



# ΚΤΗΝΙΑΤΡΟ ΣΤΟ ΙΑΤΡΕΙΟ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ONLINE

Ριζικές αλλαγές στην κτηνιατρική φροντίδα φέρνουν  
οι ιδιοκτήτες ζώων συντροφιάς της γενιάς των millennials.

Γιώργος Μακρής

**P**ιζικές αλλαγές γενικότερα στον κλάδο των υπηρεσιών προς τα ζώα συντροφιάς και ειδικότερα στην κτηνιατρική φροντίδα φέρνει πιο γενιά των millennials (γεννηθέντες 1981-1996), το 73% των οποίων έχει ζώο συντροφιάς και μαζί με τους γεννηθέντες μετά το 1997 (γενιά Zen) συναποτελούν τη λεγόμενη «γενιά pet», χαρακτηρισμός που ακριβώς καταδεικνύει πόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα ζώα συντροφιάς στη ζωή τους.

Καθώς το θεωρούν μέλος της οικογένειάς τους και αναπτύσσουν ισχυρό δεσμό μαζί του νιώθοντας «γονείς» (pet parents) και όχι «ιδιοκτήτες», ξεδύσουν περισσότερα αλλά ταυτόχρονα έχουν και περισσότερες απαιτήσεις, με βάση και τον γενικότερο τρόπο ζωής τους και σίγουρα με την αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας. Για παράδειγμα, θέλουν οι κτηνίατροι να θυμάται το όνομα του ζώου τους, να είναι διαθέσιμος όταν τον χρειάζονται και, πέραν της κτηνιατρικής φροντίδας, να τους βοηθά στο να μάθουν το ζώο τους καλύτερα.

Οι millennials, ως η κυρίαρχη ομάδα των pet parents (το 35% του συνόλου) σε συνδυασμό με τις διαφορετικές αντιλήψεις, ανάγκες και προσδοκίες συνολικά των pet parents καθώς και τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, αποτελούν τις τρεις κυριαρχείς τάσεις σήμερα στον τομέα της κτηνιατρικής φροντίδας παγκοσμίως.

Αυτό είναι το βασικό συμπέρασμα έρευνας που πραγματοποίησε η εταιρεία ActiVet Insights (εταιρεία παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών στον κλάδο της υγείας των ζώων σε παγκόσμιο επίπεδο, με ειδίκευση στο να ανιχνεύει μελλοντικές τάσεις και τις τεχνολογικές εξελίξεις) και η οποία παρουσίαστηκε στους Έλληνες κτηνίατρους μέσω διαδικτυακού σεμιναρίου που διοργάνωσε η HELLAfarm Vet Academy, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της για τη διοργάνωση της υποστήριξης webinars με θέματα που αφορούν την ελληνική κτηνιατρική κοινότητα.

«Στόχος μας είναι δσα παρουσιάστηκαν στο webinar να αποτελέσουν τροφή για σκέψη ώστε ο Έλληνας κτηνίατρος να έχει τη γνώση όπως και τη δυνατότητα να εντοπίσει ιδέες είτε για τον τρόπο με τον οποίο ασκεί το επάγγελμά του ή και μια καλή πρακτική που θα ήθελε να υιοθετήσει είτε για έναν δρόμο που θα ήθελε να ακολουθήσει», επισήμανε χαρακτηριστικά ο CEO της HELLAfarm - Animal Health Division, Κική Λεγάκη.

## ΑΝΑΖΗΤΟΥΝ ΤΟΝ ΚΤΗΝΙΑΤΡΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Σύμφωνα με την έρευνα που έγινε στις ΗΠΑ και την παρουσίασαν οι συνιδρυτές της ActiVet Insights, Sébastien Lafon και Robert Walker, ενώ δεν παρατηρούνται αξιοσημείωτες διαφορές στις δαπάνες για την κτηνιατρική φροντίδα με βάση την πλικιακή κατηγορία του pet parent, οι νεότερες γενιές (millennials και Zen):

- Επισκέπτονται τον κτηνίατρο δύο φορές περισσότερο από ότι οι μεγαλύτεροι.
- Θέλουν να συνεργάζονται με κτηνίατρους που να έχουν επαρκή χρόνο να τους εξηγήσουν καθαρά πώς είναι το ζώο τους ώστε να το γνωρίσουν καλύτερα.

■ Είναι περισσότερο πιθανό να επισκεφτούν έναν κτηνίατρο σε ένα pet shop ή σε ένα νοσοκομείο ζώων, ενώ οι μεγαλύτερες πλικίες προτιμούν τον κτηνίατρο στον κλασικό του χώρο, το ιατρείο ζώων.

■ Δίνουν μεγαλύτερη σημασία στο ωράριο λειτουργίας, στην εύκολη πρόσβαση και φυσικά στις σύγχρονες τεχνολογίες.

