

[ o guia básico ]

# Como implementar serviços farmacêuticos



# Introdução ao eBook

Muitos farmacêuticos estão pensando em montar um consultório ou iniciar serviços em sua farmácia, mas não sabem bem por onde começar.

Ficam em dúvida se deveriam fazer algum curso, uma pós-graduação, contratar uma consultoria ou simplesmente montar uma sala e começar a atender.

Sabemos que essas dúvidas podem atrapalhar o processo que, com organização e conhecimento, pode ser mais fácil do que você imagina! **A Clinicarx ajuda você nessa.**

Se você está começando a trabalhar com farmácia clínica e serviços farmacêuticos, preparamos uma série de **3 grandes passos** para ajudar a organizar um plano de implementação, da forma mais prática possível.

**Cada um desses 3 grandes passos terão as fases e dicas importantes** para você começar desde os princípios básicos. Assim, com tudo pronto, você pode começar o processo na prática e impulsionar o seu negócio! Vamos lá?

3 passos  
3 passos  
3 passos

# Sumário

# Sumário

# Sumário



## Passo 01.

### **Serviços farmacêuticos: por onde começo? 4**

Descoberta.....	4
Exploração.....	6
Preparação.....	7
Teste.....	8
Operação.....	9
Sustentabilidade.....	10

## Passo 02.

### **Estruture e divulgue seus serviços farmacêuticos 11**

Sua sala de serviços farmacêuticos é uma gôndola vazia.....	12
Crie uma marca.....	13

## Passo 03.

### **Decida a estrutura de seu consultório ou sala de serviços, pensando além da legislação 16**

Onde seu serviço ao paciente é fornecido?.....	16
Como deve ser meu consultório de serviços farmacêuticos.....	18



Passo 1.

# Serviços farmacêuticos: por onde começo?

Existem alguns estágios que todos os consultórios e farmácias percorrem, quando começam a pensar em serviços farmacêuticos. Aqui você vai **descobrir a fase que mais combina com seu momento atual** e algumas dicas de como se organizar e avançar.

## DESCOBERTA

- **Você sabe o que são serviços farmacêuticos?**

O termo "serviços farmacêuticos" foi utilizado pela Anvisa originalmente na RDC 44/2009. O Conselho Federal de Farmácia também traz essa denominação na Resolução 585/2013, onde as atribuições clínicas do farmacêutico correspondem aos seus direitos, responsabilidades e competências no desenvolvimento



**Clique aqui e confira as 7  
dúvidas mais comuns sobre  
serviços farmacêuticos**



- **Você conhece a [Lei nº 13.021 de 2014](#)?**

Ela dispõe sobre as atividades de farmácias e farmacêuticos no país, nos serviços públicos e privados. Esta lei é leitura obrigatória para todo farmacêutico que pretende exercer sua profissão com o mínimo de conhecimento.

- **Sabia que o farmacêutico pode fazer [mais do que apenas dispensar medicamentos](#)?**

Rastreamento em saúde, manejo de problemas de saúde autolimitados, revisão da farmacoterapia, [prescrição farmacêutica](#), acompanhamento farmacoterapêutico, gestão de saúde e vacinação, entre outros.

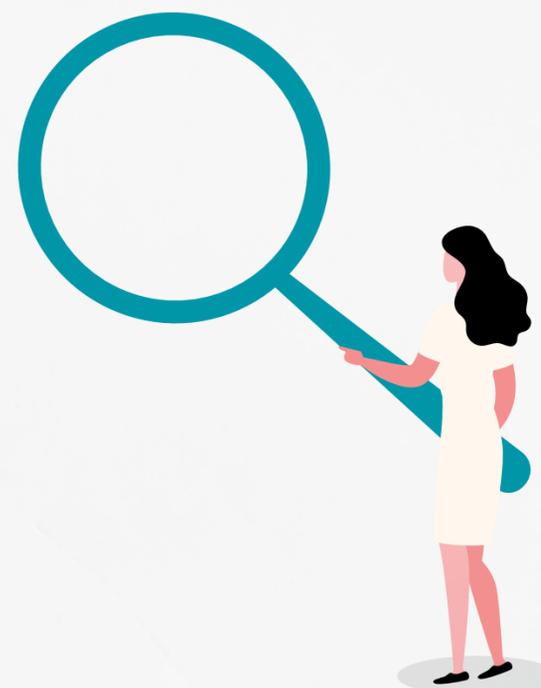
# Você? sabia!

Os serviços farmacêuticos não são uma utopia. Eles podem ser uma estratégia concreta para aumentar o faturamento, fidelizar clientes e criar novas unidades de negócio.

Há concorrentes seus implantando serviços farmacêuticos nesse momento, e você pode sair na frente deles!

Se nada disso soa familiar para você, então provavelmente você esteja na fase de **DESCOBERTA**.

Depois de tirar suas dúvidas iniciais e entender o que um farmacêutico clínico pode fazer, começamos a fase de **EXPLORAR** as formas de implementar os serviços na sua farmácia.



## EXPLORAÇÃO

Nesta fase, você já sabe o que um farmacêutico pode fazer dentro dos serviços farmacêuticos, e está pensando em montar um consultório farmacêutico. Neste caso deve ponderar os seguintes pontos:

1. Quais serviços vai implementar na sua farmácia;
2. Qual a estrutura física necessária;
3. Prós e contras para seu negócio;
4. Investigar o que os concorrentes estão fazendo.

Sendo a exploração feita de modo formal ou informal, ao final do processo vem a decisão.

**Vamos tentar implementar esses serviços ou não?** Se você entendeu que os serviços farmacêuticos podem fazer parte da cultura e DNA da sua empresa, então chega a fase de **PREPARAÇÃO**.



## As principais questões:

- *Quem será responsável pelo projeto?*
- *Quais serviços vou oferecer inicialmente?*
- *Como será a estrutura física?*
- *Quais equipamentos eu preciso adquirir?*
- *Qual sistema informatizado pode me ajudar nisso?*
- *Como vou fazer a divulgação?*

Essas perguntas devem estar no papel para que você estruture seu planejamento. Nesta etapa é preciso pensar também sobre o gerenciamento do dia-a-dia das consultas, a agenda, o registro em prontuário e o acompanhamento dos resultados. Essa é a parte de gestão da prática.





## Esse modelo funciona, mas o problema está na escala. O que isso quer dizer?

Para um serviço mais eficiente e menos dor de cabeça, você precisará de um sistema informatizado que economize tempo, **simplifique e organize o registro, conecte seus farmacêuticos e lojas, calcule e reduza custos e riscos e evite aborrecimentos**. Este é um ponto fundamental para o sucesso de todo projeto a longo prazo. Além disso, começar dentro desse modelo informatizado te ajudará a alcançar resultados financeiros mais rapidamente.

Sabia que você pode ter esse modelo completo gratuito para sua farmácia? Isso mesmo, com o plano Free da Clinicarx é possível gerenciar seu negócio desde os atendimentos em saúde até a gestão financeira da clínica. [Acesse e comece agora](#).

Tudo pronto, é hora de começar os primeiros atendimentos. Você pode começar isso devagar, primeiro em uma etapa de **TESTE**, para depois ganhar escala.

### TESTE

A etapa de teste, também chamada de piloto, é quando você já tem a mão na massa em pequena escala. O teste inicial serve para refinamento de procedimentos, familiarização, aumento da confiança, conforto e convicção das decisões tomadas até então.

Algumas perguntas são chave nesse processo, como:

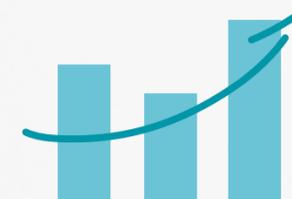
*Você já está atendendo pacientes?*

*O número de pacientes que você atende é pequeno?*

*Está descobrindo o que funciona melhor e o que não funciona?*

*Está deixando a jornada do seu paciente mais "redonda"?*

Você poderá ter os primeiros resultados financeiros e começar a [entender as métricas](#) que fazem sentido para a gestão do seu novo negócio. Quando você está mais confiante sobre seu serviço e ele começa a crescer, é hora de partir para a **OPERAÇÃO**.



## OPERAÇÃO

Nesse momento, você já deve estar oferecendo serviços de saúde, então é preciso começar a analisar os primeiros resultados do seu período de teste.

1. [Crescimento do número de pacientes](#);
2. Investir em divulgação mais pesada;
3. Entender se os serviços farmacêuticos já fazem parte da rotina da sua empresa.

Se seu estabelecimento está se movendo para a **provisão de serviços** de forma profissional. Isso não significa que o serviço está estático.

Mudanças de planos e estratégias são comuns e fazem parte desta etapa, em que os serviços começam a ganhar um pouco mais de escala. Contar com uma plataforma que te oferece relatórios e métricas, te ajudará a tomar as decisões e fazer as correções necessárias.

Pontos importantes nesta fase incluem o aperfeiçoamento da publicidade, a geração de demanda, a composição da equipe de vendas, a definição das formas de remuneração dos farmacêuticos e o acompanhamento das métricas-chave dos seus serviços.



### Veja aqui 5 KPI's para acompanhar na sua farmácia



Mudanças de planos e estratégias são comuns e fazem parte desta etapa, em que os serviços começam a ganhar um pouco mais de escala. [Contar com uma plataforma](#) que te oferece relatórios e métricas, te ajudará a tomar as decisões e fazer as correções necessárias.

Manter os serviços em operação te levará ao último estágio da implementação. O olimpo dos serviços farmacêuticos: **a SUSTENTABILIDADE.**

## SUSTENTABILIDADE

Os serviços farmacêuticos são uma novidade no Brasil, por isso, poucos consultórios e farmácias já alcançaram este estágio da implementação. Ele ocorre quando o serviço já está maduro, em operação há bastante tempo, com resultados sólidos e persistentes.

É o momento de colher frutos e sempre pensar em continuar inovando, para se manter competitivo.



## Passo 2.

# Estruture e divulgue seus serviços farmacêuticos

Para um bom plano de serviços farmacêuticos, você precisa definir claramente qual é a **proposta de valor de seu produto**, isto é, quais são os serviços oferecidos. Saiba responder algumas perguntas:

- **Qual é o benefício que o seu serviço oferece para o paciente?**
- **Que problemas você resolve?**
- **Por que o paciente pagaria por isso?**

Este é o seu “produto”: comece por ele antes de avançar às demais etapas. Tenha sempre em mente a **jornada de implementação dos serviços farmacêuticos**.



## Sua sala de serviços farmacêuticos é uma gôndola vazia

Não adianta muito ter uma sala linda, um consultório super bem montado, se você não tem clareza sobre quais serviços são prestados ali dentro. É como ter uma gôndola vazia na farmácia e esperar pelas vendas.

Por isso, definir um [portfólio de serviços](#) é definir que produtos você vai colocar nessa gôndola. E para definir que serviços serão esses, comece refletindo sobre qual é sua proposta de valor.



## Serviços farmacêuticos e seu cenário no Brasil: fatos e números. Confira o artigo completo.

Os serviços farmacêuticos são bons para os negócios, beneficiam a população e colocam as farmácias no centro da saúde. Mas quais serviços realmente funcionam na prática?

Diversos serviços foram testados em farmácias de vários países e mostraram benefícios para o paciente e a sociedade, quando oferecidos por farmacêuticos clínicos bem treinados. Vários desses serviços têm sido implementados por farmácias e drogarias de todo país, pois representam um diferencial competitivo importante e uma nova fonte de receitas para as farmácias.

Estude, analise e pondere quais serviços de saúde fazem sentido que sua farmácia ofereça de acordo com a **demanda**, o que seus clientes procuram, quais serviços são **mais rentáveis**. Vale lembrar que todos esses serviços têm uma coisa em comum: eles vem para **somar às vendas** da farmácia e não para tirar o tempo do farmacêutico das atividades lucrativas.

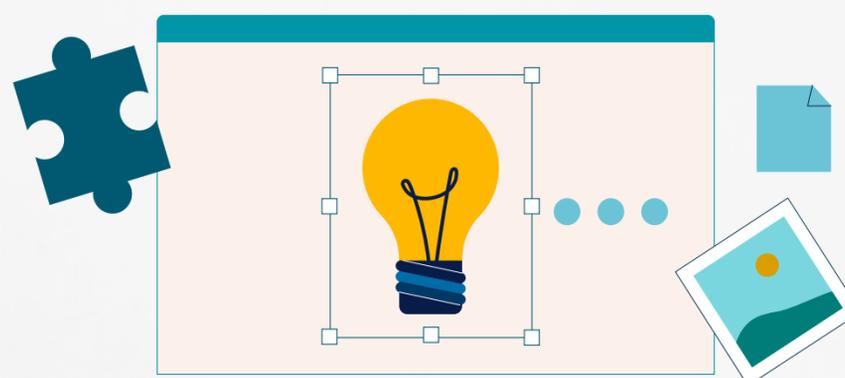


## Crie uma marca

Ao definir seus serviços farmacêuticos, cuidado com jargões, como “acompanhamento farmacoterapêutico”. Será que os pacientes entendem o que isso quer dizer?

Seus serviços farmacêuticos precisam ter uma divulgação clara, seus futuros clientes e clientes já assíduos na farmácia devem saber o que você tem a oferecer, como pode ajudar e quais problemas consegue solucionar no seu consultório.

Invista no [marketing da sua farmácia](#) e na entrega de um serviço de saúde que cumpra com as promessas que você irá fazer nas suas campanhas. Vamos combinar então que não se trata apenas de prestar serviços, mas de entregar resultados. [Resultados que interessam aos pacientes.](#)



### “Serviço é a entrega de uma promessa”

Oferecer, [vender e fornecer serviços](#) é diferente de oferecer, vender e fornecer bens. Dizem que serviço é a entrega de uma promessa, portanto você está vendo que definir sua carteira de serviços farmacêuticos é definir, em última análise, sua promessa.



#### *E qual seria sua promessa?*

Olhe para sua farmácia, para seu consultório, olhe para seus clientes e pense: o que essas pessoas precisam para melhorar sua saúde?



Além de vender medicamentos, o que mais você poderia oferecer para facilitar a vida dessas pessoas? Para deixá-las mais saudáveis e felizes? Para fazê-las [querer voltar sempre para sua farmácia](#)? Qual é minha expertise? O que eu posso fazer por elas?

Se eles sumirem da sua farmácia por 3 meses, você sentirá falta? Não!?

No seu consultório, você sabe como as pessoas descobrem que você existe? Você tem um processo bem definido de atendimento, desde a chegada da pessoa, até sua partida? Como você acompanha se ela está retornando?



### **Pense em serviços que podem:**

- Ampliar as medidas preventivas e de acesso ao diagnóstico precoce;
- Tratar problemas de saúde com prescrição de produtos que você pode fazer;
- Dar suporte para a adesão ao tratamento e o melhor gerenciamento das doenças crônicas;
- Facilitar o acesso a informação confiável e cuidado para problemas de saúde de baixa gravidade.

O que as pessoas precisam? Um exame mais rápido? Uma informação confiável para uma dúvida sobre um exame? Aconselhamento sobre como garantir direitos junto ao plano de saúde? A recomendação de um medicamento para aquela dor nas costas? Uma vacina para seu filho? Uma análise de suas receitas? A organização de seus comprimidos? Um melhor resultado para sua pressão ou colesterol? Um treinamento para seu cuidador?



Para nossa cliente e farmacêutica clínica, [Daniely Proença](#), **o paciente tem que saber que você faz diferença na vida dele.** Muitas vezes o cliente comenta que nunca foi questionado por outros profissionais de forma tão personalizada e com o nível de atenção ao seu estado de saúde, como o da farmacêutica. Ao realizar essa abordagem na sala clínica, o profissional quebra uma barreira e ganha a confiança do paciente. E você consegue ofertar os serviços que sua farmácia tem.

São infinitas possibilidades e cada uma delas pode gerar um diferente serviço dentro do seu portfólio.

Anote ideias como essas, converse com seus clientes e comece a pensar em como solucionar esses problemas das pessoas. Pensando por esse caminho, você chegará aos seus públicos-alvo, as personas dos seus serviços.



Cada solução que você encontrar pode se tornar um serviço novo para sua farmácia. E um novo serviço pode ser uma nova fonte de receita, além de potencializar as vendas gerais da sua empresa.

E, claro, não adianta muito querer dar um passo maior que as pernas. Dentre as possibilidades, escolha aquelas que você precisa para começar.

Eu sugiro uma carteira enxuta, com alguns poucos serviços mais simples para começar. A sua gôndola de serviços farmacêuticos também não é elástica. Isso feito, vá para o próximo passo, a infraestrutura do seu consultório.



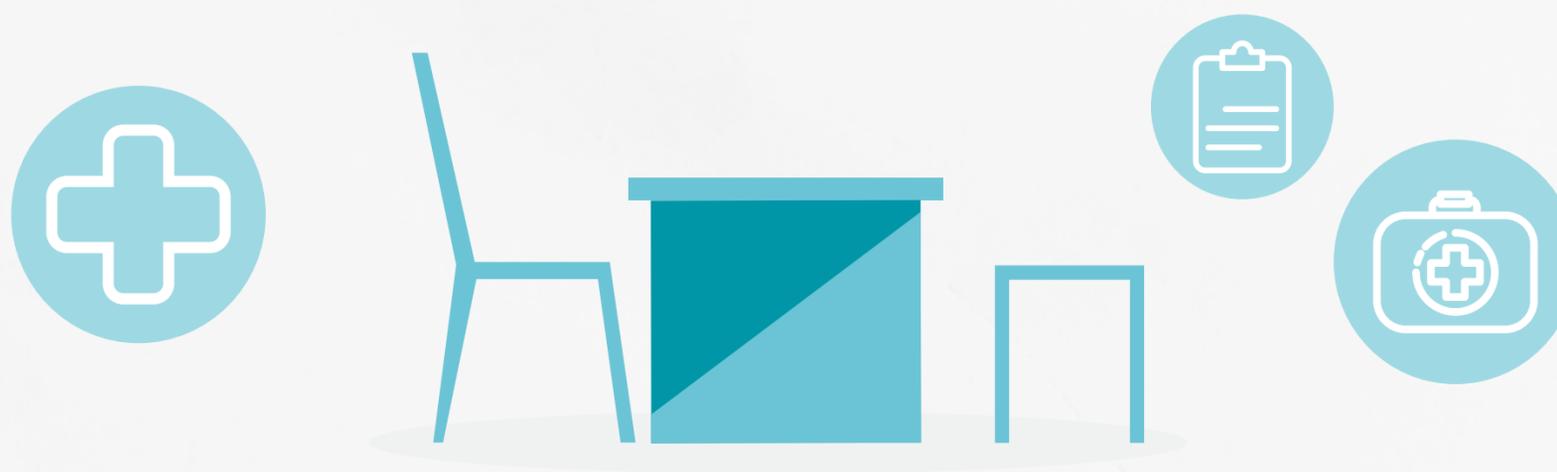
## Passo 3.

# Decida a estrutura de seu consultório ou sala de serviços, pensando além da legislação

### Onde seu serviço ao paciente é fornecido?

Um dos conceitos fundamentais do marketing para qualquer produto é o “ponto”. É o canal por onde o bem/serviço é entregue e engloba as estratégias que você vai usar para que o serviço seja fornecido de forma eficiente.

Pensando nos serviços farmacêuticos, vou me concentrar inicialmente no chamado [“ambiente destinado aos serviços farmacêuticos”](#). Estamos falando das salas de consultas, consultório, sala de atendimento, sala de serviços farmacêuticos, ou outros nomes que você queira dar.





## **As palavras tem poder!**

Escolha o nome do seu espaço de atendimento tendo em mente o impacto que essa escolha irá gerar nos pacientes e demais clientes do seu serviço.

Um bom espaço de atendimento significa acolhimento. E esta é uma qualidade rapidamente percebida pelo cliente e que impacta, inclusive, no preço que você poderá cobrar pelos serviços.

## **Você sabe a diferença entre um espaço privado e um espaço semiprivado de atendimento?**

A privacidade, para ser completa, precisa ser sonora e visual. Isto é, o paciente é atendido em um espaço onde ninguém mais na farmácia possa vê-lo ou ouvi-lo. É a típica sala fechada, tipo consultório. Para determinados serviços e procedimentos este espaço é obrigatório, como por exemplo, na aplicação de medicamentos injetáveis e vacinas.

Um espaço semiprivado pode ser aquela típica mesa com biombo, que algumas farmácias mantêm. Os famosos “guichês de atendimento”. Ajudam mais na questão visual e menos na questão sonora. É suficiente para uma consulta de revisão da medicação, por exemplo, que envolve basicamente aconselhar o paciente sobre os medicamentos. Veja com sua vigilância sanitária (VISA) se ela permitirá realizar alguns procedimentos neste espaço, por exemplo, medida da pressão e testes rápidos.



**Acesse e tire todas as suas dúvidas sobre legislação**

## Como deve ser meu consultório de serviços farmacêuticos?

Uma sala acolhedora para seus clientes deverá ter essas características:

- **Local identificado:** Mesa e cadeiras para atendimento sentado.
- **Temperatura:** Ambiente agradável e iluminação suficiente.
- **Ambiente silencioso:** Sem ruídos externos significativos.
- **Limpeza:** Local limpo e organizado.
- **Decoração:** Discreta, condizente com a identidade da empresa, evitando itens que possam acumular poeira.
- **Água:** O ambiente deve ser provido de lavatório, com água corrente.
- **Barreiras:** Deve-se buscar minimizar as barreiras de comunicação entre profissional e paciente.
- **Banheiro:** Não deve haver acesso direto ao sanitário, através da sala.
- **POP:** Deve haver protocolos de limpeza e antissepsia.



### Mas será que um consultório é tudo que eu preciso?

Na verdade, a experiência do cliente de serviços vai além da sala.



Desde o momento em que seu paciente entra na farmácia, o que ele vê? Toda jornada deste cliente, para identificar que o serviço existe e compreender as sinalizações, deve estar facilitada pela sua estrutura física e comunicação do espaço.

É fundamental oferecer os serviços de saúde da farmácia no balcão, para todos os clientes que combinem com algum de seus serviços.

Uma técnica muito famosa que você pode aplicar em sua farmácia, é o Spin Selling. O nome faz referência aos quatro tipos de pergunta que o vendedor deve fazer durante a venda de seus serviços, sendo elas:

**Perguntas de Situação:** São utilizadas para entender o contexto da compra. Nesse momento você já sabe quem é seu cliente, suas necessidades e identifica se ele se encaixa no perfil que você pode atender. Exemplos de perguntas:

- “Como está sua saúde?”
- “Você está em tratamento?”

**Perguntas de Problemas:** Essas perguntas devem ser feitas com o objetivo de entender o que está incomodando o cliente. Por isso, questioná-lo já evidenciando o problema é a melhor forma de usar esse modelo de perguntas a seu favor. Exemplos de perguntas:

- “Por que você está tomando este medicamento?”
- “O que você está sentindo agora?”



**Perguntas de Implicações:** Serve para identificar quais as consequências para o cliente, caso seus problemas não sejam solucionados. Além disso, evidencia como seu serviço pode ajudar esse cliente. Exemplos de perguntas:

- “Você já se automedicou quando sentiu esse sintoma?”

**Perguntas de Necessidade de Solução:** Serve para auxiliar o cliente a entender que seu serviço se encaixa no que ele precisa. Exemplos de perguntas:

- “Você sabia que aqui pode receber atendimento farmacêutico, além de acompanhamento no seu tratamento?”

Agora que você já tirou as **principais dúvidas** que podem surgir na hora de desenhar os seus serviços de saúde em farmácias, não deixe de experimentar gratuitamente a plataforma mais utilizada por farmacêuticos.

É uma jornada que demanda planejamento e dedicação, e é por isso que a Clinicarx organiza tudo para você. Comece a oferecer serviços clínicos e veja sua farmácia crescer, se tornar referência e um ponto de saúde de sucesso no seu bairro ou cidade.





## Conheça o plano Free!

Comece já a experimentar a plataforma referência em saúde do Brasil de forma **gratuita por tempo ilimitado**.

C L I N I C A R X F R E E

### Já são mais de **14.000** farmacêuticos faturando com serviços e seguimos evoluindo!

- Mais de 30 testes rápidos (incluindo para COVID-19);
- Principais serviços em saúde com análise de custos (Pressão Arterial, exame de Glicemia, aplicação de Injetáveis, colocação de brincos);
- Registros de pacientes ilimitados;
- Laboratório especializado com selo PNCQ;
- Testes rápidos padronizados com emissão de laudo;
- Declaração de Serviços Farmacêuticos;
- Prescrição farmacêutica orientada.



**Acesse e utilize gratuitamente**

[www.clinicarx.com.br/planos](http://www.clinicarx.com.br/planos)

# ClinicaRx

Nossa missão é promover serviços de saúde acessíveis, convenientes, contínuos e de qualidade a todos, de forma integrada ao sistema de saúde, tendo **paciente no centro de todo processo.**

Desenvolvemos uma plataforma para esses locais e profissionais, que padroniza os processos de como implantar e gerir **serviços de saúde inovadores**, atuando como um hub de conexões entre fornecedores, indústria, estabelecimentos, profissionais da saúde e pacientes.

**SAIBA MAIS**



@clincarx



/company/clincarx



fb.com/clincarx



youtube.com/clincarx



clincarx.com.br/blog

**ClinicaRx**  
University