



IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

Lekáreň orientovaná na pacienta

1. Téma : Nástroje vedenia rozhovoru s pacientom, budovanie dôvery - 2 hod. – 120 min.

Prednášateľ: Dr. René Barvirčák

BUDOVANIE POZITÍVNEHO VZŤAHU S PACIENTOM

Pred tárrou môžu stáť rôzne typy ľudí. Profesionál vníma rozdiely a ponúka správanie, ktoré je dôveryhodné pre pacienta.

PODNETY, KTORÉ PACIENT / KLIENT POCIŤUJE ZVÄČŠA AKO PRÍJEMNÉ :

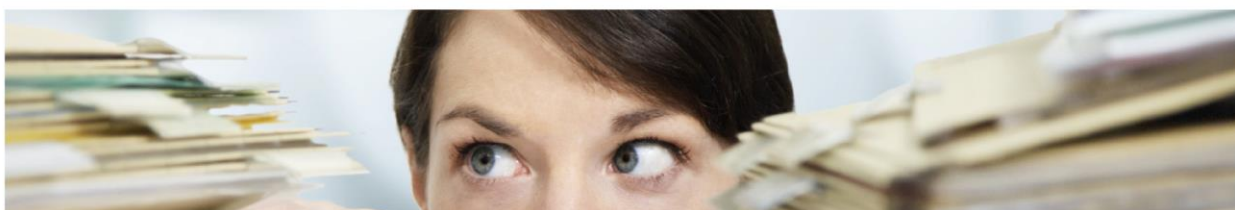
- Oslovenie menom
- Priateľský prístup
- Zrakový kontakt
- Pozorné počúvanie
- Súhlas, pochvala
- Zdvorilosť
- Prejav záujmu
- Úprimnosť

PRAKTIKUM : CVIČENIA, GENEROVANIE NÁPADOV

PODNETY, KTORÉ PACIENT / KLIENT POCIŤUJE AKO NEPRÍJEMNÉ :

- Nepozorné počúvanie
- Arogancia
- Neúcta
- Nepozornosť
- Protirečenie
- Nesprávne používanie mena
- Výčitky
- Prehováranie
- Rýchle predkladanie návrhov
- Monológy

PRAKTIKUM : CVIČENIA, GENEROVANIE NÁPADOV AKO PREDCHÁDZAŤ NEGATÍVNYM JAVOM





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

NÁSTROJE VEDENIA ROZHOVORU S PACIENTOM

AKTÍVNE POČÚVANIE

- Počúvajte pozorne ušami, snažte sa vžiť do situácie pacienta, empatia ako pomocník
- Počúvajte zrakom, snažte sa vyhodnotiť neverbálne prejavy pacienta
- Uistite sa otázkami, či to čo vidíte a počujete je skutočne pravda ..
- **PRAKTIKUM** : Empatia, asertívne správanie a kreativita, techniky rozvíjania kreativity

KLADENIE OTÁZOK, ZISŤOVANIE POTREBY - PARAFRÁZOVANIE

Zisťovacie otázky, čo, ako, prečo, kedy, máte, nemáte ?

Môžete mi prosím popísať ako sa to prejavuje? Kedy k tomu došlo? - získavanie informácií

Navádzacie, zisťovacie otázky, súhlasíte, čo vy na to ?

Ja osobne by som to riešil takto, čo Vy na to, vyhovuje Vám to ? - zistenie postoja, názoru

Motivujúce otázky, čo pre vás ako.., čo si ako.. ?

Čo si o tom myslíte? Čo pre Vás môžem urobiť? - motivácia ku komunikácii

Alternatívne otázky, (ne) bolo by.. ako, buď to, alebo..?

Nebolo by rozumnejšie ..., ako riskovať že ..? Čo sa Vám pozdáva viac to, alebo toto? - vyvolanie rozhodnutia

Sugestívne otázky, ako, prečo, mohlo?

Ako sa to mohlo stať ? Prečo ste neprišli skôr ?, určite by sme vám pomohli... - pozor navodenie výčítiek

Zrkadlové, overujúce otázky, tak v čom, je to tak ?

Rozumiem tomu správne ?, Ako ste to mysleli ? - overenie postoja, názoru

Viacnásobné otázky, kedy, ako.. ?

