

口頭⑦

薬局管理栄養士ができる商品紹介の強み ～栄養素に基づいた提案を～

ヘルスケア事業部
○山口 千尋
○谷口 史帆

ミキ薬局では管理栄養士が常駐し、来局者の需要を開拓、要望に合わせた商品案内・販売を行っている。
今回はその取り組みを【試食会】【HPでの情報発信】【新商品導入提案】【販促物作成】の4つのテーマに分けて紹介する。

【試食会】

商品についてより詳しく知るためにアマニ油を取り扱っている日本デイリーヘルス(株)へアマニ油に関する講習会に参加した。その中で「ローストアマニ」はアマニ油には含まれない食物繊維、アマニリグナンが含まれている点、ヨーグルトやご飯、和え物、パスタ、サラダ等、様々な料理に加えることができる点を学んだ。これらのことを多くの方に紹介したいと思い、今回は「ローストアマニ」を使用し試食による紹介を実施した。その結果、商品の良さを患者様に理解して頂くことができ、商品の販売数上昇につながった。

【販促物作成】

スマート介護の口腔ケア商品「オーラルピース」の栄養士作成 POP を設置した店舗で、POP をご覧になったお客様より問い合わせがあり、固定客の獲得に成功した例などがある。

このように販促活動や栄養相談を各店で積極的に実施することで来局者と接する機会を増やしたい。

その中で、来局者のニーズを把握するために、

【試食会】アンケートによる聞き取りの実施

【HPでの情報発信】定期的なレシピの更新をし、情報発信を行う

【新商品導入提案】積極的に展示会へ参加し、情報収集を行う

【販促物作成】見やすい商品 POP の作成

その他、栄養相談時における商品紹介と販売の実施、食事や症状と関連付けた商品に関するヒアリングの実施をすることで、来局者が望む商品選定、導入、案内、販売を行うことを目標としていく。