Για παράδειγμα, στην ερώτηση πώς βρίσκουν τον κτηνίατρό τους, ενώ στις μεγαλύτερες πλικίες, αν δεν υπάρχει οικογενειακός κτηνίατρος, τον βασικότερο ρόλο παίζει η σύσταση από μέλος της οικογένειας ή φίλο, στις νεότερες πλικίες οι πηγές πληροφόρησης είναι πολλαπλές: από online αξιολογίσεις ή δική τους έρευνα στο διαδίκτυο, από γνωριμία στο pet shop, από διαφήμιση ή την εφημερίδα, από την ιστοσελίδα του. Είναι χαρακτηριστικές οι απαντήσεις τους όταν εκλήθησαν να δηλώσουν τι ζητούν από τον κτηνίατρό τους:

## Η ΤΗΛΕ-ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΗ ΗΡΩΕΣ (ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΧΘΗΚΕ ΛΟΓΩ COVID) ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΙΝΕΙ

Η τηλε-κτηνιατρική είναι άλλη μία κυρίαρχη τάση της εποχής, ειδικά στις χώρες της Βόρειας Αμερικής και της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης.

Όπως ανέφερε στην παρουσίαση της π. κ. Annick Valentin-Smith, συνιδρύτρια της Vet IN Tech, η κρίση του κορωνοϊού προκάλεσε την αλματώδη αύξηση των υπηρεσιών τηλε-κτηνιατρικής, τομέας που εκτιμάται ότι θα αναπτυχθεί κατά 31% έως το 2026 έναντι ανάπτυξης 5% συνολικά του τομέα κτηνιατρικής φροντίδας.

Παραθέτοντας παραδείγματα, όπως της First Vet, που απασχολεί 150 κτηνιάτρους και έχει 200.000 συνδρομητές, π. κ. Annick Valentin-Smith ανέλυσε πώς λειτουργούν οι πλεκτρονικές πλατφόρμες παροχής κτηνιατρικών υπηρεσιών και προέβη στην εκτίμηση ότι η τηλε-ιατρική ήρθε για να μείνει, ειδικά, όπως είπε, «σε περιπτώσεις όπως η μετεγχειρητική παρακολούθηση, οι χρόνιες παθήσεις, η δερματολογία, η οφθαλμολογία, η παρακολούθηση πλικιωμένων ζώων και ζπτήματα που ανακύπτουν όσον αφορά τη συμπεριφορά των ζώων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και εξετάσεις όπως η ακτινογραφία και η ψηλάφηση, που απαιτούν τη φυσική παρουσία του ζώου», εξήγησε.

## ΕΣΤΙΑΣΤΕ ΣΤΟ PET PARENT EXPERIENCE, ΕΝΙΣΧΥΣΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΑΣ ΟΝLINE

Σε αυτό το περιβάλλον προκύπτουν ευκαιρίες και προκλήσεις για τους κτηνιάτρους:

■ Από τη μία αυξάνεται ο αριθμός των ζώων συντροφιάς (η κρίση του κορωνοϊού προκάλεσε τη λεγόμενη pet boom) αλλά και το προσδόκιμο ζωής, άρα και η ύλη για τους κτηνιάτρους.

■ Από την άλλη αυξάνεται ο ανταγωνισμός, είτε από πλατφόρμες τηλε-κτηνιατρικής είτε από τα καταστήματα πώλησης προϊόντων για ζώα (pet-hops) που παρέχουν (στις ΗΠΑ) και κτηνιατρικές υπηρεσίες – επισημαίνεται ότι το θεσμικό πλαίσιο διαφέρει από χώρα σε χώρα.

Βασικό μήνυμα των εισηγητών είναι ότι ο κτηνίατρος έχει τον πρώτο λόγο, είναι ο βασικός σύμβουλος του pet parent, και προτείνουν στους κτηνιάτρους:

■ Να εστιάσουν στο pet parent experience («μπορείτε να θυμάστε το όνομα του ζώου;» είπε χαρακτηριστικά ο κ. Lafon) βρίσκοντας τρόπους να είναι περισσότερο προσβάσιμοι στους pet parents και οικοδομώντας σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες τους.

■ Να παρέχουν προγράμματα ανταμοιβής της αφοσίωσης (loyalty programs).

■ Να ενισχύσουν την παρουσία τους στο διαδίκτυο και ιδίως στα social media και να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά εργαλεία για να έχουν διαρκή διάλογο με τους pet parents.

■ Να τους εκπαιδεύουν διαρκώς πώς να εκπαιδεύουν τα ζώα τους.

## ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΤΗΝΙΑΤΡΟΙ ΘΑ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΘΟΥΝ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Σχολιάζοντας την έρευνα και την εισήγηση, οι εκπρόσωποι των θεσμικών φορέων των κτηνιάτρων

**73%**

όσων έχουν γεννηθεί μεταξύ 1981 και 1996 έχουν ζώο συντροφιάς και φέρνουν ριζικές αλλαγές στην κτηνιατρική φροντίδα.

