



Foto: istockphoto

ZUM „TAG DER ZAHNGESUNDHEIT“

Eine Aktion mit Biss!

„Gesunde, strahlende Zähne – ein Leben lang“ ist heute ein durchaus erreichbares Ziel. Die richtige Zahnputztechnik, effektive Mundhygiene, zahngesunde Ernährung und individuelle Schmelzhärtung tragen – ergänzt durch die regelmäßige Kontrolle durch den Zahnarzt – zur Zahngesundheit bei. Der folgende Aktionsvorschlag will Sie dabei unterstützen, Ihre Zielgruppe im Thema Zahngesundheit zu überzeugen.

➔ Viele Menschen mit leichten Zahn- oder Zahnfleischproblemen scheuen oft den direkten Weg in die Zahnarztpraxis und wenden sich zunächst hilfesuchend an die Apotheke. Nutzen Sie deshalb diese Aktion als Chance, ihr Apothekenteam als kompetenten Ansprechpartner für den Bereich Zahngesundheit und Mundhygiene darzustellen. Die Aktion (z. B. zum „Tag der Zahngesundheit“ am 25. September) dient als zusätzliches Angebot für die Stammkundschaft und als Kundenbindungsinstrument für die Laufkundschaft oder für Neukunden.

Bieten Sie den Kunden umfassende Informationen über die Ursachen ihrer Probleme und informieren Sie zur professionellen Behandlung. Profilieren Sie sich auch als Präventionsberater auf dem Sektor der Zahngesundheit. Überzeugen Sie mit hilfreichen Tipps zur optimalen Zahnpflege sowie zur Vorbeugung gegen Karies und Parodontose. Und empfehlen Sie Ihren Kunden die dazu nötigen Produkte. Kurz gesagt: Stellen Sie Ihre Fachkompetenz, ganz gleich um welche Fragen zur Zahngesundheit es sich handelt, unter Beweis.

Zielgruppen der Aktion

Diese Aktion erreicht eine große Zielgruppe. Neben Jugendlichen und Erwachsenen, die Wert auf ihr äußeres Erscheinungsbild und somit auf strahlend weiße, gepflegte Zähne legen, schließt die Aktion auch Kinder ab dem Durchbruch der Milchzähne ein. Angesprochen werden zudem Träger von Zahnspannen sowie Senioren mit Zahnprothesen. Spezielle Zielgruppen für diese Aktion sind Schwangere und Raucher mit Parodontitisproblemen. Und: Eine Reihe von Arzneimitteln, wie Antidepressiva, Antihistaminika und Antihypertensiva können zu einem trockenen Mund und in der Folge zu Karies sowie Parodontitis führen. Auch diese Patienten werden angesprochen.

Die Aktion vorbereiten

Geeignete Präparate

Zur Aktionsware gehören natürlich die Zahnpflegemittel, die die Apotheke bereits im Sortiment führt. Ergänzend dazu wer-

Checkliste Aktionsplanung

Die Aktion des Monats bietet Ihnen Vorschläge für Aktionen: Überlegen Sie im Team, welche Themen zu Ihrer Apotheke und Ihrem Umfeld am besten passen und mit welchen Pharmaunternehmen, Zulieferern und Dienstleistern Sie gern zusammenarbeiten wollen.

Im Anschluss daran gilt es, die Aktion zu planen. Folgende Stationen sind dabei wichtig:

- Planung im Team: mit Teambesprechung, Personalschulung, Auffrischen von Hintergrundwissen
- Aktionsinhalte festlegen: Sortiment, Kooperationen, Außenaktionen, Vortrag, Ausschank/Verkostung, Events
- Rahmenbedingungen klären: Vortragsraum, Kooperationspartner, Erlaubnis für Standaufbau, Partner für Aktivitäten suchen
- Sortiment koordinieren: Produkte, Industriepartner, Verkaufsförderung, Platzierung festlegen

- Kundenansprache/Werbung: Pressearbeit, Anzeigen, Flyer, Gutscheine, Handzettel
- Letzter Check vor dem Start der Aktion: u. a. Infomaterialien, Infostand, Vortragsraum überprüfen
- Erfolgskontrolle: im Team Bilanz ziehen.

