FIRMA SZKOLENIOWA FORMATRIX MARCIN FILIPOWSKI

4,6 / 5

406 ocen

Merchandising – teoria i praktyka w codziennej pracy aptek

Numer usługi 2023/06/28/11918/1873919

1 968,00 PLN brutto
1 600,00 PLN netto
123,00 PLN brutto/h
100,00 PLN netto/h

Katowice / stacjonarna
Usługa szkoleniowa
16 h
19.02.2026 do 20.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Pracownicy aptek, kierownicy, managerowie, farmaceuci
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	12-02-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie wprowadzi uczestników w temat Merchandisingu, pokaże jak umiejscowić produkty w aptece tak, aby zachęcić klientów do zakupu, a co za tym idzie zwiększyć sprzedaż.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Znajomość definicji merchandisingu oraz jego roli w marketingu mix apteki. Umiejętności: Umiejętność analizy zachowań pacjentów i stosowania zasad lokalizacji produktów. Kompetencje: Zdolność do planowania układu ekspedycji i przestrzeni sprzedażowej.	Uczestnik potrafi zdefiniować merchandising i wskazać jego miejsce w marketingu mix w kontekście apteki. Uczestnik potrafi zidentyfikować miejsca o wysokim potencjale sprzedażowym (np. poziom wzroku, zasada środka). Uczestnik projektuje mapę półki dla wybranego typu asortymentu w aptece.	Test teoretyczny
Wiedza: Znajomość zasad merchandisingu (złota zasada, zasada prawej strony). Umiejętności: Umiejętność wykorzystania modelu AIDA w pracy farmaceuty. Kompetencje: Umiejętność efektywnego rozmieszczenia produktów i tworzenia stref zainteresowania.	Uczestnik potrafi wymienić i opisać kluczowe zasady ekspozycji produktów w aptece. Uczestnik potrafi zastosować model AIDA w sytuacji kontaktu z pacjentem, wskazując działania na każdym etapie modelu. Uczestnik samodzielnie projektuje układ półki z uwzględnieniem zasad zainteresowania klienta.	Test teoretyczny
Wiedza: Znajomość narzędzi komunikacji (POSM, promocje, marketing sensoryczny). Umiejętności: Umiejętność łączenia narzędzi marketingowych z praktyką apteczną. Kompetencje: Zdolność do świadomego kształtowania atmosfery i decyzji zakupowych pacjenta.	Uczestnik potrafi wskazać różnice między materiałami POSM i promocjami producenta, a merchandisingiem lokalnym. Uczestnik tworzy koncepcję promocji preparatu z wykorzystaniem barw, światła i materiałów POS. Uczestnik potrafi dobrać narzędzia sensoryczne do określonych typów pacjentów i produktów.	Test teoretyczny
Wiedza: Znajomość podziału apteki na strefy funkcjonalne i ich znaczenia. Umiejętności: Umiejętność doradzania pacjentowi w oparciu o układ przestrzenny apteki. Kompetencje: Dbałość o komfort i orientację pacjenta w przestrzeni apteki.	Uczestnik potrafi wymienić i opisać funkcje: strefy samoobsługowej, dermokosmetycznej, OTC, przykasowej. Uczestnik analizuje przypadek pacjenta i proponuje ścieżkę zakupową na podstawie rozmieszczenia stref. Uczestnik potrafi dostosować komunikat i wskazanie lokalizacji produktu w oparciu o potrzeby klienta.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ I

MODUŁ I

Merchandising – cele i definicje

- Umiejscowienie w koncepcji marketingu mix w kontekście funkcjonowania apteki,
- Zachowania kupującego
- Mapa półki, poziom wzroku
- Zasada środka, zainteresowanie klientów
- Efektywne wykorzystanie przestrzeni ekspedycji apteki

MODUŁ II

Praktyczne wykorzystanie merchandisingu w aptece

- Złota zasada merchandisingu
- Zasada prawej strony w pracy z pacjentem
- Model AIDA w opiece farmaceutycznej
- Efektywne wykorzystanie półki

DZIEŃ II

MODUŁ III

Komunikacja merytoryczna i cenowa z pacjentem

- POSM
- Promocje preparatów i terapii
- Merchandising producenta i dostawcy
- Marketing sensoryczny
- Wykorzystanie barw
- Wykorzystanie światła

MODUŁ IV

Jak pomagać pacjentowi?

- Strefa samoobsługowa
- Strefa dermokosmetyków
- Strefa preparatów OTC i wyrobów medycznych
- strefa przykasowa

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Dzień 1	Katarzyna Wróblewska	19-02-2026	08:00	16:00	08:00
2 z 2 Dzień 2	Katarzyna Wróblewska	20-02-2026	08:00	16:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 968,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Katarzyna Wróblewska

Certyfikowany trener biznesu z dużym i różnorodnym doświadczeniem zawodowym. Od ponad 20 lat związana z branżą farmaceutyczną. Pracowała na stanowiskach telemarketera, przedstawiciela medycznego, key account menagera, wiele lat kierowała zespołami przedstawicieli medycznych w różnych firmach i jednocześnie pełniła funkcję trenera. Zna specyfikę farmacji od każdej strony – hurt, producent, apteka – ostatnio współpracuje z jedną z łódzkich sieci. Od kilku lat prowadzi swoją własną firmę.
Prowadzi szkolenia warsztatowe handlowe – techniki sprzedaży, komunikacja, perswazja,

budowanie relacji, negocjacje, zarządzanie własną sprzedażą, praca z trudnym klientem, prowadzenie prezentacji publicznych, rozwiązywanie konfliktów, radzenie sobie ze stresem Od kilku lat zajmuje się aktywnie coachingiem.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma materiały w formie elektronicznej, notes i długopis

Warunki uczestnictwa

Prosimy o kontakt z realizatorem w celu ustalenia terminu szkolenia oraz zapisania się na kurs.

ORGANIZUJEMY RÓWNIEŻ SZKOLENIA ZAMKNIĘTE DLA PLACÓWEK.

ISTNIEJE MOŻLIWOŚĆ SKORZYSTANIA Z DOFINANSOWANIA.

Adres

ul. Józefa Wolnego 4
40-857 Katowice
woj. śląskie

Kontakt

Edyta Pilas

E-mail biuro@formatrix.pl
Telefon (+48) 660 606 066