■ Το 40% θέλει περισσότερες υπηρεσίες/προϊόντα για το ζώο κάτω από την ίδια στέγη (31% το αντιστοιχό ποσοστό στο σύνολο των pet parents).  
■ Το 36% να γίνεται η διανομή των φαρμάκων στο σπίτι (29% στο σύνολο).  
■ Το 35% να έχει καλύτερη εφαρμογή – app (27% στο σύνολο).  
■ Το 35% καλύτερη ιστοσελίδα (26% στο σύνολο).  
■ Το 35% να επικοινωνεί μαζί τους μέσω μηνυμάτων ή βίντεο (30% στο σύνολο).  
■ Το 39% πιο βολικές ώρες για την εξυπηρέτηση τους (36% στο σύνολο).  
■ Το 37% καλύτερη τοποθεσία, δηλαδή πιο εύκολη πρόσβαση (35% στο σύνολο).  
Οι προτιμήσεις των πλικιακών ομάδων συμπίπτουν στο πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών (loyalty program) με 46%, ενώ οι νεότερες πλικίες δίνουν μικρότερη σημασία στις τιμές των κτηνιατρικών υπηρεσιών (47% έναντι 55% στο σύνολο των pet parents).

Εκεί όπου συμφωνούν οι pet parents ανεξαρτήτως πλικίας, και μάλιστα με διαφορά, είναι στο ότι ο κτηνίατρος αποτελεί την πιο αξιόπιστη πηγή ενημέρωσης. Ωστόσο, στις νεότερες πλικίες είναι λιγότερο πεπεισμένοι γι' αυτό.

στην Ελλάδα επισήμαναν μεταξύ άλλων:

**Αθηνά Τραχίλη**, πρόεδρος Πανελλήνιου Κτηνιατρικού Συλλόγου, αντιπρόεδρος της Πανευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Κτηνιάτρων: «Το κτηνιατρικό επάγγελμα στη χώρα μας έχει κάνει πραγματικά πάρα πολύ μεγάλα βήματα στην καταξίωσή του στη συνείδηση του πολίτη. Η νέα τεχνολογία είναι σύμμαχος στην άσκηση του κτηνιατρικού επαγγέλματος, απλώς χρειάζεται να επικαιροποιούμε τη γνώση, να αναπτύσσουμε καινούργιες δεξιότητες. Άλλα και να είμαστε πιο κοντά σε αυτή τη νέα γενιά των pet parents, που, όπως αποδεικνύει η συγκεκριμένη έρευνα στις ΗΠΑ και άλλες στην Ευρώπη, έχει άλλες αντιλήψεις δύον αφορά τα ζώα συντροφιάς.

»Οι Έλληνες κτηνίατροι θα ανταποκρίθουν και στις νέες προκλήσεις. Αρκεί να πιστέψουμε και να "πουλήσουμε" – με τη θετική έννοια – το value, την αξία μας και αυτά που έχουμε μάθει.«

**Μαρία Λινού**, πρόεδρος Ελληνικής Κτηνιατρικής Εταιρείας: «Βιώνουμε τις αλλαγές. Οι εξελίξεις είναι ραγδαίες, αλλά δεν μιλάει κανείς για υποβάθμιση ή αντικατάσταση της κτηνιατρικής ιδιότητας

# 34%

του συνόλου  
των ιδιοκτητών ζώων  
συντροφιάς είναι  
γεννημένοι μετά το  
1997 και αποτελούν τη  
λεγόμενη «γενιά pet».

ση, την εις βάθος γνώση, να προσαρμοζόμαστε και στις καινούργιες απαιτήσεις. Αυτό που μας διαφοροποιεί, μας κάνει ανταγωνιστικούς, είναι η γνώση και η ιατρική μας κατάρτιση. Εάν αυτό μπορούμε να το συνδυάσουμε με μοντέρνους τρόπους επικοινωνίας είτε μεταξύ μας είτε με τους ανθρώπους με τους οποίους συνεργαζόμαστε ως πελάτες, αυτό είναι ιδανικό.«

**Στέφανος Κλαδάκης**, πρόεδρος Ελληνικής Εταιρείας Κτηνιατρικής Ζώων Συντροφιάς: Ο ρόλος του κτηνιάτρου στο σύστημα είναι πολύ καλά εμπεδωμένος. Είμαστε ψηλά. Να γίνουμε ακόμα καλύτεροι, στο μέτρο που μπορεί ο καθένας. Πρέπει να βρούμε ισορροπία, η οποία περνά και μέσα από συνεργασίες και σωστό καταμερισμό εργασίας καθημερινά. Φτάνει πια το one man show. Έχουμε γεμίσει με ιατρεία ενδός ανθρώπου. Να μάθουμε να συνεργαζόμαστε και να δουλεύουμε με άλλους, σε μεγάλες κλινικές τεσσάρων και άνω κτηνιάτρων – δύο περισσότεροι μπορούμε – ώστε να αθροίζουμε υπηρεσίες και να είμαστε σε σημείο στο οποίο ο πελάτης να χαίρεται να μπαίνει και να είναι ικανοποιημένος.«