Praxisrelevante Tipps zu all diesen Punkten finden Sie in APOTHEKE + MARKETING: Die Ausgaben April 2007 bis Juni 2009 boten bereits detaillierte Tipps zur Planung von Aktionen zu ganz unterschiedlichen Themen. Dort finden Sie zudem generelle Hinweise, beispielsweise zur Aktionsdeko oder zu Außenaktionen, zur Gestaltung von Websites und Plakaten sowie zur detaillierten Pressearbeit. Konkrete Unterstützung zu diesen Themen bieten Ihnen auch die kommenden Ausgaben von APOTHEKE + MARKETING sowie unsere Website unter www.apotheke-und-marketing.de/extras.

den Präparate für spezielle Zahnprobleme und zusätzliche Zahnpflegeprodukte geordert: Neben den konventionellen Zahnbürsten für die unterschiedlichen Altersgruppen sind das beispielsweise elektrische Zahnbürsten, Interdentalbürsten, Prothesenpflegebürsten und Zahnputzfingerringe für unterwegs. Außerdem gehören verschiedene Zahnpasten mit und ohne Fluorid, Mundspüllösungen, Zahnseiden, Zahnhölzer, Zungenreiniger, Bleichprodukte, Zahnspangen- und Gebissreiniger-Tabletten, Haftcremes und Zahnpflegekaugummis ins Angebot. Fluoridierungsmittel (Gele, Tabletten), Speichersatzpräparate und Produkte zur Behandlung von Entzündungen im Mundbereich runden das Aktionssortiment ab.

Auch an das rechtzeitige Bestellen der „Give-aways“ zum Mitgeben am Infostand, am HV-Tisch, beim Vortrag und ggf. bei Außenaktionen ist zu denken. Bei diesem Aktionsthema bieten sich Zahnputzohren, Testmuster von Zahnpasten, Mundspüllösungen, Zahnseiden und medizinischen Zahnhölzer sowie Broschüren zum Aktionsthema an.

Kooperationspartner suchen

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für jede Aktion ist die Kooperation, denn gemeinsam lassen sich solche Projekte besser meistern. Bei diesem Aktionsthema bietet sich die Zusammenarbeit mit einem Zahnarzt oder Kieferorthopäden in Apothekennähe an. Ist eine Demonstration der richtigen Zahnpflege in der Apotheke vorgesehen, sprechen Sie eine Prophylaxeassistentin an, die zu bestimmten Terminen im Aktionszeitraum zur Verfügung steht.

Erfolgsversprechend sind auch Außenaktionen in Kindergärten, Seniorenheimen oder in der Grundschule in Ihrem Stadtviertel. Sprechen Sie die Leiter der Institutionen an, ob Interesse an einem gemeinsamen Projekt besteht. Denkbar ist auch die Zusammenarbeit mit der benachbarten Buchhandlung. Es gibt eine ganze Reihe von Kinderbüchern zum Themenkomplex Zahnpflege, die altersgruppenspezifisch ansprechend illustriert und lehrreich aufbereitet sind. Bei den Kooperationspartnern

können Aktionsplakate aufgehängt und Flyer ausgelegt werden, um die Aktion bekannt zu machen.

Die Aktion organisieren

Es empfiehlt sich, etwa zwei bis drei Monate vor der Aktion mit der Planungsphase zu starten. So bleibt ausreichend Zeit, um die potenziellen Kooperationspartner „mit ins Boot“ zu holen, einen geeigneten Referenten für den Vortrag zu finden sowie Aktionsware, Informationsmaterial sowie Give-aways von Firmen anzufordern und das Team fachlich fit zu machen. Unsere „Checkliste Aktionsplanung“ hilft, die Aktion Schritt für Schritt vorzubereiten und problemlos den Überblick zu behalten (siehe Downloadhinweis Seite 24).

Beispiele für Events

„Aktionen in der Aktion“ ziehen die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich. Hier einige Beispiele für Events, die Sie rund um eine Aktion zum Thema Mundhygiene durchführen können.

Als spezielles Event lässt sich ein Malwettbewerb für Kinder veranstalten. Zeitgleich mit der Ausgabe der Flyer zur Aktion werden Ausmalbilder für die Kleineren und leere Bögen mit aufgedrucktem Rahmen und Maltheema für die älteren Kinder ausgegeben. Denken Sie daran, auf einer Ecke der Blätter auffällig Name, Adresse sowie Logo Ihrer Apotheke zu platzieren und den Abgabetermin zu vermerken. Die Kinder können die fertigen Bilder bis zum letzten Aktionstag in der Apotheke abgeben, anschließend werden die Kunstwerke in einem Schaufenster aufgehängt und von der Teamjury prämiert. Es werden jeweils drei Gewinner aus den Altersgruppen Kindergarten, Grundschule und weiterführende Schule bestimmt. Als Preise werden kleine Päckchen aus den Give-aways, Zahnbürsten, Zahnpflegekaugummis und ggf. Kinderbüchern zum Aktionsthema ausgegeben. Empfehlenswert ist es, zur Preisverleihung auch die örtliche Presse einzuladen, damit der Malwettbewerb im Rahmen der Apothekenaktion öffentlichkeitswirksam präsentiert wird.