Prosím kartičku poistenca, už ste u nás boli, poznáte užívanie ? - urýchľujú vybavenie, ale aj vzbudzujú chaos. Pozor výnimočne

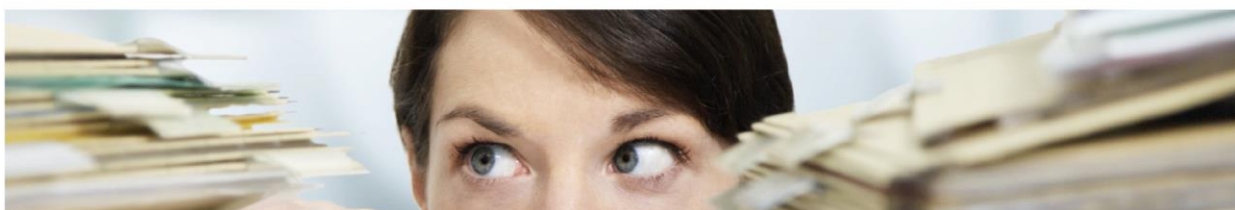
Zatvorené, želáte si.., máte.., potrebujete..?

Potrebujete pomoc, máte bolesti ? - urýchľujú vybavenie, odpovede sú najčastejšie Áno, Nie

■ PRAKTIKUM : CVIČENIA, GENEROVANIE NÁPADOV, TVORBA DATABÁZY OTÁZOK

NEVHODNÉ FORMULÁCIE

- To sa u nás nedá urobiť
- To neviem
- To sme nezavinili my
- Takúto službu neposkytujeme
- Zle ste ma pochopili
- Ja Vám v tomto nemôžem pomôcť
- Postupovali ste nesprávne
- **Cvičenie : preformulovať výroky na pozitívne**





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

PREZENTÁCIA RIEŠENIA

Ak už pacient popísal svoju motiváciu ku kúpe, môžete mu ponúknuť príslušné riešenia vo forme produktu či služby.

Teraz už môžete ukázať, nakoľko ste vzdelaní, koľko poznatkov máte. Teraz vás už pacient bude počúvať, lebo je to to, čo ho zaujíma a on cíti motiváciu si to kúpiť.

Charakteristika

- Je to odborný parameter, znak daného produktu

(Např. ide o mucoliticum, generikum ...)

Výhoda

- V čom je rozdiel oproti iným produktom?

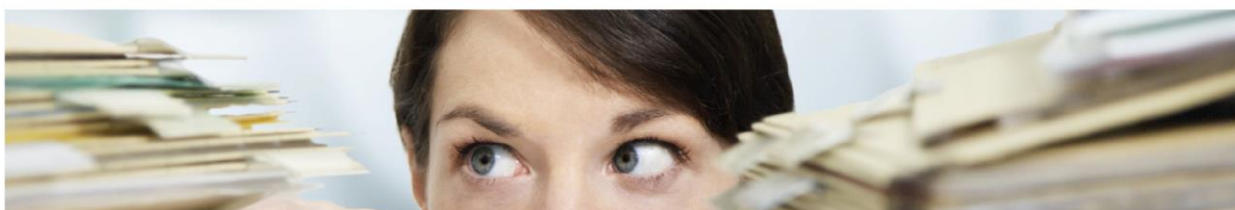
(porovnanie niečoho s niečím, např. väčšie balenie, viac tabliet, viac mg/na jednu tabletu .. .)

Úžitok

- Premeniť na konečný prínos pre pacienta (Čo mu to vyrieši? Prečo by to mal chcieť?)
 - Úžitkom je všetko, čo prispieva k zlepšeniu situácie pacienta.

Je to úspora, rýchlejšie vyliečenie, podpora liečby, zabránenie/zmiernenie nežiadúcich účinkov ...

- Ušetrí vám to ...
- Vydrží vám to ...
- Uľahčí vám to ...
- Pomôže vám to ...
- Zabráni to ...





