



AKTIV FÜR EINE JUNGE ZIELGRUPPE

Kinder als Kunden gewinnen

Für Kinder aktiv zu werden, lohnt sich aus mehreren Gründen: Kinder sind die Kunden von morgen. Und: Die meisten Eltern kümmern sich deutlich stärker um die Gesundheit ihrer Kinder als um die eigene – haben daher immer ein offenes Ohr für Tipps und nehmen Ratschläge aus der Apotheke gerne an. Wer also die Kinder in die Apotheke „lockt“ hat damit die Chance, auch Eltern und Großeltern zu erreichen.

➔ Zahnputzaktionen für die Kleinen sowie Besuchsgruppen aus der Schule oder dem Kindergarten gehören fast schon zu den „Standards“, wenn es darum geht, die junge Zielgruppe anzusprechen. Hier einige Tipps, was eine Apotheke darüber hinaus tun kann, um Kinder und Eltern für sich zu interessieren.

Die Zielgruppe erreichen

„Lockmittel“ Wettbewerb

Eine Möglichkeit, Kinder in die Apotheke zu führen, ist ein Wettbewerb, bei dem sie attraktive Preise gewinnen können – etwa ein Zeichenwettbewerb, zum Beispiel unter dem Motto „So werde ich schnell wieder gesund“. Zu dem Wettbewerb sollten Sie einige Wochen vor der Aktion aufrufen – die Bilder können die Kinder dann, auch gemeinsam mit ihren Eltern, während der Aktionstage in der Apotheke abgeben. Einladungen zu der Aktion und Aufrufe, am Zeichenwettbewerb teil zu nehmen, lassen sich auch in der Fußgängerzone oder auf dem Wochenmarkt verteilen – und dies zum Beispiel ganz kindgerecht von

einem Teammitglied in einem originellen Kostüm – mit dem Effekt, damit auch Verbraucher zu erreichen, die bislang nicht zum Kundenkreis der Apotheke gehören.

Ein Malwettbewerb lässt sich auch direkt in der Apotheke durchführen: Buntstifte und Papier werden bereitgestellt, damit können die Kinder vor Ort ihre Bilder malen und die Eltern haben genug Zeit, sich vom Apothekenteam zur Gesundheit der Kinder oder zur Behandlung bestimmter Erkrankungen beraten zu lassen.

Der Wettbewerb hat zudem einen schönen Nebeneffekt – die Kinder liefern zugleich die Deko für die Aktion: Die Bilder lassen sich gut in einem Schaufenster oder in der Apotheke aufhängen, und es macht die Kinder stolz, wenn sie bei einem Spaziergang Oma und Opa zeigen können, dass ihr Bild dort ausgestellt ist.

Eine Alternative zum Malwettbewerb ist ein Schätzspiel: Stellen Sie eine großes Glasgefäß, gefüllt mit Traubenzuckerstückchen auf und lassen die Kinder die Anzahl erraten. Der erste Preis kann dann zugleich der Inhalt des Glases sein.

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 Oktober 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.

Wichtig: Auftreten, Optik, Zugaben

Bei einer Aktion für Kinder sollte sich das Team kinderfreundlich präsentieren. Zum einen, indem alle Mitarbeiter in besonderem Maße auf die Kinder zugehen. Auch ein spezielles Outfit passend zur Aktion macht optisch etwas her: Ansprechend sind beispielsweise einheitliche Oberteile mit einem bunten Motiv oder große Sticker, die am Kittel getragen werden. Nicht fehlen dürfen natürlich auch Zugaben für die Kinder – in ausreichender Menge.

Die Apotheke sollte für die Aktion auffallend dekoriert sein – bunte Luftballons schaffen immer Aufmerksamkeit. Ein großer Teddybär mit einem Kopfverband dient im Schaufenster als Blickfang für kindgerechte Produktempfehlungen. Lohnenswert: ein örtliches Spielwarengeschäft um Unterstützung bei der Gestaltung des Schaufensters bzw. um dekorative Leihgaben (Stofftiere, Spielzeug) bitten. Oder: örtliche Jugendgruppen bzw. Kindergärten ansprechen, ob sie nicht Lust haben, etwas für das Schaufenster zu basteln. Eine Aktivität, die übrigens auch der Lokalpresse einen Bericht wert sein kann!

Beispiele für Aktivitäten

Eine Aktion sollte auch die Beratungsqualität im Bereich der Kindermedikation herausstellen. Hier einige Beispiele:

Die kindgerechte Hausapotheke

Guter Ansatzpunkt ist ein TÜV für die kindgerechte Hausapotheke. Nahezu jeder Haushalt besitzt ein mehr oder weniger großes Medikamentenlager, das ein wenig Pflege vertragen kann: den Blick eines Fachmanns, der nachsieht, ob die Arzneimittel, die sich da angesammelt haben, überhaupt noch zu gebrauchen sind.

Fehlende Arzneimittel sollten bei der Gelegenheit wieder aufgefüllt werden. Hier ist eine Liste mit all jenen Produkten hilfreich, die in keinem Haushalt mit Kindern fehlen sollten. Diese Liste sollte allen Teammitgliedern an die Hand gegeben werden, damit sie bei der Aktion einheitlich beraten.

Als aktuelles Angebot für die Kunden lässt sich eine „Winterapotheke“ für Kinder konzipieren – mit wichtigen Produkten, die Kinder im Winter häufig brauchen. Dazu sollten Sie zwei oder drei verschiedene Sets, passend für verschiedene Altersstufen, zusammenstellen. Wird dazu vielleicht noch ein kleines Spielzeug für die Kinder gepackt, ist ein Komplettangebot für Eltern fertig, das in jedem Fall deren Aufmerksamkeit auf sich ziehen dürfte.

Die homöopathische Apotheke

Alternativ oder zusätzlich kann die Apotheke auch eine homöopathische Hausapotheke für Kinder offerieren. Hersteller bieten diese teilweise schon fertig an; dem lässt sich aber auch eine persönliche Note geben, indem man einige gängige homöopathische Arzneimittel auswählt und diese zusammen mit einer kurzen Beschreibung als Aktionspaket zusammenstellt.

Das Extra: Vorträge für Eltern

Das Thema der homöopathischen Hausapotheke für Kinder eignet sich auch gut als Vortrag: Stellen Sie anhand von gängigen Kinderkrankheiten Empfehlungen von homöopathischen Mitteln zusammen. Den Vortrag können Sie selbst oder ein Mitglied Ihres Teams halten, darüber hinaus bietet sich auch eine Kooperation mit einem Arzt oder einem Heilpraktiker an.

Weiteres Vortragsthema im Rahmen der Aktion wären „Vergiftungsfälle und die richtige erste Hilfe“. In diesen Vortrag lässt sich auch gut ein Kinderarzt einbinden. +

Matthias Bröker | Der Autor ist Offizin-Apotheker | Kontakt: matthias.broeker@ambrosius-apotheke.de

Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Kinder als Kunden gewinnen“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Die Liste finden Sie zum Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.