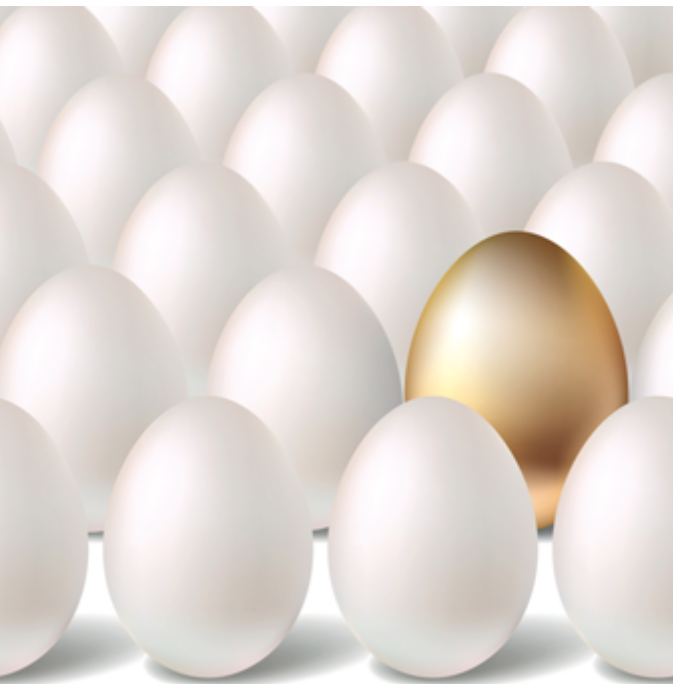


Wer nicht **wirbt**, stirbt

Die Stars und Sternchen der Promiwelt wissen es genau: Wer nicht im Gespräch ist, ist auch nicht im Geschäft. Dieses **Grundprinzip** gilt auch für Ihr Apothekenteam.



© Prezent / fotolia.com

Für Apotheken ist dies besonders wichtig, da sie in der Wahrnehmung der meisten Menschen ja nicht permanent eine Rolle spielen: Wer krank ist, geht ganz selbstverständlich dorthin, um dort Medikamente einzukaufen. Ist man aber gesund, rückt die Apotheke aus dem Blickfeld und gehört eben nicht zum alltäglichen Einkaufsziel. Deshalb muss sich eine Apotheke immer wieder neu ins Gedächtnis der Menschen bringen und beispielsweise daran erinnern, dass es dort auch gute Produkte und Dienstleistungen für Gesunde gibt. Solche Kom-

munikationsaktivitäten können sehr vielfältig sein:

Action! Bitte kein Dschungelcamp – aber eine zur Apotheke passende öffentlichkeitswirksame Aktion verhilft auch Ihrem Apothekenteam zu Aufmerksamkeit:

- ▶ Das Team beteiligt sich am Stadtfest – und die Apotheke wird als aktiver, attraktiver Bestandteil des Gemeinschaftslebens positiv wahrgenommen
- ▶ Bekannte Lokalsportler geben eine Autogrammstunde in Ihrer Offizin und Sie informieren kompetent

über Sportsalben, Mineralstoff- und Vitaminpräparate, Kühlsprays, elastische Binden, Tapes, Orthesen und was ein (Hobby-)Sportler sonst noch in der Apotheke erhalten kann.

- ▶ Das Team startet eine Müllsammelaktion zur Säuberung der Liegewiesen am örtlichen Badesee.
- ▶ Die Apotheke spendet Verbandsmaterial für den neuen örtlichen Kindergarten.

Die Presse Sie wird darüber berichten und dabei Ihre Apotheke nennen oder – je nach Anlass – gar in den Mittelpunkt stellen. Nur kein schlechtes Gewissen: Die gute Tat Ihres Teams wird nicht dadurch schlechter, dass Sie sie kommunizieren und die Gelegenheit zur Darstellung der Apotheke nutzen. Aber auch ganz generell ist es von Vorteil, Kontakt zur Redaktion der Lokalzeitung aufzubauen. Gesundheit ist immer ein Thema für die Presse und Ihr Team ist ein kompetenter Berater, auch für Lokalredakteure, die bei Ihnen Unterstützung bei der Recherche erhalten – und dann sicher auch gerne Ihre Apotheke erwähnen.

Schaufenster Auffällige und attraktive Gestaltungen animieren Passanten in die Offizin zu kommen. Auch solche, die das ursprünglich gar nicht vorhaben. Originelle Hingucker oder

die optische Gestaltung eines aktuellen Themas ziehen dabei eher die Blicke auf sich als überbordende Packungspräsentationen. Warum nicht mal eine Puppe im Liegestuhl daran erinnern lassen, dass es Zeit wird, Pflegeprodukte rund um Sonnenbad und -brand zu erwerben – gleich hier, in dieser Apotheke. So funktioniert Kommunikation auch (fast) ohne Worte.

Handzettel Verteilt an Kunden, Passanten, Briefkästen oder via Lokalpresse, sind sie ein vielseitig einsetzbares Kommunikationsmittel, mit dem Sie sowohl über einzelne Produktangebote als auch über besondere Aktionen oder Serviceleistungen informieren können.

Stammkunden Diese können Sie mittels Brief oder E-Mail gezielt über Angebote, Serviceleistungen, Aktionen informieren oder auch mit speziellen, vielleicht saisonalen Gesundheitsnachrichten wie Pollenflug oder Reisemedizin versorgen. Voraussetzung für dieses Direktmarketing ist, die Daten der Kunden und deren Einverständnis für diese Art der Kommunikation zu erhalten. Dann verstärken Sie damit die Bindung Ihrer Kunden an Ihr Team, machen sie zu Fans und Multiplikatoren.

So bleiben Sie im Gespräch und Ihre Zielgruppe lernt, dass der Einkauf in Ihrer Apotheke auch zu gesunden Zeiten von Nutzen sein kann. ■

*Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin*

Chronische Import-Müdigkeit? kohlpharma macht aktiv.



Ihr Importgeschäft – mit kohlpharma so einfach wie möglich

Sinkende Rendite? Mehrbelastung? Retaxierungsrisiko?
Verbessern Sie Ihre Marge mit den wirtschaftlichen Import-Präparaten
von kohlpharma.

Mit uns können Sie rechnen: Importpräparate von kohlpharma steigern
Ihre Rendite.

Neugierig geworden?
Rufen Sie uns an: 0800 / 920 930 0

kohlpharma

Import. Antwort. kohlpharma.