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

2. Téma : Typológia pacienta, rozhovor s pacientom, uzatváracie techniky - **2 hod. – 120 min.**

Prednášateľ: Dr. René Barvirčák
TYPOLÓGIA PACIENTA ORIENTOVANÝ NA ÚLOHY

MODRÝ

Správanie

Rezervovaný
Preferuje systematický prístup
Pozornosť venuje detailom
Sústredí sa na okamžitú prácu
Preferuje nadstavenie smerníc a pokynov
Rád plánuje zmeny

Potreby

Vysoké štandardy
Ocenenie
Kvalitnú prácu

Obavy

Kritiku práce
Nedokonalosť
Že nebude vedieť niečo vysvetliť

ČERVENÝ

Správanie

Spoločenský
Má rád výzvy
Horlivý dokončiť úlohy
Vzdoruje autoritám
Rád preberá vedenie
Podniká kroky, aby dosiahol zmeny

Potreby

Výsledky
Uznanie
Výzvy

Obavy

Spochybenie jeho/jej authority
Nedostatok výsledkov od iných

BIELY

Správanie

Zdržanlivý
Výborne pracuje v tíme
Prispôsobuje sa druhým
Má rád udržiavanie status quo
Pomaly sa dostáva zo zranenia
Preferuje stálosť pred meniacimi sa situáciami

Potreby

Bezpečnosť
Akceptácia
Tímová práca

Obavy

Izolácia
Vynikať
Neplánované zmeny

ŽLTÝ

Správanie

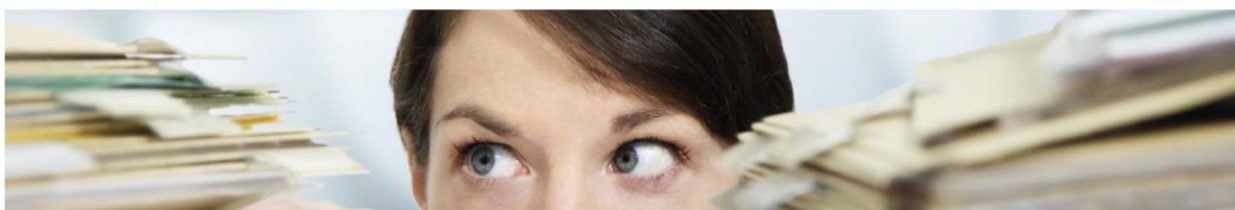
Spoločenský
S entuziazmom vedie druhých
Preferuje globálny prístup
Drží si odstup od detailov
Koná pod vplyvom impulzu
Horlivý propagovať zmeny

Potreby

Prejav vd'ačnosti
Nové trendy a myšlienky

Obavy

Nesúhlas
Stagnácia
Práca s detailmi





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

ORIENTOVANÝ NA ĽUDÍ

Keď má pacient záujem kupovať, vysiela signály ochoty na realizovanie kúpy. Je dôležité tieto signály identifikovať a reagovať na ne.

Signálmi sú väčšinou otázky ako:

- Naozaj si myslíte, že dnešná žena to potrebuje?
- Aké sú vaše platobné podmienky?
- Aká je presná cena?
- Myslíte si teda, že tým môžem ušetriť?

Neverbálnymi signálmi sú:

