

Bahadır BÜLGİN
Eczane Danışmanı

ECZANEDE TANZİM TEŞHİR

Eczane her ne kadar sağlık alanında vazgeçilmez bir mekan, eczacı da vazgeçilmez bir profesyonel olsa da, kabul edilmesi gereken bir nokta var ki; eczane aynı zamanda bir ticaret yeridir. Bu ticaret insan sağlığını doğrudan etkilediği için içerik olarak diğerlerinden ciddi farklılık gösterir ancak uygulama olarak hiçbir farkı yoktur. Ticaret yapmanın tüm kuralları burada da geçerlidir. Ticarete bir de perakende satış kurallarını eklediğimizde önümüze ciddi bir gelişim alanı çıkıyor. Bu gelişimi eczanedeki alanı kullanarak kolayca yapabilirsiniz. Doğru ürünleri, doğru zamanda, doğru yerde, doğru miktarda, doğru süreyle, doğru fiyatta ve doğru tüketicinin görmesini sağlamak yani bu tanımın yaygın söylenişleriyle doğru tanzim teşhir yapmak. Tanzim teşhirin amacı, hastanın almaya geldiği üründen başka bir ürün almasını sağlamaktır.

Eczaneye iki tür tüketici girişi olur.

1. Akan hastalar (Yayadırlar, yakın olduğunuz için size gelmeleri kolaydır ve zaman kazandırır)

2. Trafik hastaları (Araçlıdırlar, hastaneye, hekime veya başka bir çekim merkezine yakın olduğunuzdan ve özel bir hizmetiniz veya uzmanlığınız için gelirler)

Eczaneye gelen ve ilaç alan hastanın davranışı öngörülebilir. İlacını alır ve diğer alışverişini yapmak için markete gider. Oysa hastanın tüketici olarak marketten aldığı, isterse aynılarını eczaneden de alabileceği birçok ürün vardır. Üstelik bu ürünle-

rin yanı sıra sağlığıyla ilgili çok değerli danışmanlık hizmeti de alabilir. Eczane alanını doğru kullanma konusunu konuşmadan önce tüketicilerin ilaç dışı alanda satın alma davranışını inceleyelim.

İlaç dışı ürünlerde tüketicilerin 4 türlü satın alma davranışı gösterdiğini biliyoruz.

- 1. Öngörülen satın alma:** Tüketici eczaneye girmeden önce almayı öngördüğü markanın ürünü satın alır. Bütün satın alma davranışları içindeki yüzdesi 25'dir. Yani her 4 tüketiciden 1'i ne almaya geldiyse onu alır ve eczaneden ayrılır.
- 2. Öngörülen ve belirlenen satın alma:** Tüketici hangi ürüne ihtiyacı olduğunu bilir ve reyondaki arz karşısında markayı kararlaştırır. Bu davranışın yüzdesi 19'dur. Yani yaklaşık 5 tüketiciden 1'i seçimini eczanede raflara veya stantlara bakarak yapar ve eczaneden ayrılır.
- 3. Değiştirilen satın alma:** Tüketici öngördüğünden farklı bir satın alma gerçekleştirir. Bu davranışın yüzdesi 5'dir. Tüketicuyu boşuna zorlamayın.
- 4. Dürtüye bağlı satın alma:** Tüketici böyle bir ürünü satın almayı öngörmemiştir. Bu davranışın yüzdesi 51'dir. Yani ilaç dışı satın almaların her iki tanesinden birinde tüketici bu ürünü almayı planlanmamış eczanede gördüğü için satın almıştır.

Dürtüye bağlı satın almaları harekete geçiren nedir?

- Mevsimlik ihtiyaç gibi sunulan ürünler,
- Kasaya yakın bir gondolda veya çekici bir şekilde sunulan ürünler,
- İndirimler ve değişik özendiriciler,
- Reyondaki açık bir ürün

Önceleri herhangi bir şeye ihtiyaç duyulduğu için eczaneye gidilmekteydi; Bugün, **eczanede bulunduğu için herhangi bir şey satın alınıyor**. Bu sebeple tanzim teşhir çok önemlidir. Şimdi gelin dışarıdan içeriye doğru eczanenin kullanılabilir yerlerine bir bakalım.

