako jediní dodavatelé informačních technologií. Praktické naplňování hesla „být viděn“ se pak promítá do růstu našeho obchodního podílu.



*Společnost Apatyka
servis si Vás dovoluje
pozvat
na svůj výstavní
stánek při příležitosti
kongresu*

ÚSPĚŠNÉ LÉKÁRNÝ POUŽÍVAJÍ 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