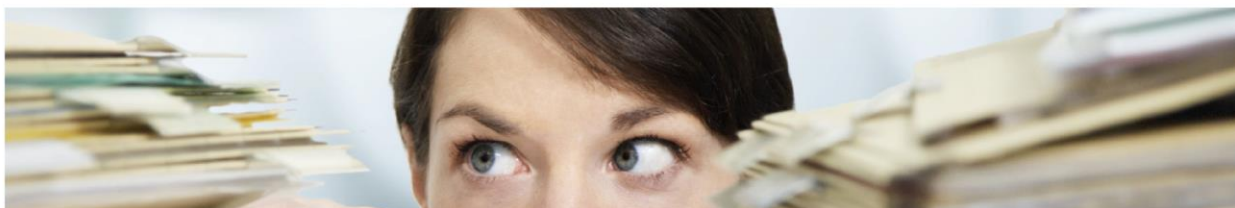
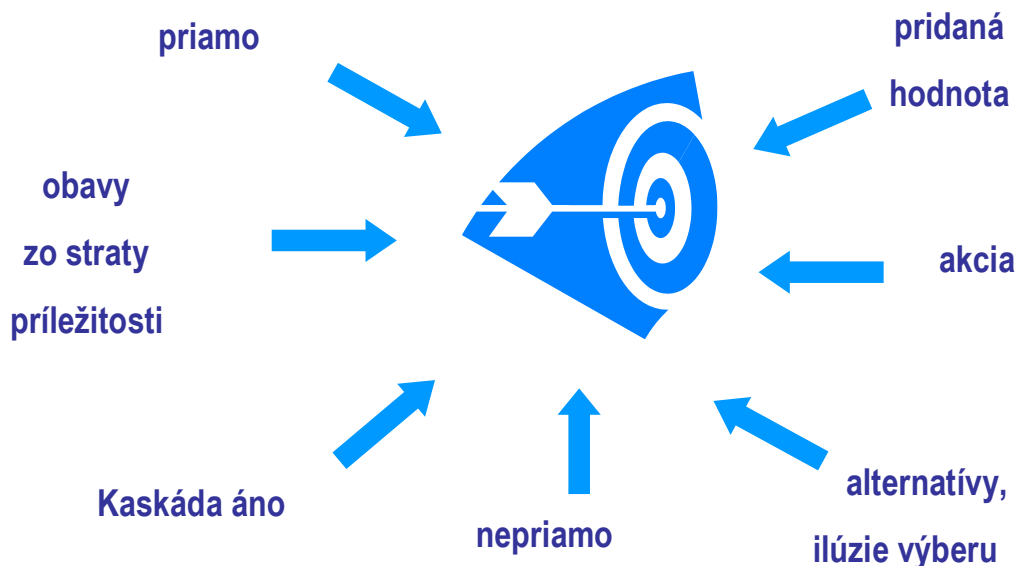
- Reakcia – usmievanie sa, pokyvkanie hlavou
- Postoj – napr. šúchanie si brady

Signály činom:

- Napr. Pacient začne robiť výpočty. Čakajte. Až výpočty skončí, opýtajte sa ho: *Ktorému z prípravkov by ste dal prednosť?*

► Odpovedajte na signál ku kúpe otázkou, ktorá vedie k spokojnosti pacienta a k zrealizovaniu predaja.

Techniky uzatvorenia rozhovoru s pacientom





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

ROZHOVOR S PACIENTOM A JEHO FÁZY

RECEPTOVÝ PACIENT

- Pozitívne otvorenie
- Prevzatie receptu/požiadavky pacienta
- Kontrola údajov/asking
- **Produkt č. 1: LaZP+DS (vrátane GS)**

Úžitok, Dávkovanie, Režimové opatrenia

- **Výber produktu č. 2**
Úžitok, Dávkovanie, Režimové opatrenia
- Zvládnutie námietok
- **Uzatvorenie nákupu**
- Zákaznícka karta
- Pozitívny záver

BEZ RECEPTU

- Pozitívne otvorenie
- Identifikácia potrieb pacienta
- Výber produktu č.1

Úžitok, Dávkovanie, Režimové opatrenia

- **Výber produktu č. 2**
Úžitok, Dávkovanie, Režimové opatrenia
- Zvládnutie námietok
- **Uzatvorenie nákupu**
- Zákaznícka karta
- Pozitívny záver

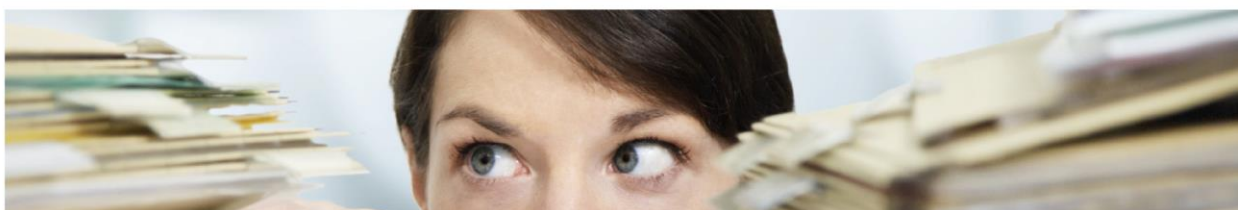
UZATVORENIE PREDAJA

Chris Hegarty uvádza, že 63% všetkých obchodných rozhovorov sa končí tým, že predajca nepožiadala o uzatvorenie obchodu. **Prečo je uzatvorenie predaja pre mnohých tak ťažké?**

- strach zo zlyhania
- strach z odmietnutia a kritiky
- ... Bloky v hlave človeka

Aké nákupné signály nám vysiela pacient?

- **Verbálne – slovné** - Otázka – pacient sa opýta na cenu a na dodatočné podrobnosti o výrobku ... ; - Priamo sa vyjadrí – prichystajte mi to ...
- **Neverbálne - rečou tela** - Reakcia – usmieva sa, pokyvkáva hlavou,
- **Činom** - Pacient napr. začne robiť výpočty ...





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

***Odpovedajte na signál ku kúpe otázkou,
ktorá vedie k uzatvoreniu predaja.
(Môžem vám to nablokovať?)***

Techniky vedúce k uzatvoreniu predaja

- **Priama metóda**

Priame polozenie otázky vedúcej k uzatvoreniu (požiadanie o objednávku ...).

- **Rozkaz**

Zásah do podvedomia

- **Technika riadeného postupu**

Opíšte presné kroky, čo idete robiť

- **Alternatívna metóda**

Často sa nazýva i technikou práva voľby. Je založená na skutočnosti, že ľudia majú radi, keď si môžu vybrať. Na výber dávate samozrejme dve pozitívne možnosti.

- **Technika druhého rozhodnutia**

Spôsob, ako pacientovi pomôžeme urobiť veľké rozhodnutie tým, že ho necháme rozhodnúť o niečom malom, bezvýznamnom.

- **Časový stres, Obava zo straty príležitostí**

Upozornenie na stratu výhody v súvislosti s časom (koniec akcie ...).

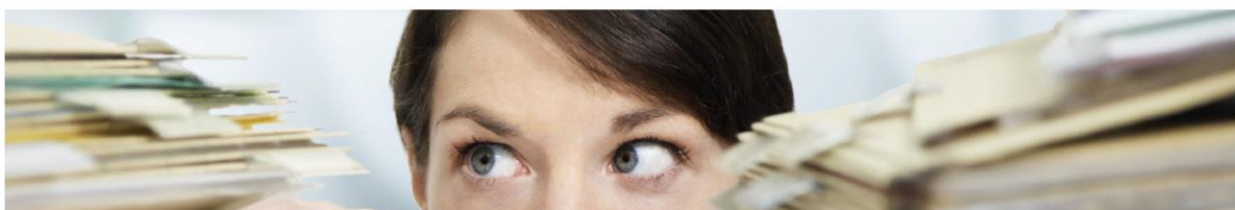
- **Kaskáda ÁNO**

Pýtame sa na veci, na ktoré nám pacient odpovie minimálne tri krát za sebou áno.

- **Pridaná hodnota**

Ponúknuť niečo navyše, ako bonusu k základnému produktu

PRAKTICKÝ TRÉNING, riešenie konkrétnych situácií v lekárni





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

3. Téma : Techniky zvládanie námietok pacientov - 2 hod. – 120 min.

Prednášateľ: Dr. René Barvirčák

Dobre zvládnutá náročná komunikácia zvyšuje váš kredit.

Ku sťažnosti pacienta pristupujte:

1. Neočakávajte, že pacient sa bude správať racionálne. Sťažnosti vyvolávajú emócie.
2. Zachovajte si profesionálny prístup. Pacient bude asi precitlivý na nebanlivý alebo neosobný prístup.
3. Sťažnosti Vám dávajú príležitosť ukázať vysokú profesionálnu úroveň Vašej lekárne.
4. Nepresúvajte vec na niekoho iného. Zoberte si na starosť, že zabezpečíte, aby pacientova sťažnosť alebo otázka bola vybavená k jeho spokojnosti.
5. Ukážte, že Vám na pacientovi záleží.

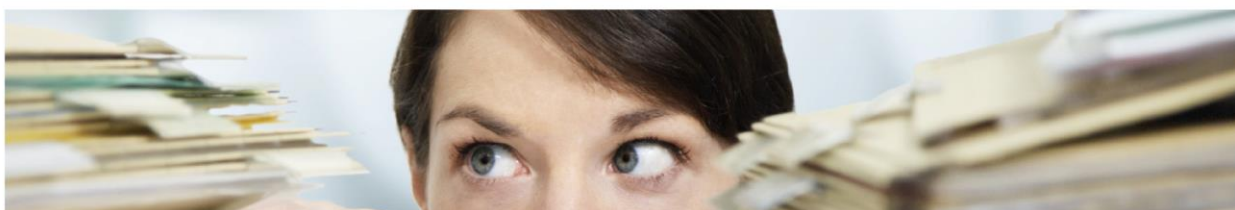
Veľmi dôležitá je schopnosť pretlmočiť veľmi rozrušenému človeku odlišné stanovisko. Táto schopnosť sa dá nadobudnúť a my Vám ponúkame jednu z metód, ktorá funguje. V prípade veľmi rozrušeného človeka ako aj flegmatika platia rovnaké pravidlá.