Eczanenin dışı

- **E işareti;** Hasta hafızasında eczane ile bütünleşmiştir. Kolayca görülür. Anında tanınmaya yarar.
- **Tabela;** Kişilikli olmalıdır. Sıradan ise dikkat çekmez. Daha sıcak bir ilişki için uzmanlık alanlarınız hakkında bilgi verebilir.
- **Kapı;** Kolayca girilebilir izlenimi uyandırmalıdır. Üzerinde çıkartmalar, ilanlar, pankartlar olma-

malı. Eczanenin içi buradan görüleceği için temiz ve açık olmalıdır.

- **Vitrin;** Eczanenin ilk görülen yeri, kartvizitidir. İçeri giriş kararında çok etkilidir. Hastaları çekmek ve bilgilendirmek için kullanılmalıdır. Başarılı bir vitrin için:
 - ✓ Vitrindeki ürünlerin akıllıca seçilmesi, (Önde gelen, medyatik ürünler)
 - ✓ Vitrindeki mesajın anlaşılması, (Tüketici yolda ortalama olarak saniyede 1,20 m süratle ilerler ve dikkati aynı anda her yöne çekilir. Eczaneni görmesi ve içeri girmesi için vitrinizdeki mesaj açık ve basit olmalıdır: BİR tek sorunu çağrıştıran BİR tek konu, BİR tek marka.)
 - ✓ Vitrinin kolayca görülebilmesi, (Mesaj kolayca görülebilir olmalıdır: bunun için iyi bir aydınlatma, yazıdan daha fazla resim, aynı konuya ayrılan en az 1,20m yer ve yeterince büyük yazılan metinler)
 - ✓ Vitrinin canlandırılması. (Yeni lansmanlar ve mevsimlik animasyonlar)





Eczanenin içi:

- **Hasta Bölümü:** İçeri giren hastalar çoğunlukla sağ tarafa bakmaya ve yürümeye eğilimlidir. Bu alanlar sıcak alanlardır. Bu alanlara kendiliğinden satın almayı tetikleyecek ürünler koyulmalıdır
- **Tezgâh:** ZORUNLU GEÇİŞ noktasıdır, hastalar tarafından en fazla görülen yerdir; dolayısıyla özel bir ilgi gösterilmelidir.
- **Sergi standı:** Sergi standı, belirli bir süre için aynı markaya sahip ürünleri bir araya getirir. Standın sıcak bir alana yerleştirilmesi ürünün satışlarını ortalama olarak %30 arttırmaktadır. Sergileme standı hastanın kolayca erişebileceği bir yerde ve tüketiciyle temas halinde olmalıdır (hasta ürünleri eline alabilmelidir). Önceden bir veya birkaç ürünü eksiltmiş olan bir sergileme standı tamamen dolu bir sergileme standından daha fazla SATICIDIR. Ürünlerin fiyatları açıkça belirtilmelidir.
- **Lineer (raflar):** Her raf eşit değerinde değildir.

Raf yükseklikleri ve satış oranları:

1,80m	%5
1,60m	%10
1,35m	%30
1,10m	%25
0,85m	%20
0,60m	%10

> Müşteri ölçüleri 1,10 m ile 1,60 m arasında olan raflarda sergilenen ürünleri kendiliğinden daha fazla oranda satın almaktadır.

Tüketici önce gördüğünü satın alır:

GÖRÜLMEDİ, SATILMADI

Şapka hizası	Günlük tüketilen ürünler
Göz hizası	Yüksek katma değerli ürünler
	Çekici ürünler
Yüksek el hizası	Yüksek verimliliğe sahip ürünler
	Yüksek çekim gücüne sahip ürünler
Alçak el hizası	Tamamlayıcı ürünler
Bel hizası	Tamamlayıcı yeni ürün serisi
Diz hizası	Temel ürünler

Hastalar teknolojinin gelişmesiyle birlikte artık daha hızlı hizmet bekliyorlar. Bunun için tanzim teşhir önemlidir. Ancak her şeyin bundan ibaret olduğunu da söyleyemeyiz. Ekibinizin eğitilmiş ve güler yüzlü olması, sizin işinizin başında olmanız, mesleğinizin kalıcılığı için kritik önemdedir.

www.eczanekoclugu.com