

A coaching szerepe a gyógyszer-tár működtetésében

Kiemelkedni a sok közül

Egy patikában nem túlzás a coachingról mint új „receptről” beszélni, amely nemcsak a meglévő „hatóanyagokról” nyújt alaposabb ismeretet, hanem a változásokra is felkészíti a gyógyszer-tárvezetőt és munkatársait.



Dr. Jelinek Katalin



Pszichoterapeuta szakorvos, minősített business coach, a Magyar Coach-szervezetek Szövetsége és az Üzleti Coach Egyesület tagja. Több mint 1000 coaching óra tapasztalatot szerzett a gyógyszeriparban, gyógyszerkereskedelemben.

Gyakran olvassuk és halljuk a kifejezést, legyen szó üzletről vagy a magánéletéről: coaching. Varázsszó? Aligha. De mind érezzük: jó lenne, ha valaki vagy valami időnként segítene megteremteni a „vágyott egyensúlyt”, támogatna bennünket elakadásainkban, megmutatná már talán eddig is meglévő értékeinket és erősségeinket, ezzel újult erőt adva magunk és vállalkozásunk sikereihez.

Eredményekről, fejlődésről, változásról, tudatossá válásról szól.

Hiányosságok helyett erősségek

Napjainkban a sokarcú üzleti világba lépett egy új szereplő, a coach (jelentése: edző). A sportfilozófiából származó fogalom, az edzés vagy más néven coaching fontos szerepet játszhat a vezetők munkája során. Azok a vezetők, gyógyszer-tárvezetők igénylik ezt a munkát hatékonyabbá tehető módszert, akik felmérték, hogy saját tudásuk hasznos kiegészítője lehet a coach szerteágazó szellemi muníciója, naprakész felkészültsége.

A coaching a személyi és szervezeti változást támogató lehetőségek egyik hatékony formája. Cél-, eredmény- és megol-

dás-orientált folyamatkísérés. Támogatja a szakembereket szakmai szerepükben. Ezt oly módon teszi, hogy a hangsúlyt az erősségekre és a fejlődési tartalékokra helyezi, nem pedig a hiányosságokra. Közös gondolkodási teret alakít ki, mely az ügyfélnek lehetőséget ad egyéni megoldási lehetőségek kialakítására.

A coach biztosítja az ügyfél céljainak eléréséhez szükséges lépések megtételét. Elsősorban abban segít, hogy jobban megértsük gondolatainkat, működésünket. Eredményekről, fejlődésről, változásról, tudatossá válásról szól. A jó coach kérdéseivel maga is lehet ötletadó vagy ötleteket generáló, inspiráló, hiszen a tanulási környezet megteremtésével innovatív megoldásokra készíti a partnerét. Kimozdít a megszokott komfortzónából, új megvilágításba helyezi a vezető kérdéseit és a lehetséges válaszokat.

A coaching nem az elméleti ismeret átadására, hanem a már megtanult ismereteknek és a megszerzett készségeknek a működtetésére koncentrál. A tudás adott helyzetre történő aktualizálásával dolgo-

zunk. A megváltozott hozzáállás már önmagában komoly lehetőség a változásra, a változtatásra.

Pharmacoaching

Hol a helye tehát a patikák világában a coachingnak? Mikor hasznos a patikavezetőnek coach-hoz fordulni? A gyógyszer-tárvezető motivációja általában sokrétű. Akkor érdemes coach segítségét igénybe vennie, ha szeretné:

- a dolgozók közötti együttműködést fejleszteni,
- a korábbinál jobban elkötelezni, motiválni a munkatársait,
- új célokat meghatározni a patika jövőjével kapcsolatban,
- javítani az időgazdálkodását,
- a munka és magánélet egyensúlyát megteremteni,
- növelni az árbevételt,
- javítani a piaci lehetőségeket,
- vezető vagy a dolgozók fásultságát, burn out-ját (kiégését) csökkenteni.

A patikában ezek közül bármelyik probléma előkerülhet, amelyik akadályozhatja a mindennapi munkát, a vállalkozás sikerességét, fejlődését.

Személyi vagy csapatedzés

A pharmacoaching formáját tekintve lehet egyéni- vagy teamcoaching. A vezető egyéni coaching folyamata segít abban, hogy a patika működése még jobb, sikesebb lehessen. A pharmacoach beszélgetések mentén feltérképezi az adott patikára jellemző működésmódokat, és egyénre/patikára szabottan kíséri a vezetőt célja eléré-

se érdekében. Abban az esetben, ha a vezető úgy látja, hogy a gyógyszer-tár működésének eredményességéhez nem csak az ő egyéni coachingja lehet hasznos, akkor közösen eljuthatnak olyan döntéssig, melynek eredményeképpen bevonnak a folyamatba másokat (tulajdonosokat, a működés szempontjából kulcsfontosságúakat) vagy akár az egész patikai közösséget.

Ezekben a folyamatokban mindkét fél aktívan jelen van. Az ügyfél oldaláról fontos, hogy elkötelezett



...fontos a patika személyzetének harmonikus működése...

legyen, aktívan-motiváltan részt vegyen a közös munkában, legyen nyitott és őszinte. A coach nem „gyári termékeket” ajánl, hanem összeállítja az adott patika számára legmegfelelőbb „magisztrális” készí-

ményt, mely tartalmazza a tudást, a kapcsolatközponúságot, a tapasztalatot, a titoktartást.

A coaching folyamatot mindig megelőzi egy feltáró beszélgetés, mely végére az ügyfél tisztábban látja kompetenciáit, kreativitását, változásra való alkalmasságát, tanulási módjait.

Az ügyfél a coach segítségével ötleteket, új szempontokat alakít ki a folyamat végére.

A gyógyszer-tár a gyógyszerellátásra irányuló egészségügyi szolgáltató és egyben egy vállalkozás is. Ez a komplex működésmód komoly és tiszteletreméltó feladat a patikában dolgozók számára. Különösen fontos a patika személyzetének harmonikus működése, mert kihatással van a betegek, vásárlókra, így közvetten az egész társadalomra.

Egy patikában tehát nem túlzás a coachingról beszélni, amely nemcsak a meglévő „alapanyagokról” nyújt alaposabb ismeretet, hanem a változásokra is felkészíti. A gyorsuló versenyben az lehet csak nyertes, aki kész a változásokat is mint állandó elemet kezelni. A hozzávalók adottak: élénk piac, speciális vásárlói igények, felkészült patikai alkalmazottak, a gyógyszer-tár készítmények széles választéka. A coachingfolyamat pedig abban segít, hogy felfedezzük és szolgálatunkba állítsuk környezetünk jelzéseit csakúgy, mint saját – eddig talán kevésbé használt – erőforrásainkat!

Dr. Jelinek Katalin
pszichoterapeuta

Az eredményes coaching után:

- javul a készletgazdálkodás
- csökkennek a költségek
- kényelmesebbé válik a működés
- elkötelezettebbek lesznek a munkatársak
- nő a forgalom és ezáltal a bevétel
- javul az árrés optimalizálás
- jobb lesz a betegekkel történő kommunikáció
- gördülékenyebb lesz a patikán belüli tudásmegosztás
- javul a dolgozók közti kommunikáció



- tudatosabb, így hatékonyabb lesz a gyártói akciók követése