1. Počúvajte, počúvajte, počúvajte
2. Zachovajte pokoj
3. Neprerušujte
4. Reagujte vhodne (napr.: "aha", "chápem", "súhlasím")
5. Klad'te otázky s otvoreným koncom
6. Nevšímajte si urážky.
7. Vyčkajte na upokojenie
8. Zhrňte sporné body ("pokiaľ tomu dobre rozumiem, ide o to, že...")
9. Nájdite oblasť, v ktorej sa zhodnete a povedzte to
10. Ukážte empatiu
11. Dohodnite sa o podniknutých krokoch
12. Pacientovi za sťažnosť poďakujte (Mnohí pacienti protestujú tak, že idú do inej lekárne.)

**A NAPOKON NEZABÚDAJTE, ŽE SŤAŽNOSŤ MÔŽE BYŤ PRÍLEŽITOSŤOU - ALEBO PROBLÉMOM
TO BUDE ZÁVISIEŤ OD TOHO, AKÝ K NEJ ZAUJMETE POSTOJ !!!**

ZVLÁDANIE NEGATÍVNYCH REAKCIÍ PACIENTA

- To zdravotníctvo nestojí za nič...
- Toto by sa za komunistov nestalo....
- Len na nás zarábate..., za všetko musíme platiť...
- Aká ste múdra., skúste vyžiť z podpory..
- Tri hodiny som trčal u lekára a teraz stojím v rade tu..
- Okienok plno, no pracuje len jedna...
- Vôbec mi tie lieky nepomáhajú...





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

- To je všetko len reklama...
- Ako je to možné že ten liek nemáte...
- Tu už v živote neprídem...
- Pretrvávajúca agresivita

TECHNIKY ZVLÁDNUTIA NÁMIETOK

• AKCEPTAČNÉ VÝROKY (Nárazníková zóna)

Áno, Iste, Naozaj, Skutočne, Verím Vám

• OTÁZKA

Čo konkrétne máte na mysli ...?

To je drahé?

O akej cenovej kategórii uvažujete?

V porovnaní s čím?

• ARGUMENTÁCIA

Postavte argumentáciu na tom, čo je dôležité pre pacienta

Techniky zvládnutia námietok:

Akceptácia námietky

Áno, niektorí pacient to tak na prvý pohľad vnímajú.

Áno, to naozaj je!

Áno, každý si to nemôže dovoliť.

• Protiotázka

Ako to myslíte, že sme drahí?

V porovnaní s čím?

Koľko by ste boli ochotní zaplatiť za túto službu?

• Predchádzanie námietke

Už počas prezentácie forsírovať, že ide o výnimočný/dražší produkt. Skôr, než vám pacient začne argumentovať o vysokej cene, povedzte

Mohli by ste namietat', že cena je vysoká ...".

• Rozpočítať cenu (ks, službu, balenie)

Jedna tobolka vás vyjde na ... centov.

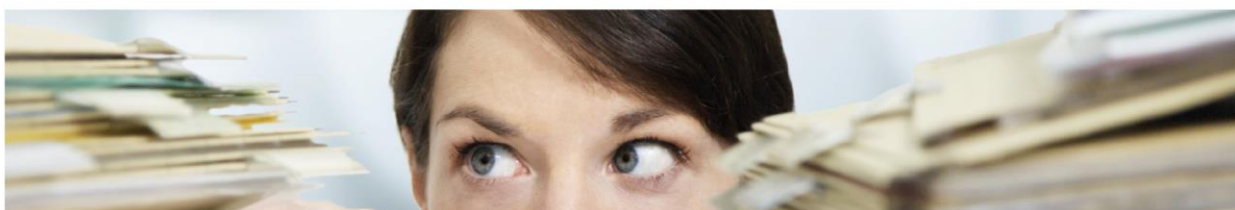
Vydrží vám to na ... dní ...