Schulungen zur richtigen Zahnpflege für Erwachsene kann zu bestimmten Terminen eine Prophylaxeassistentin am Info-Stand in der Apotheke durchführen. Sie kann die Ausführungen

zum Zahnbelag effektiv mit Plaque-Färbetabletten bei den Interessenten demonstrieren.

Ist als Außenaktion ein Vortrag zum Thema „Die perfekte Pflege der (dritten) Zähne“ im Seniorenheim oder „Gesunde Zähne“ für Eltern und Kinder im Kindergarten bzw. in der Grundschule geplant, bietet sich die Zusammenarbeit

mit einem Zahnarzt an. Den potenziellen Referenten sollten Sie mindestens zwei Monate vor der Aktion ansprechen. So kann er sich den Termin freihalten und hat ausreichend Zeit, sein Referat vorzubereiten.

Rahmenbedingungen schaffen

Das Team einbinden

Für den Erfolg der Aktion ist es von großer Bedeutung, das gesamte Team sowohl in die Aktionsplanung als auch in die Durchführung miteinzubeziehen. Ebenso wichtig ist es, alle Mitarbeiter rund um das Aktionsthema zu schulen. Denn eine sichere Kenntnis über Mundhygiene und -gesundheit, Prophylaxemaßnahmen, Zahn- und Zahnfleischprobleme und adäquate Präparate ist Voraussetzung für fachkundige Beratung, gute Verkäufe und einen professionellen Eindruck bei der Zielgruppe. Bewährt hat es sich, eine Mitarbeiterin mit der Aufbereitung des Hintergrundwissens zu beauftragen. Dieses wird in einer Teamsitzung an alle weitergegeben und optimalerweise zusätzlich zum Nachlesen auf einem Handout zusammengefasst.

Rechtzeitig platzieren: das Mundhygiene-Sortiment

Um die Aktion noch augenfälliger durchzuführen, kann das Team während des Aktionszeitraums im einheitlichen Outfit auftreten. T-Shirts, auf denen ein pfiffiger Slogan wie „Sorgen Sie für den richtigen Biss!“ auf der Vorderseite aufgedruckt ist, besitzen einen hohen Aufmerksamkeitsgrad bei den Kunden.

Die Fragestellung „Und wie geht’s Ihren Zähnen?“ auf der Rückseite des Aktionsshirts, animiert den einen oder anderen Kunden, sich mit seinem Zahnproblem an Sie zu wenden.

Ungefähr eine Woche vor dem Start der Aktion wird das Aktionsassortiment in ausreichender Anzahl auf einer Sonderfläche bzw. einem Aktionstisch, auf dem HV-Tisch und zusätzlich in einem speziell beschrifteten Regal hinter dem HV-Bereich präsentiert, um auch in der Offizin schon frühzeitig auf die bevorstehende Aktion aufmerksam zu machen.

Beispiele für Schaufenster-Dekoration

Gut zwei Wochen vor Aktionsbeginn wird das Schaufenster auffällig in Szene gesetzt, damit es die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich zieht. Aktionsthema („Sorgen Sie für den richtigen Biss!“) und Termin sollten immer gut sichtbar platziert sein. Das Schaufenster als Aushängeschild für die Aktion kann mit folgenden Utensilien ansprechend dekoriert werden:

- Ein übergroßes Demo-Gebiss wird auf einen Sockel gestellt, große Demo-Zahnbürsten baumeln von der Decke, und ein Korb mit knackigen Äpfeln steht auf dem Boden. Dahinter hängt ein Poster, auf dem eine Person genussvoll in einen Apfel beißt. In großen Lettern ist der Schriftzug zu lesen „Damit Sie auch zukünftig noch kraftvoll zubeißen können. – Wir beraten Sie zur zahngesunden Ernährung!“

- Eine große Menge von normalgroßen Zahnbürsten für Kinder und Erwachsene, Aufsätzen für elektrische Zahnbürsten, Interdentalbürsten sowie Zahnprothesepflegebürsten wird locker in einer großen Glasschüssel übereinander geschichtet, daneben bauen Sie einen Berg aus Zahnpastapackungen, dahinter steht ein Plakat mit dem Schriftzug „Probleme mit den Zähnen? – Wir haben die Lösung für Ihre Fragen zur Zahnpflege!“

- Oder dekorieren Sie originell mit Schrubber, Waschmittelpackung, Wassereimer und Putzlappen. Davor wird eine Auswahl des Aktionsassortiments dekoriert. Dahinter hängt ein Poster mit der Überschrift „Fragen zur Zahnpflege und Zahnprophylaxe? – Wir kennen die Antworten!“ Das Motiv der Schaufenster-Deko können Sie übrigens auch in der Innendeko aufgreifen, im Rahmen der Platzierung oder auch am Info-Stand.

