



Foto: Archiv Springer-GuP

„DAMIT SIE GESUND WERDEN – UND BLEIBEN!“

Der Ratgeber in Aktion

Gesundheitsinformationen stehen bei Apothekenkunden hoch im Kurs. Mit dem „Ratgeber Pharmazie und Gesundheit 2010 – Gesund werden und bleiben“ aus dem Hause Springer Professional Medicine können Apotheken diesem Wunsch nach fundierter Information nachkommen und tun zugleich etwas für Profil und Kundenbindung. Eine Aktion, die den Ratgeber einbindet, sorgt dabei für besonders hohe Aufmerksamkeit bei den Kunden.

➔ Wie lässt sich eine Erkältung am besten behandeln? Was lässt sich gegen Stress tun? Welche Hilfen bieten sich Allergikern gegen Pollenflug? Auf Fragen wie diese ist das Apothekenteam bestens vorbereitet, die Antworten darauf gehören für die „Gesundheitsexperten aus der Apotheke“ zum Alltag. Und das ist gut so – nicht zuletzt angesichts der immer häufiger vorkommenden „TV-Apothekentests“.

Die Aktion: ein individuelles Bonusprogramm

Doch aus diesem Gesundheitswissen lässt sich noch mehr machen – indem es schlichtweg noch deutlicher nach außen getragen wird, etwa in einer Aktion. Davon profitieren zum einen die Kunden, kommen sie doch in den Genuss des fachlichen Wissens, das die Apothekenmitarbeiter vorrätig halten. Davon profitiert aber auch die Apotheke: Sie stärkt damit ihre Kundenbindung und sichert im Idealfall auch den Umsatz.

Der „Ratgeber Pharmazie und Gesundheit 2010 – Gesund werden und bleiben“ bietet einen profunden Aufhänger für eine Ak-

tion rund um das „Gesundheitswissen“. Das Handbuch erscheint in Kürze in zweiter Auflage, und schon die erste – sie war bald nach Erscheinen vergriffen – haben Deutschlands Apotheken millionenfach als Instrument zur Kundenbindung genutzt. Denn wer seinen Kunden den Ratgeber mit freundlichen, hinweisenden, erklärenden Worten überreicht, punktet bereits damit. Wer den Ratgeber jedoch gezielt in eine Aktion integriert, startet damit sein individuelles Bonusprogramm.

Beispiele für Aktivitäten

Wie lässt sich nun der Ratgeber als Basis für eine Aktion nutzen? Die folgenden Beispiele zeigen, wie eine Apotheke das Handbuch gegenüber den Kunden gezielt als „Serviceleistung für ihre Gesundheit“ herausstellen kann und welche Aktivitäten möglich sind.

Der Ratgeber ist ein wichtiges Marketinginstrument, um Kunden in die Apotheke zu holen. Deshalb gehört zur Aktion die Information: Wer seine Kunden darüber informiert, dass er das Handbuch für sie in der Apotheke bereithält, steigert damit

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 September 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.

schlichtweg die Besucherfrequenz – und erhöht damit die Chance, dass auch Neukunden wieder kommen.

Information der Kunden

Ein Plakat im Schaufenster oder an der Tür macht alle Apothekenkunden auf das neue Handbuch aufmerksam (es wird zusammen mit dem neuen Ratgeber verschickt, und die Daten für den Ausdruck z. B. im Copyshop wird es rechtzeitig bei APOTHEKE + MARKETING zum Download geben).

Informieren lassen sich die Kunden darüber hinaus beispielsweise durch eine Anzeige, geschaltet in der regionalen Presse. Sie lädt alle Interessierten dazu ein, in die Apotheke zu kommen, um den Ratgeber abzuholen. Ein besonderer Service wäre dabei zudem eine kostenlos anwählbare Telefonnummer, über die der Kunde den Ratgeber zur Abholung vorbestellen kann – und die einen zusätzlichen Ansatzpunkt bietet, ins Gespräch zu kommen.

Weitere Infomöglichkeit: ein Flyer, der auf die aktuellen Angebote der Apotheke und auf den Ratgeber hinweist und an alle Haushalte am Ort verteilt wird. Last but not least lassen sich die Kunden gezielt per Direktmail auf den Ratgeber hinweisen: per E-Mail oder mit einer Postaussendung, die jeweils einen Gutschein für den Ratgeber enthalten.

Informationen zum Ratgeber

- Die zweite Ausgabe des Ratgebers bietet die Möglichkeit der individuellen Ausgestaltung: Ein Foto der Apotheke, ihr Logo, der Hinweis auf Serviceangebote und sonstige Highlights machen das Handbuch unverwechselbar (mehr dazu unter www.gesundheit-kommt-vom-apotheker.de).
- Das Online-Portal „Lifeline“ – ein Internet-Portal, das ebenfalls zum Hause Springer gehört – ist Partner des Ratgebers im Internet. Dort gibt es nicht nur weiterführende Informationen für Apotheken, sondern auch zusätzliche Services und Informationen für die Leser (unter www.lifeline.de).

Beratung und Sortiment herausstellen

Die einzelnen Gesundheitsthemen, die der Ratgeber behandelt, lassen sich gezielt dazu einsetzen, bestimmte Beratungsschwerpunkte oder Sortimente in der Apotheke herauszustellen. Im Winter kommt dafür beispielsweise das Erkältungssortiment in Frage. Dazu empfiehlt sich eine Sonderplatzierung entsprechender Produkte in der Sicht- bzw. Freiwahl mit einem gezielten Hinweis auf die „Erkältungsaktion“ der Apotheke. Der Ratgeber wird in diese Platzierung einbezogen – verbunden mit dem Hinweis, dass das Handbuch mit weiterführenden Informationen die individuelle Beratung der Apotheke ergänzt.

Gesundheitsabende initiieren

Prävention, so hat eine aktuelle Umfrage abermals gezeigt, steht bei den Bundesbürgern hoch im Kurs. Eine Apotheke, die ihre Kunden im Hinblick auf individuelle Gesundheitsvorsorge unterstützt, liegt deshalb voll im Trend. Auch hier schafft der Ratgeber einen Anknüpfungspunkt – etwa für einen Infoabend zum Thema Prävention. Unter dem Motto „Wir wollen, dass Sie gesund bleiben“ kann die Apotheke, möglicherweise auch in Kooperation mit externen Referenten, ihre Kunden kurz und knackig über die wichtigsten Vorsorgemaßnahmen informieren. Dazu gehören die Themen Ernährung, Mundhygiene, Hautpflege, aber auch Bewegung, Impfen, Früherkennung, Selbstmessung (Blutdruck) bzw. die Check-up-Angebote der Apotheke. Jeder Teilnehmer dieses Abends erhält als „Tagungsunterlage“ den Ratgeber, der sich auch durch einen Gutschein für eine Warenprobe oder eine individuelle Beratung ergänzen lässt.

Diese Vortragsabende lassen sich auch für bestimmte Zielgruppen konzipieren: für Eltern zu den Themen Kindergesundheit und Erste Hilfe, für aktive Senioren zu den Themen Ernährung, Reisen, Messgeräte, für Aktive der mittleren Jahre zu den Themen Venen, Immunsystem, Bewegung, Hautpflege. ➔

Gabi Kannamüller | Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de