• Argumentácia

Drahé je to, čo sa nepoužíva.

• **FOCUS:** Klient sa pozerá na sumu, nákladom ktorý mu ubudne z jeho vrecka (čo všetko si nebudem môcť dovoliť, ak si kúpim tento produkt?). Presmerujte jeho pozornosť na úžitok.

Týmto produktom sa vyhnete ...(bolesti brucha).





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

- **Poraň a podaj pomocnú ruku:**

Ak si to nemôžete dovoliť, môžeme vám poskytnúť miesto produktu službu XY...
Hm, je mi ľúto, ak si to nemôžete dovoliť. V tom prípade vám môžem ponúknuť ...

- **Práve preto (vysoká cena ako benefit)**

Práve preto, nakoľko boli použité najúčinnnejšie zložky, prírodné zložky, kvalitné ...

- **Zasiahnite podvedomie**

Počas rozhovoru poznamenajte: „Vždy stojí za to získať niečo výnimočné“. Pacient nájde motív na zdôvodnenie podvedomej motivácie.

- **Potvrdenie (technika otvorených dverí)**

- **Zistenie hodnoty pre klienta počas prezentácie:**

Ako zistiť, čo má pre klienta hodnotu? Spýtajte sa na to klienta:

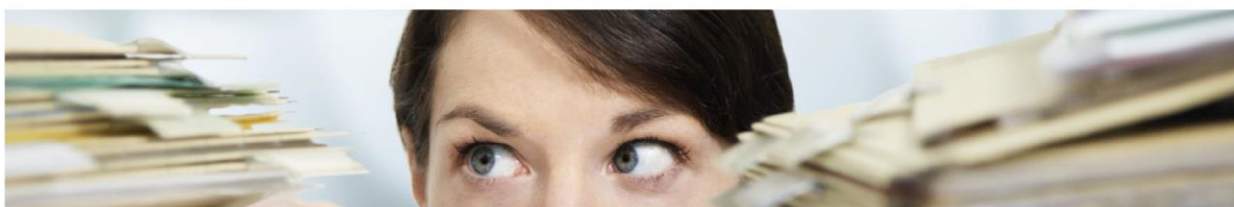
Ak by sme dali cenu bokom, prečo by ste chceli vlastniť tento produkt?

Predpokladajme, že si to môžete dovoliť, prečo by ste chceli vlastniť túto službu?

- **3F: Felt, Feel, Found (Cítil sa v minulosti, teraz sa cíti, Ale objavil, že ...)**

Rozumiem, ako sa cítite. V skutočnosti veľa našich pacientov sa takto cíti, keď počujú informáciu o cene (predtým, ako si vyskúšajú našu službu). Garantujem vám, že zatiaľ máme len pozitívne referencie na tento výrobok.

PRAKTIKUM : CVIČENIA, GENEROVANIE NÁPADOV AKO PREDCHÁDZAŤ NEGATÍVNYM JAVOM





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

4. Téma : Ponuka úžitku pre pacienta , rozšírená ponuka - 2 hod. – 120 min

Prednášateľ: Dr. René Barvirčák

Základná myšlienka rozšírenej ponuky je :

v maximálnej miere poskytnúť pacientovi **prevenciu, poradenstvo, samotnú farmakoterapiu, ako aj doplnkové služby a pomôcky** na základe identifikácie potrieb pacientov a ich konkrétnych požiadaviek

Lojalita pacienta – pacient, ktorý má v jednej spoločnosti viac produktov len tak ľahko z nej neodíde.

Rozšírená ponuka už dnes patrí k štandardným postupom, ktoré by mala každá lekárňa ovládať. Udržať si zostávajúcich a získať nových pacientov môže každá lekárňa jedine tak, že im poskytne čo najširšiu ponuku produktov a služieb, pomôže pri výbere tých správnych, a to všetko s dodržaním etiky a morálky a sociálnych aspektov . Veľmi dôležitý je individuálny prístup k pacientovi na základe zistených konkrétnych potrieb pacienta.

