

Integriert & aktuell



© Fornax Fornax / 123rf.com

Dass eine Apotheke mit einer eigenen Website präsent ist, ist inzwischen selbstverständlicher Alltag geworden. Aber warum eigentlich? Und – was haben Sie damit zu tun?



Zugegeben, diese Fragen scheinen provokant. Aber sie sind es wert, im Apothekenteam von Zeit zu Zeit gestellt zu werden und vor allem: beantwortet! Warum ist Ihre Apotheke im Internet? Welche Ziele verfolgt Ihr Team mit der Web-Präsenz und noch wichtiger: Werden diese Ziele erreicht und was können Sie dazu beitragen? Letztlich ist „unsere Apotheke im Internet“ nichts anderes als ein Marketingbaustein und selbstverständlich liegt die Entscheidung über Investitionen, Strategien und Aktivitäten im Internet in den Händen der Apothekenleitung. Es gelten die gleichen Regeln, wie für alle anderen Marketingaktivitäten auch: Nach einer Situationsanalyse werden Ziele und Zielgruppen definiert und dann Maßnahmen geplant und umgesetzt, die geeignet erscheinen, diese Ziele zu

erreichen. Nach einem vereinbarten Zeitraum wird überprüft, ob dies Ziele erreicht worden sind und gegebenenfalls Aktivitäten entsprechend angepasst. Und wie bei allen anderen Marketingaktivitäten muss zum Erfolg das ganze Team an einem Strang ziehen.

Gezielt Erste Voraussetzung dafür ist, dass bekannt ist, welche Ziele für die Webpräsenz gesteckt wurden: Geht es „nur“ ums Gefunden werden, soll ein bestimmtes Image aufgebaut werden, werden vertiefende Fachinformationen oder aktuelle Veranstaltungen online kommuniziert, werden Anmeldungen für spezielle Beratungstermine oder Veranstaltungen über das Internet „gemanagt“, soll via Internet mit (potenziellen) Kunden direkt via Anfragen oder Chat kommuniziert werden, soll direkter Umsatz durch

eine Bestellmöglichkeit oder einen Onlineshop generiert werden?

Integriert Die Bandbreite der Möglichkeiten ist also groß, umso wichtiger ist die klare Orientierung im Team. Dann können die unterschiedlichen Aufgaben passend zu den jeweiligen Fähigkeiten klar verteilt werden: Mal ist es ein „Händchen“ für die passende Gestaltung, mal Geschick für gute Formulierungen, mal technisches Wissen für spezielle Funktionalitäten und deren Programmierung. ... das kommt Ihnen bekannt vor? Stimmt: Auch bei der Dekoration des Schaufensters oder der Erstellung eines Werbematerials braucht man die Gestalter, die Texte und diejenigen, die es dann technisch umsetzen. Die Apothekenwebpräsenz ist also die Fortsetzung Ihrer Marketingaktivitäten mit etwas ande-

ren Mitteln, in einem anderen Medium. Die optische Gestaltung muss zur Gestaltung der anderen Werbemittel passen, die Inhalte zum Profil Ihrer Apotheke, die Webaktionen zu denen in der Apotheke und auch die Arbeitsabläufe zu den sonst im Team üblichen.

Aktuell Nicht alles rund um die Apotheken-Homepage wird innerhalb des Teams umsetzbar sein, gerade für Technisches braucht man meist Experten von außerhalb. Aber was in jedem Fall jeder im Team leisten kann und sollte: Auf Aktualität der Webpräsenz achten! Im schnellen Medium Internet ist Aktualität oberste Pflicht. Einladungen zu längst stattgefundenen Veranstaltungen, Terminlisten der vergangenen Monate, veraltete Fotos, Preisaktionen, die nicht mehr gelten, Teamvorstellungen mit Mitarbeitern, die längst nicht mehr dabei sind – all das signalisiert: Wir kümmern uns nicht. Und das Image möchte sicher keine Apotheke haben.

Fazit Betrachten Sie Ihre Website als ebenso selbstverständlich zum Bild der Apotheke dazugehörig wie beispielsweise Ihr Schaufenster. Und wie beim diesem ist vielleicht nicht jeder im Team für die Gestaltung verantwortlich, aber jeder sollte aufmerksam sein, hinschauen und, wenn nötig, Verbesserungen anregen. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin