



Winch srl
Via Euripide I
20145 Milano MI
Tel +39 02 46008009
Fax +39 02 4814736
info@winch.it



Un'iniziativa educativa di



Per le adesioni, la preghiamo di inviare una richiesta d'iscrizione a
tramite **fax** al numero 02.4814736 o **mail** info@winch.it

Indicando:

Nome e Cognome PARTECIPANTE _____

Codice Fiscale _____

Recapito telefonico _____

Mail _____

N.B. Verranno accettate le prime 30 iscrizioni. Seguirà conferma telefonica

PRE-ISCRIZIONE

In collaborazione con



La relazione interpersonale in farmacia



Mercoledì 29 giugno 2011 - ore 20.30
Giovedì 30 giugno 2011 - ore 20.30

Galeno Farmaceutici
Via Gioacchino Murat n. 78
70123 Bari

Contesto

Come sarà la farmacia del futuro? Oggi a questa domanda la risposta che vi daranno esperti e professionisti del settore è unanime: sarà caratterizzata sempre più dall'erogazione di servizi al Cittadino e sempre meno dalla dispensazione di prodotti. Una farmacia quindi che si qualifica per quanto riuscirà ad interpretare e soddisfare le esigenze del cliente, mettendo al centro di tutte le sue attività i bisogni di salute e benessere dei propri utenti. D'altra parte, questo progressivo spostamento verso una posizione centrale da parte del cittadino all'interno del sistema dell'healthcare sta caratterizzando l'intero comparto salute e tale dinamica, calata nella farmacia, non lascerà inalterata la normale gestione che fin qui ha contraddistinto i rapporti umani, professionali, economici e sociali di tutti gli attori che qui vi operano. In altri termini, "lo spostamento al centro del cittadino" determinerà una profonda rivoluzione della farmacia che completerà la sua transizione da luogo in cui si vendono prodotti ad azienda che gestisce e propone servizi. E in un'azienda di servizi, gli asset immateriali divengono elementi strategici di successo: tra questi, uno dei fattori chiave per raggiungere l'obiettivo della soddisfazione del cittadino è certamente la cura e lo sviluppo delle relazioni interpersonali che si pone su un piano di eguale dignità ed importanza rispetto ad altri elementi indispensabili quali, ad esempio, la preparazione scientifica, l'aggiornamento continuo e la professionalità del farmacista.

Obiettivo del Seminario

L'obiettivo formativo primario è la condivisione con i partecipanti del valore centrale della persona in ogni azienda che ha come propria missione la soddisfazione dell'utente attraverso l'erogazione di servizi. La comprensione delle motivazioni profonde che determinano i comportamenti e animano le scelte di chi entra in relazione con noi diventa quindi il passaggio iniziale di un percorso che condurrà i partecipanti a cogliere il valore permanente dell'azione sugli scopi personali per fissare le linee guida fondamentali per la corretta gestione del consiglio e della consulenza all'utente.

Altri obiettivi correlati sono costituiti da un approfondimento dei principali modelli di analisi comportamentale e psicologica per cogliere in profondità le dinamiche che portano al consolidarsi di atteggiamenti funzionali alla relazione efficace.

Relatore

Dr. Nicola MANCINI

- Dottore in Farmacia
- Trainer-Formatore per Operatori Sanitari e Manager
- Docente Winch Srl - Formazione in Sanità

Mercoledì 29 giugno

Introduzione all'evento

Dr. Marcello Gemmato — *Presidente A.GI.FAR. Bari*

DAL PRODOTTO AL SERVIZIO

- L'azienda in ascolto
- La qualità del servizio
- Le attese dell'utente
- La soddisfazione del cliente interno

Light Dinner

GLI OBIETTIVI

- Obiettivi e processi relazionali
- Focalizzazione e Dispersione
- Obiettivi e razionalità individuale
- CSMART per un obiettivo ben costruito
- Obiettivi, Indicatori e Azioni attese

LA MOTIVAZIONE

- Cliente interno e motivazione
- Da Maslow a McGregor a McClelland
- La proposta di un nuovo modello: l'empower performance
- Il farmacista e le nuove responsabilità di ruolo

IL PROCESSO DI PERSONALIZZAZIONE DEGLI OBIETTIVI

- Obiettivi propri e adesione
- Il colloquio di condivisione
- Processo, Contesto e Modello

Giovedì 30 giugno

LA RACCOLTA DELLE EVIDENZE

- Le fonti disponibili in farmacia
- Evidenze per correggere e confermare
- Percezione e filtri
- Depotenziare i pregiudizi

Light Dinner

COSTRUIRE L'ORIENTAMENTO COSTANTE ALL'OBIETTIVO

- Il feedback continuo per determinare fiducia
- Momento, Impatto, Specificità, Stile e Tono
- Comunicazione, Consapevolezza e Leadership Emotiva
- Il pensiero positivo

LA REVISIONE FINALE COME RESPONSABILITÀ CONDIVISA

- I fattori chiave di successo per il Review Meeting
- Preparazione
- Tempo e spazio
- Contenuto
- Comunicazione
- Pensare in modo costruttivo

CHIUSURA DEI LAVORI

- Compilazione questionario di apprendimento