Dôležitým pravidlom je pacientom nikdy **neponúkať, nevnučovať niečo, čo nepotrebujú**, alebo nechcú. Rozšírenú ponuku pre pacienta nemožno propagovať prostredníctvom masívnej produktovej kampane, ale skôr dialógom o potrebách pacienta a návrhoch na optimálne pokrytie jeho potrieb.

Aby bola rozšírená ponuka efektívna pre obidve strany, nemôžeme sa snažiť predáť pacientovi za každú cenu čo najviac produktov/služieb, ale iba tie, ktoré uspokojia jeho požiadavky a potreby.

Ako konkrétny nástroj rozšírenej ponuky nám môže poslúžiť napr. finančná analýza, ktorá slúži práve k zisteniu skutočných potrieb a možností pacienta, na základe ktorých môže pracovník lekárne ponúknuť produkty spĺňajúce pacientove možnosti.

Úloha rozšírenej ponuky

Získavanie informácií od pacientov o ich:

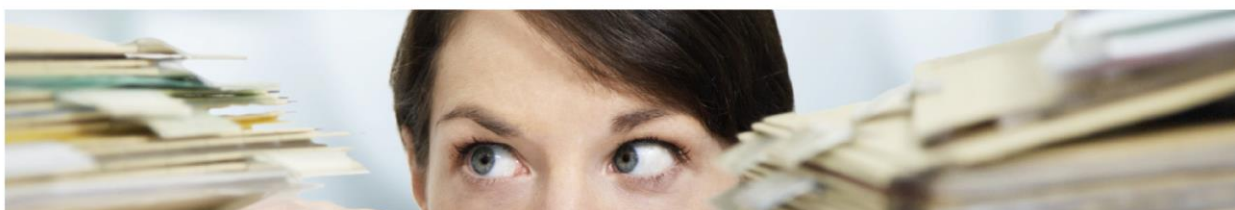
- Potrebách, túžbach
- Možnostiach
- Obmedzeniach

Ich následné uspokojovanie:

- Požadovaným prípravkom
- Doplnkovým prípravkom, službou, poradenstvom
- Prípravkom, ktorý pacient neplánoval kúpiť, ale vyplynul z jeho potreby po rozhovore s farmaceutom - **namiesto predaja prípravku mu je ponúknuté komplexné riešenie, poradenstvo, prípadne prípravok, ktorý prinesie pacientovi väčší úžitok.**

Prečo sa s ním zaoberať?

- Buduje dôveru pacientov a vytvára pozitívny vzťah
- Zvyšuje príjmy





IVAKS – podnikové vzdelávanie s.r.o., SÍDLO Gogoľova 18, 851 01 Bratislava **IČO** 44 988 567 **DIČ** 2022894797,
BANKOVÉ SPOJENIE VÚB 2656158459/0200, **TELEFÓN** 0903 718 926, **E-MAIL** miroslav.babik@ivaks.sk

ČO JE UŽITOČNÉ pre PACIENTA?

- To čo naplňa jeho potreby, túžby

Pozor ! Pacient nie vždy vie čo potrebuje a čo chce, alebo to nevie, hanbí sa to vysvetliť, či vyžiadať. On len chce dosiahnuť svoju túžbu. Odhalenie - pochopenie „MOTÍVU -PREČO“ je základ pri uspokojovaní potrieb pacienta a dôležitá zručnosť lekárni.

- To čo je užívateľsky výhodné
- To čo má pre nich hodnotu
- To čomu veria, dôverujú, (kvalita, odporúčenie, reklama)
- To, čo im prinesie prospech

PRAKTICKÝ TRÉNING, riešenie najčastejšie sa vyskytujúcich situácií v lekárni

Riešenie prípadových situácií zameraných na :

1. **Netlačte ponuku na silu** - stačí len pripomenúť , že je šanca rozšíriť úžitok
2. **Prírodzene kombinujte produkty na základe potrieb pacienta**
3. **Odvolávajú sa na relevantné zdroje informácií**
4. **Vzdelávajú personál**
5. **Snažte sa odhadnúť typológiu pacienta**
6. **Prezentujte výhody aj nevýhody**
7. **Sústred'ujte sa na časovanie**
8. **Využívajte modernú komunikáciu**
9. **Využívajte ponuky cenových radov** - pacient chce mať možnosť výberu
10. **Využívajte produktové balíčky**

