

A IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO DAS TÉCNICAS DE ATENDIMENTO E VENDAS PARA O PROFISSIONAL FARMACÊUTICO

MARCIA YUMI UEMOTO

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ, MARINGÁ - PR

ADRIANO ARAUJO FERREIRA

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

THAYS AVELINO BANNWART

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

RAFAEL KATSUMI MURASSAKI TEIXEIRA

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

RENAN MENCK ROMANICHEN

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

Segundo último levantamento feito pelo Conselho Regional de Farmácia do Paraná (CRF-PR) em Dezembro de 2002, o número de farmacêuticos inscritos neste órgão foi 2.781 profissionais na capital e 5.146 no interior do estado, totalizando 7.927 profissionais. Ainda segundo este mesmo órgão o número de empresas (Farmácia de manipulação, hospitalar e homeopática, ervanária, laboratório de análises clínicas, indústrias farmacêuticas) registradas no CRF-PR nesta mesma data foi 5.333 empresas, demonstrando uma diferença significativa entre o número de empresas no mercado e o número total de profissionais. Dentro desta realidade o farmacêutico pode estar atuando em vários setores em uma mesma empresa (por exemplo proprietário, gerente, responsável técnico, auxiliar técnico, consultor), mas para isto, ele deve adquirir algumas habilidades e conhecimentos que vão além de sua capacitação técnica para exercer a profissão. Este trabalho tem como finalidade apresentar as etapas necessárias para o desenvolvimento de um bom atendimento, contribuindo para que o farmacêutico seja um diferencial dentro das empresas. Para tanto foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o assunto em questão, adotando-se como referências teóricas, documentos oficiais e trabalhos de pesquisadores. Para um bom atendimento faz-se necessário o conhecimento das etapas (abordagem; sondagem; apresentação/demonstração; objeção e consolidação da venda) para a realização de uma venda. A abordagem (1º) é etapa onde o farmacêutico tem a oportunidade de iniciar o relacionamento com o seu cliente; em seguida a sondagem (2º) do cliente, onde o farmacêutico tenta revelar qual motivo levou o cliente até a farmácia; para então apresentar e demonstrar (3º) o seu produto, sendo esta etapa desenvolvida de maneira tal que o valor do mesmo e os serviços agregados a ele sejam um mero detalhe ao final da venda; mas para isso deve-se saber lidar com as objeções (4º) impostas pelos clientes ao momento da venda, escuta-se o que este tem a dizer, e em seguida classificam-se as informações, confirma-se o que o cliente lhe disse para que então o mesmo responda, e daí o farmacêutico realiza a consolidação da venda (5º) provocando a decisão correta do cliente, e apoiando enfaticamente a escolha feita. Portanto o conhecimento de técnicas que venham a auxiliar o farmacêutico no atendimento aos seus clientes e colaboradores é de suma importância para uma boa atuação profissional, aumentando com isso a sua empregabilidade, bem como a sua inserção no mercado de trabalho.

Palavras-chave: farmacêutico; atendimento; vendas

marcia_uemoto@yahoo.com.br