Darf nicht fehlen: Werbung

Zu einer perfekt organisierten Aktion gehört die rechtzeitige und offensive Werbung. Gut zwei Wochen vor Aktionsbeginn werden Kunden und Passanten auf die geplante Aktion aufmerksam gemacht. Alle Werbemaßnahmen, die mit dem

Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Mundhygiene!“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Die Liste sowie einen vorbereiteten Handzettel finden Sie zum Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.



→ Belebt die Aktion: ein Info-Stand

Der Info-Stand besteht aus einem Stehtisch und wird einladend und passend zur Schaufensterdekoration mit einer Obstschale voll knackiger Äpfel dekoriert. Außerdem liegen Warenproben der Aktionsware sowie Informationsmaterial und Broschüren zum Aktionsthema für die Abgabe an die Kunden bereit.

Sind Schulungen zur richtigen Zahnpflege für Erwachsene geplant, sollten zweifarbige Plaque-Färbetabletten, Spiegel, Wasser, Becher, Servietten und ein Tischmülleimer in einem Karton unter dem Info-Stand griffbereit liegen.

Wer einen Malwettbewerb für Kinder durchführen möchte, legt Ausmalbilder bzw. Malutensilien bereit.

Aktionsthema zu tun haben, stehen unter einem einheitlichen Motto, wie „Sorgen Sie für den richtigen Biss!“ und bewirken einen hohen Wiedererkennungseffekt.

Etwa zwei Wochen vor Aktionsstart wird zudem mit der Ausgabe der Flyer, auf denen die Aktion angekündigt wird, begonnen. Diese können Sie beispielsweise am Ende des Beratungsgesprächs, möglichst mit ein paar persönlichen Worten, den Kunden überreichen. Zusätzlich werden die Flyer der Kundenzeitschrift beigelegt, um die Stammkunden zu erreichen. Und für den Neukundengewinn: die Flyer in den umliegenden Briefkästen verteilen.


Ab diesem Zeitpunkt sollte am HV-Tisch auch die Terminliste zur Vergabe von Terminen für die Schulungen zur richtigen Zahnpflege ausliegen. Darin wird neben dem Kundennamen auch dessen Telefonnummer notiert. Der Kunde bekommt ein Aktionskärtchen mit dem für ihn reservierten Termin und Telefonnummer der Apotheke. Bitten Sie ihn, im Falle einer Verhinderung telefonisch kurz abzusagen.

Das Plus: kundenwirksame Extras

Der Angebotszettel der Apotheke wird im Aktionszeitraum auf das Aktionsthema Zahngesundheit abgestimmt. Das heißt, es werden Produkte aus dem Aktionsassortiment dort aufgenommen.

- Gutscheine sind ein ausgezeichnetes Instrument, Stammkunden und auch Neukunden in die Apotheke zu locken. Die Gutscheine können sowohl im Vorfeld in der Apotheke ausgegeben, als auch im Sinne einer Postwurfsendung in die umliegenden Haushalte verteilt werden. Bei dieser Aktion bieten sich beispielsweise Gutscheine für Proben von Zahncremes, Zahnseiden und Mundspüllösungen an.

- Gestalten Sie Kundeninformationen zu den Themen „Tipps zur richtigen Zahnpflege“, „Tipps zur zahngesunden Ernährung“ sowie „Tipps zur Interdentalpflege“ und geben Sie diese den Kunden im Anschluss an das Beratungsgespräch mit.

- Vorträge sind hervorragend dazu geeignet, Ihre Apotheke als Kompetenzzentrum zu dem Aktionsthema ins Gespräch zu bringen und die Aktion fachlich abzurunden. Möchten Sie oder Ihre Mitarbeiter die Vorträge nicht selbst halten, lässt sich einer der Kooperationspartner, beispielsweise der Zahnarzt, einladen. Es bietet sich an, die Referate im apothekeneigenen Seminarraum vorzutragen. Ansonsten ist es bei diesem Aktionsthema erfolgversprechend, die Räumlichkeiten des Kindergartens, der Grundschule, des Seniorenheims oder ggf. eines Buchladens zu nutzen, da hier ein Großteil der Zielgruppe erreicht wird. 

Dr. Sylvia Prinz | Die Autorin ist Fachapothekerin für öffentliches Gesundheitswesen und Beratungstrainerin | Kontakt: sylviaprinz@aol.com